

Секция «Государственная политика и государственное управление: проблемы и практики»

Брендинг региона как политическая технология формирования имиджа Саратовской области

Научный руководитель – Труханов Виктор Александрович

Макарова Юлия Вячеславовна

Студент (бакалавр)

Саратовская государственная юридическая академия, Саратов, Россия

E-mail: makarovajudo23@yandex.ru

В последнее время в Саратовской области осуществляется совместная деятельность органов исполнительной власти и различных деловых объединений по созданию позитивного имиджа, а также бренда региона. Стоит заметить, что такие практики совместной деятельности не закрепились, поэтому о них стоит говорить в контексте проявляющейся тенденции [1]. Этот вектор направления был актуализирован постановлением Правительства Саратовской области от 17 февраля 2015 г. № 63-П, где была закреплена и утверждена «Концепция брендинга региона до 2020 года». В данном документе определяются основные цели брендинга Саратовской области, а именно: создание такого образа региона, который ассоциировался бы как с одним из перспективных и активно развивающихся регионов страны; увеличение инвестиционной привлекательности региона; развитие взаимовыгодного сотрудничества на региональном и международном уровне через единую государственную политику; обеспечение внедрения и присутствия бренда Саратовской области в информационном пространстве [4]. Данное постановление обуславливается тем, что Саратовская область добилась серьезных успехов в социальных и экономических показателях, об этих успехах уведомила центральная власть, поэтому регион ставит основную задачу - получение известности и признания на международном уровне. В следствие чего, обуславливается необходимость осуществления брендинга территории в Саратовской области. Предполагается использование разнообразных механизмов брендинга региона. Одним из таких механизмов служит проведение системы мероприятий, которые будут способствовать продвижению бренда и, которые основанные на представлении информации об особенностях региона [4]. Серьезным шагом разработки собственного бренда Саратовской области со стороны органов власти стало продвижение официальной инвестиционной символики «Создавайте с нами» в 2017 году комитетом инвестиционной политики и имущественных отношений Саратовской области, где был разработан и представлен стенд региона на Российском инвестиционном форуме «Сочи - 2018», а также представлена сувенирная продукция в качестве основных компонентов узнаваемости бренда [3]. В конце июля 2018 года Правительство Саратовской области объявило электронный аукцион на тему разработки отдельного туристического логотипа региона. При разработке логотипа Саратовской области было выявлено, что большинство людей ассоциирует Саратов с песней «Огней так много золотых». Таким образом, появилась концепция «Огни Поволжья». Также в рамках концепции «Огни Поволжья» проводилась акция под названием «Бренды огней Поволжья», где основной целью акции являлось составить перечень уникальных и ярких брендов Саратовской области [5, 2]. По итогу, десять предложений, которые наберут большинство голосов войдут в перечень «ТОП - 10 брендов Саратовской области». Таким образом, с помощью брендинга территории Саратовская область должна достигнуть повышения социально - экономической активности благодаря увеличению притоков ресурсов и улучшению имиджа региона в целом; участие области в федеральных программах и

национальных проектах; приток инвестиций в экономику региона; развитие туристического потенциала; внедрение информационных каналов для распространения актуальных событий и информации, касающихся Саратовской области; улучшение качества жизни и социального благополучия населения; формирование у жителей Саратовской области положительного отношения к ней; повышение узнаваемости региона и повышение статуса и конкурентоспособности Саратовской области.

Источники и литература

- 1) Вилков А.А., Тимофеев Е.И. Политическая технология брендинга региона как возможность формирования его положительного имиджа и повышения инвестиционной привлекательности // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Социология. Политология. 2019. Т. 19, вып. 3. С. 304-311.
- 2) Музыкант В.Л. Формирование бренда средствами рекламы и PR. М.: 2-е изд., 2004. – 606 с.
- 3) Фадеева А.Ю. Роль регионального инвестиционного портала в повышении инвестиционной привлекательности региона // Управленец. 2016. № 2 (60). С. 40-42.
- 4) 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».
- 5) «Огни Поволжья» // Туристический портал Саратовской области. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://xn--dtbbhukgebi5npb.xn--p1ai/> (дата обращения: 07.02.2020).