

Секция «Стратегическое планирование экономики в обеспечении выхода из глобального кризиса»

**Инвестиционный имидж региона как элемент развития инновационной экономики региона в современных условиях (на примере Калининградской области).**

*Подлиннова Анна Гавриловна*

*Студент (бакалавр)*

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики,  
Москва, Россия

*E-mail: podlinnova.anna@yandex.ru*

В условиях процессов глобализации и активизации взаимозависимости национальных экономик, вызванной ресурсной ограниченностью, на первый план выдвигаются региональные экономики, между которыми происходит конкурентная борьба за факторы социально-экономического развития региона. Опираясь на международный опыт, можно с уверенностью констатировать факт того, что имидж региона является один из ключевых факторов его инвестиционной привлекательности и известности в деловых кругах [1].

Рассматривая имидж региона, как экономическую категорию и один из способов повышения его статуса и престижа в глазах потенциальных инвесторов, обратимся к составляющим его структурным элементам, которые можно представить в виде следующей схемы (рис.1. [5]).

Одним из общих показателей, характеризующих динамику развития экономики в странах и отдельных регионах, на сегодняшний день считается валовый внутренний продукт (ВВП)/валовый региональный продукт (ВРП). «ВРП представляет собой валовую добавленную стоимость товаров и услуг, созданную резидентами региона и определяется как разница между выпуском и промежуточным потреблением» [4]. Объём ВРП по Калининградской области в действующих ценах за 2008-2013 года представлен на рисунке 2.

Если обратиться к динамике инвестиций в основной капитал, то по базисному темпу роста (в сравнении с 2000 годом) Калининградская область значительно опережала тот же показатель по России (Рис. 3).

Структура инвестиций в основной капитал по отраслям экономики в динамике представлена на рисунке 4.

Из сказанного можно сделать вывод о том, что наибольший удельный вес от общего объёма вложений в основной капитал в Калининградской области, приходится на добывающую промышленность, обрабатывающие производства, транспорт и связь. В соответствии со статистическими данными, наметился небольшой рост инвестирования в сельское хозяйство, развитие агропромышленного комплекса приобретает особую актуальность на фоне обострившихся отношений с западом [2].

В соответствии со статистическими данными, объём инвестиций, поступивших в область от иностранных инвесторов достиг наименьшего значения в кризисном 2009 году, после чего, в течении следующих четырёх лет наблюдался рост иностранных финансовых поступлений (Рис.5).

Таким образом, следуя перечню приоритетных направлений, рассмотренных в Инвестиционной стратегии Калининградской области на период до 2020 года, утверждённой Постановлением Правительства Калининградской области в 2013 году [3], можно предложить ряд следующих рекомендаций по формированию позитивного имиджа Янтарного края.

- 1) Необходимо актуализировать и использовать сильные стороны эксклава, рассматривать Калининградскую область как плацдарм для создания крупных производственных объектов, транспортно-логистическое звено в цепочке между Российской Федерацией и западными странами.
- 2) В Калининградской области имеется достаточно сильная и проработанная законодательная база, регулирующая инвестиционную деятельность на региональном и федеральном уровне, которую необходимо периодически совершенствовать и адаптировать под стремительно меняющиеся условия окружающей среды.
- 3) Нужно задействовать возможности внешней среды, для преодоления внутренних проблемных зон и ликвидации слабых сторон.
- 4) Необходимо дальнейшее развитие существующих производственных площадок эксклава, разработка и развитие более слаженных механизмов взаимодействия органов исполнительной власти Калининградской области и инвесторов, совместное (региональное и частное) долевое финансирование инженерной, транспортной инфраструктуры, с целью снижения затрат инвестора.
- 5) Необходимо заняться развитием альтернативных источников энергии.

Подводя итоги, нужно сказать, что Калининградская область обладает огромным потенциалом в развитии своей экономики, но и имеет ряд проблем, требующих своего скорейшего урегулирования, что особо актуально на фоне кризисных явлений. В рамках осуществления инвестиционной деятельности СЭЗ в Калининградской области можно добиться повышения эффективности её функционирования за счёт создания позитивного имиджа через решение выделенных проблем.

#### Источники и литература

- 1) Безпалов В. В., Рябова Н. Д. Имидж региона как основа экономического развития национальной экономики // Science, Technology and Higher Education. Ванкувер, Канада. 2014 С. 91-98
- 2) Жариков В. В., Безпалов В. В. "Бизнес инкубирование как процесс воспроизводства для общества инновационных ценностей // Научно-теоретический и практический журнал "Оралды Гылым Жарпысы". Алма-Аты, Казахстан. 2012
- 3) Министерство экономики Калининградской области: <http://economy.gov39.ru/upload/dokumenty/investstrategy.pdf>
- 4) Территориальный орган Федеральной службы государственной статистики по Калининградской области. Методологические пояснения: <http://kaliningrad.gks.ru>
- 5) Чёрная И. П. Маркетинг имиджа как стратегическое направление территориального маркетинга // Маркетинг в России и за рубежом. М. 2002 (№4)

#### Иллюстрации



Рис. 1. Рисунок 1. Структура регионального имиджа.



Рис. 2. Рисунок 2. Объем ВРП в действующих ценах Калининградской области за 2008-2013 гг. (млрд. руб.).

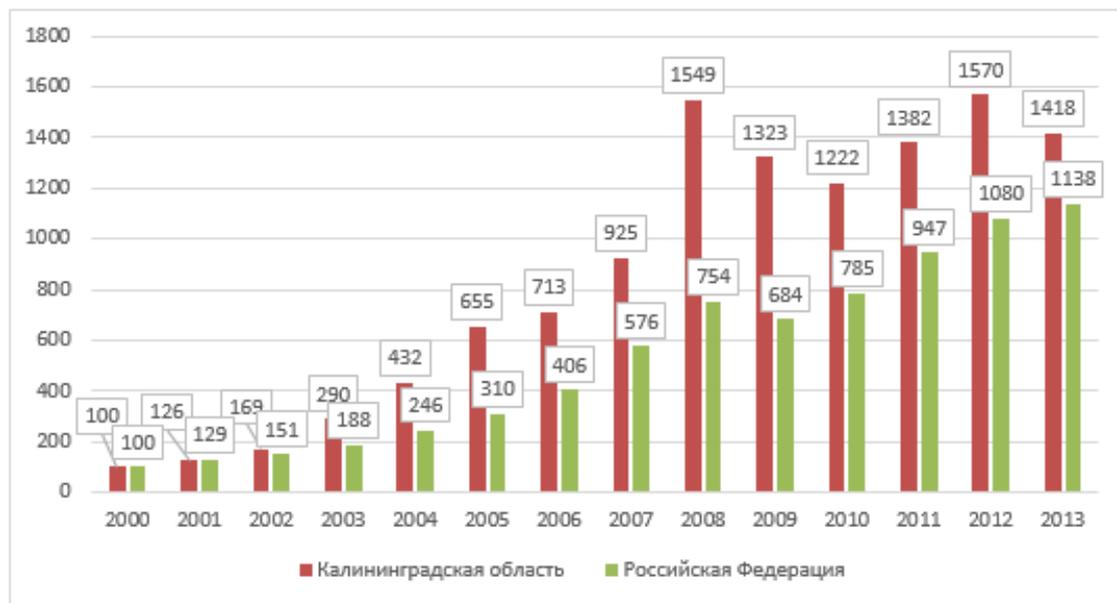


Рис. 3. Рисунок 3. Динамика инвестиций в основной капитал в Калининградской области в 2000-2013 гг. (в % к 2000 году).

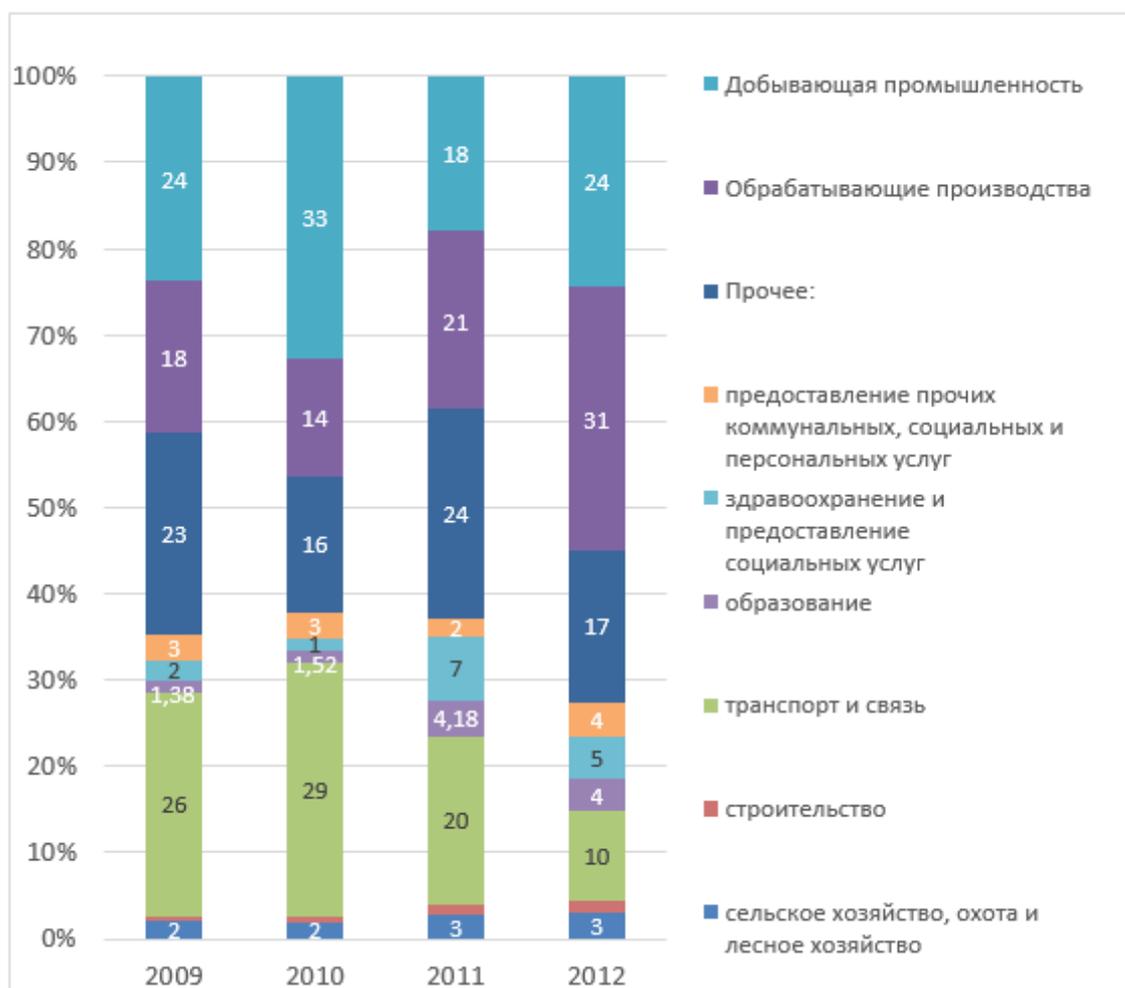
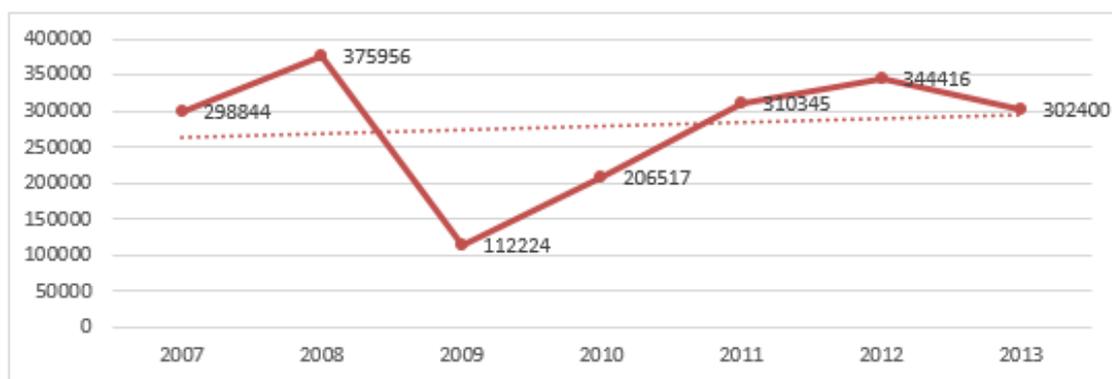


Рис. 4. Рисунок 4. Структура инвестиций в основной капитал по отраслям экономики Калининградской области в 2009-2012 гг. (в % к итогу).



**Рис. 5.** Рисунок 5. Динамика объёма инвестиций, поступивших от иностранных инвесторов в Калининградскую область за 2007-2013 гг.