

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
АМУРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
(ФГБОУ ВО «АмГУ»)

Факультет экономический
Кафедра экономической теории и государственного управления
Направление подготовки 38.03.04 – Государственное и муниципальное
управление

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ
Зав. кафедрой
_____ М.В. Зинченко
« ____ » _____ 2018 г.

БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА

на тему: Реализация инвестиционной политики в муниципальном образовании
(на примере Администрации Благовещенского района)

Исполнитель
студент группы

подпись, дата

Е.Г.Сыч

Руководитель
доцент, к.т.н.

подпись, дата

А.В.Долгушева

Нормоконтроль
ст.преподаватель

подпись, дата

Л.Н.Михайленко

Благовещенск 2018

РЕФЕРАТ

Бакалаврская работа содержит 55 с., 10 таблиц, 19 рисунков, 4 приложения, 57 источников.

МУНИЦИПАЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ, ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ, ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ, ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПОЛИТИКА, ОРГАНЫ МУНИЦИПАЛЬНОЙ ВЛАСТИ, ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ, БРЕНДИРОВАНИЕ.

В бакалаврской работе проведен анализ теоретико-методологических основ реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне. Рассмотрены основные методы и инструменты реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне, а также правовая база, регламентирующая деятельность органов муниципальной власти по реализации инвестиционной политики.

В работе проведен анализ инвестиционной активности в муниципальном образовании, а также анализ основных направлений деятельности муниципальных органов власти по реализации инвестиционной политики.

В работе предложено использовать инструменты территориального маркетинга, а именно брендинг территории, с целью повышения инвестиционной привлекательности Благовеценского района.

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	5
1 Теоретико-методологические основы реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне	7
1.1 Сущность категории «инвестиционная политика», особенности ее реализации на муниципальном уровне	7
1.2 Методы и инструменты реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне	13
1.3 Правовые основы реализации муниципальной инвестиционной политики	16
2 Анализ реализации инвестиционной политики в Благовещенском районе	20
2.1 Роль администрации Благовещенского района при формировании и реализации инвестиционной политики	20
2.2 Оценка инвестиционной активности в Благовещенском районе	31
2.3 Использование инструментов территориального маркетинга – как фактор повышения инвестиционной привлекательности Благовещенского района	37
Заключение	47
Библиографический список	50
Приложение А Нормативные правовые документы Амурской области, регулирующие инвестиционную деятельность	56
Приложение Б Структура Администрации Благовещенского района	59
Приложение В Форма анкеты для жителей и гостей Благовещенского района	60
Приложение Г Концепция брендирования территории Благовещенского района до 2025 года	62

ВВЕДЕНИЕ

Решение вопросов, касающихся привлечения инвестиций в муниципальные образования, осуществляется с помощью инвестиционной политики. Для достижения целей инвестиционной политики органами местного самоуправления разрабатывается механизм ее реализации, включающий совокупность методов, форм, инструментов воздействия на инвестиционную деятельность с целью ее активизации и контроля за ней.

Эффективность реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне во многом определяет уровень социально-экономического развития территории. Как показывает практика, высокая инвестиционная активность отмечается в первую очередь на тех территориях, где органы управления активно используют современные инструменты привлечения инвестиций, тем самым формируя благоприятный инвестиционный климат.

В условиях усиливающейся конкуренции муниципальных образований за привлечение инвестиционных ресурсов на их территорию, возникает необходимость поиска и применения новых эффективных инструментов и механизмов, направленных на стимулирование инвестиционной активности и улучшение инвестиционного климата в муниципальном образовании. Таким образом, одной из важнейших задач муниципальной инвестиционной политики является формирование благоприятного инвестиционного климата и его поддержание.

При написании бакалаврской работы была определена следующая цель – на основе изучения теоретических и методологических основ, а также анализа деятельности администрации Благовещенского района по реализации инвестиционной политики определить перспективные направления повышения инвестиционной привлекательности района.

В соответствии с поставленной целью были определены следующие задачи:

1) определить сущность «муниципальной инвестиционной политики», а также определить особенности ее реализации;

2) провести анализ существующей правовой базы, регламентирующей формирование и реализацию инвестиционной политики на муниципальном уровне;

3) провести анализ инвестиционной активности муниципального образования;

4) проанализировать основные направления деятельности Администрации Благовещенского района по реализации инвестиционной политики;

5) на основании проведенного анализа, сформулировать предложения по повышению инвестиционной привлекательности Благовещенского района.

Объектом исследования является муниципальная инвестиционная политика.

Предмет исследования – отношения, складывающиеся в процессе реализации муниципальной инвестиционной политики.

При написании бакалаврской работы были использованы следующие методы исследования: метод диалектической логики, сравнительный метод, статистический метод, описание, системный и графический.

Теоретической основой исследования послужили научные труды отечественных и зарубежных ученых, посвященные проблемам реализации муниципальной инвестиционной политики, а также нормативные и правовые акты, регламентирующие инвестиционную деятельность на территории муниципального образования. Эмпирической базой является отчетность администрации Благовещенского района, а также официальные статистические данные.

Практическая значимость исследования заключается в разработке процедуры формирования бренда территории, а также разработке анкеты и проведения анкетирования с целью выявления отличительных особенностей

Благовещенского района, которые являются ее конкурентными преимуществами, и будут являться основой концепции будущего бренда.

1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ НА МУНИЦИПАЛЬНОМ УРОВНЕ

1.1 Сущность категории «инвестиционная политика», ее особенности на муниципальном уровне

В современных условиях существенно возрастает роль органов муниципального управления в организации и активизации инвестиционного процесса не только в отношении объектов муниципальной собственности, но и системы местного хозяйства в целом. Ярмухаметов В.Г. под инвестиционным процессом понимает «процесс привлечения инвестора к объекту инвестиций с целью достижения эффективного развития экономической системы».¹

Структура инвестиционного процесса представлена на рисунке 1.²

¹ Ярмухаметов, В.Г. Управление инвестиционной деятельностью муниципальных образований. URL: <http://www.iprbookshop.ru/10255> (дата обращения 30.05.2018).

² Ахмадулина А.Т, Аралбаева Ф.З. Основные характеристики инвестиционного процесса в муниципальном образовании // Экономика и социум. 2016. № 2 (21). С. 4.

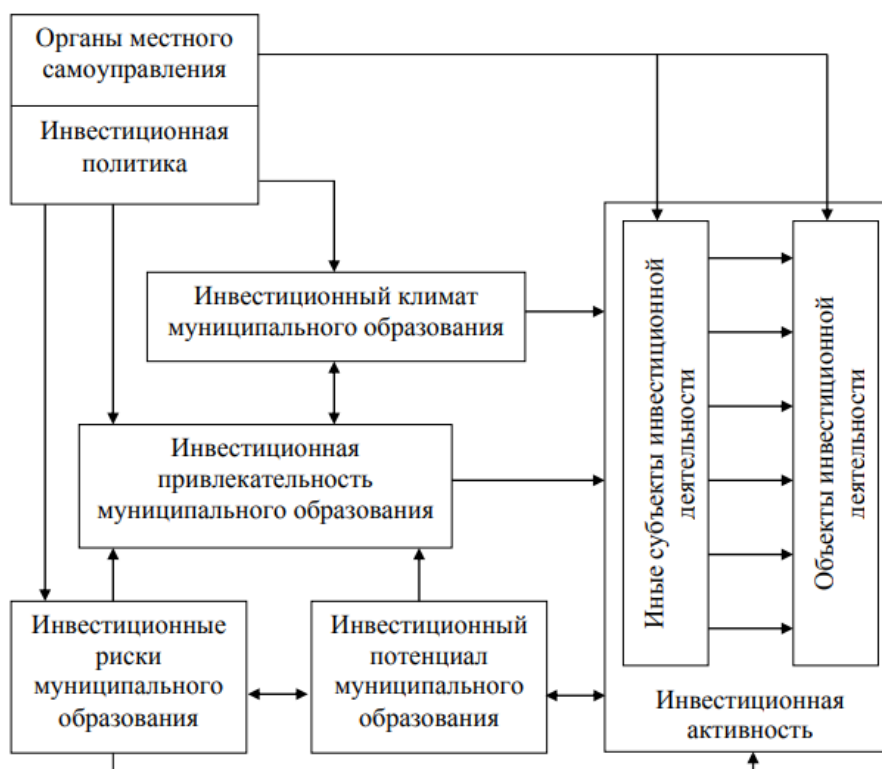


Рисунок 1 – Структурные элементы инвестиционного процесса

Соблюдение и согласованность интересов всех субъектов инвестиционной деятельности является необходимым условием повышения эффективности инвестиционного процесса на муниципальном уровне (таблица 1)³.

Таблица 1 – Субъекты инвестиционной деятельности

³ Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений [Электронный ресурс]: федер. закон от 25.02.1999 № 39-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

Субъект 1	Характеристика 2	Носители интересов 3
Инвесторы	Осуществляют капитальные вложения на территории РФ с использованием собственных и (или) привлеченных средств в соответствии с законодательством РФ.	Физические и юридические лица, создаваемые на основе договора о совместной деятельности и не имеющие статуса юридического лица объединения юридических лиц, государственные органы, органы местного самоуправления, а также иностранные инвесторы.
Заказчики	Осуществляют реализацию инвестиционных проектов. При этом они не вмешиваются в предпринимательскую и (или) иную деятельность других субъектов инвестиционной деятельности, если иное не предусмотрено договором между ними.	Уполномоченные на то инвесторами физические и юридические лица. Заказчиками могут быть инвесторы.
Подрядчики	Выполняют работы по договору подряда и (или) государственному или муниципальному контракту, заключаемым с заказчиками в соответствии с ГК РФ.	Физические и юридические лица.
Пользователи объектов капитальных вложений	Те, для кого создаются объекты.	физические и юридические лица, в том числе иностранные, а также государственные органы, органы местного самоуправления, иностранные государства, международные объединения и организации.

Одним из субъектов инвестиционного процесса являются органы муниципального управления.

В соответствии с ФЗ от 06.10.2003 № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», в ведении муниципальных органов управления находятся вопросы местного значения, в рамках решения которых они могут осуществлять деятельность по привлечению инвестиций (рисунок 2).⁴

⁴ Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.05.2018) [Электронный ресурс]: федер. закон от 06.10.2003 № 131-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

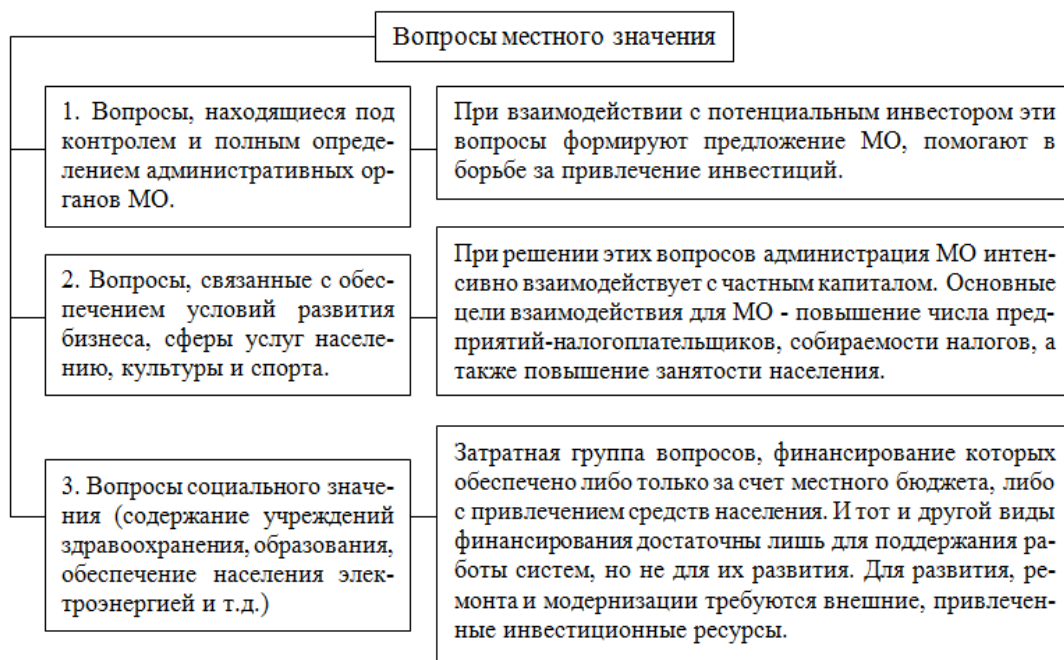


Рисунок 2 - Вопросы местного значения в рамках решения которых они могут осуществлять деятельность по привлечению инвестиций

Законом «Об инвестиционной деятельности в РФ, осуществляемой в форме капитальных вложений» предусматривается два направления деятельности органов муниципального управления (рисунок 3).

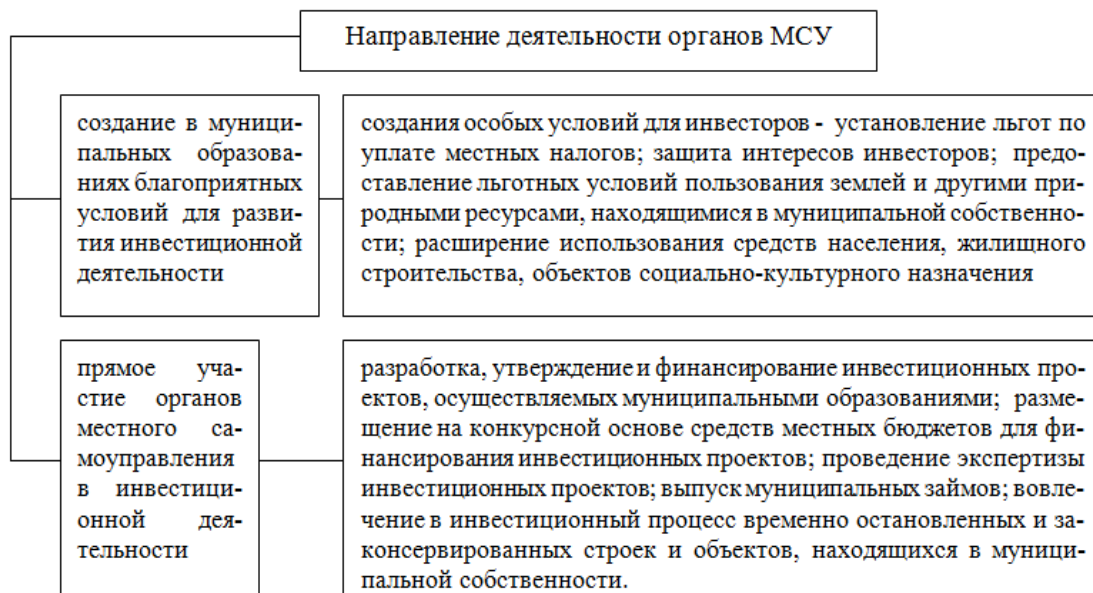


Рисунок 3 – Направления деятельности органов муниципального управления

Одним из направлений деятельности органов муниципального управления, является формирование и реализация инвестиционной политики, основной целью которой является увеличение объема инвестиций в экономику и социальную сферу за счет более эффективного использования бюджетных средств и привлечения внебюджетных ресурсов.

В настоящее время, несмотря на значительное количество работ, посвященных инвестициям и инвестиционной политике, не сложилось устоявшегося понятия «муниципальная инвестиционная политика».

При этом стоит заметить, что данная категория также не получила и законодательного закрепления. В таблице систематизированы взгляды на сущность категории «муниципальная инвестиционная политика» (таблица 2).

Таблица 2 – Подходы к определению понятия «муниципальная инвестиционная политика»

Определение	Автор
1	2
«Совокупность социально-экономических и собственно хозяйственных решений, облакаемых в правовую форму, при учете общей ориентации внутренней и внешней политики, определяющих направление и концентрацию капитальных вложений с целью достижения наибольшей экономической эффективности использования средств». ⁵	Большой юридический словарь
«Целенаправленная научно обоснованная деятельность органов местного самоуправления по активизации и стимулированию инвестиционной деятельности, привлечению и эффективному использованию инвестиционных ресурсов для решения проблем комплексного социально-экономического развития муниципального образования и, как следствие, улучшения качества жизни населения, образующего местное сообщество». ⁶	Саак А., Колчина О.
«Деятельность органов местного самоуправления по привлечению и наиболее эффективному использованию инвестиций на территории муниципального образования». ⁷	Бабун Р.В., Муллагалеева З.З
«Целенаправленная и оптимизированная по вариантам система мер по привлечению и применению финансовых, материальных и интеллектуальных ресурсов для решения вопросов местного значения в интересах сбалансированного развития муниципального образования и повышении его привлекательности для людей и предпринимательской деятельности». ⁸	Сычева В.А.

⁵ Инвестиционная политика [Электронный ресурс]. URL: <http://jurisprudence.academic.ru/ВОЭ> (дата обращения 01.06.2018).

⁶ Саак А., Колчина О. Разработка инвестиционной политики муниципального образования // Муниципальная власть. 2006. №2. С. 80.

⁷ Бабун Р.В., Муллагалеева З.З. Вопросы муниципальной экономики. М.: Феникс, 2001. С. 18.

⁸ Сычева В. А. Методы и инструменты инвестиционной политики муниципальных образований в районах Крайнего Севера. Санкт-Петербург, 2014. С. 19.

1	2
«Совокупность отношений между законодательными и управленческими структурами территории и субъектами инвестиционного процесса по поводу формирования правовых, экономических и организационных основ его регулирования с целью обеспечения расширенного производства в экономике региона». ⁹	Губанова Е.С.

Авторы приведенных определений сходятся во мнении, что реализация инвестиционной деятельности имеет ряд особенностей на муниципальном уровне, что в свою очередь оказывает влияние на формируемые цели, задачи, формы и методы управления инвестиционной деятельностью (таблица 3)¹⁰.

Таблица 3 – Особенности инвестирования на муниципальном уровне

Особенность	Содержание
1	2
Высокий уровень дифференциации социально-экономического развития МО	Обусловлен географическим положением, природными ресурсами, административными особенностями, концентрированным промышленно-производственным наследством плановой экономики.
Незначительные бюджетные возможности в сравнении с бюджетами других уровней	Современная реформа местного самоуправления с делегированием значительных полномочий (на практике носящих обязательственный характер) не ведет за собой адекватного перераспределения источников доходов местных бюджетов.
Низкая степень муниципального нормотворчества в области инвестиционных отношений.	Связано с разграничением полномочий между федеральными, региональными и местными органами власти.
Имеют градообразующий характер.	Важная финансово-экономическая и социальная роль.
Наличие мощных рычагов управления инженерно-кадастровой инфраструктурой.	Землеустроительные, архитектурные, градостроительные ведомства, инженерно-коммуникационные монополии находятся в ведении местных органов власти, что требует от администраций высокой организации согласованных действий участников инвестиционного процесса, напрямую с ним не связанных.
Реализация инвестиционных проектов имеет конкретную территориальную привязку	Обеспечивает муниципалитетам непосредственную административную близость к объектам инвестиций, что требует значительной концентрации в органах МСУ функций административных посредников между регулируемыми органами, сферы компетенции которых не входят в предметы ведения местных администраций.

⁹ Губанова, Е.С. Методологические основы систематизации понятий инвестиционной проблематики [Электронный ресурс]. URL: http://journal.vs-cc.ac.ru/php/jou/25/art25_12.php (дата обращения 10.06.2018).

¹⁰ Артемова Е.А. Особенности инвестиционной деятельности и регулирование инвестиционных процессов в муниципальных образованиях // Вестник Башкирского университета. 2012. № 4. С. 71.

Среди основополагающих особенностей следует выделить значительную социально-экономическую дифференциацию муниципальных образований, что требует от органов власти при формировании инвестиционной политики, учитывать особенности, имеющиеся ресурсы и специфические потребности каждого муниципального образования. Таким образом, основной задачей органов местного самоуправления при управлении инвестиционной деятельности на территории, является выбор такой модели, которая будет соответствовать состоянию социально-экономического развития территории.¹¹

Анализ имеющихся публикаций по вопросам муниципальной инвестиционной политики позволил определить содержание муниципальной инвестиционной политики (рисунок 4)¹².

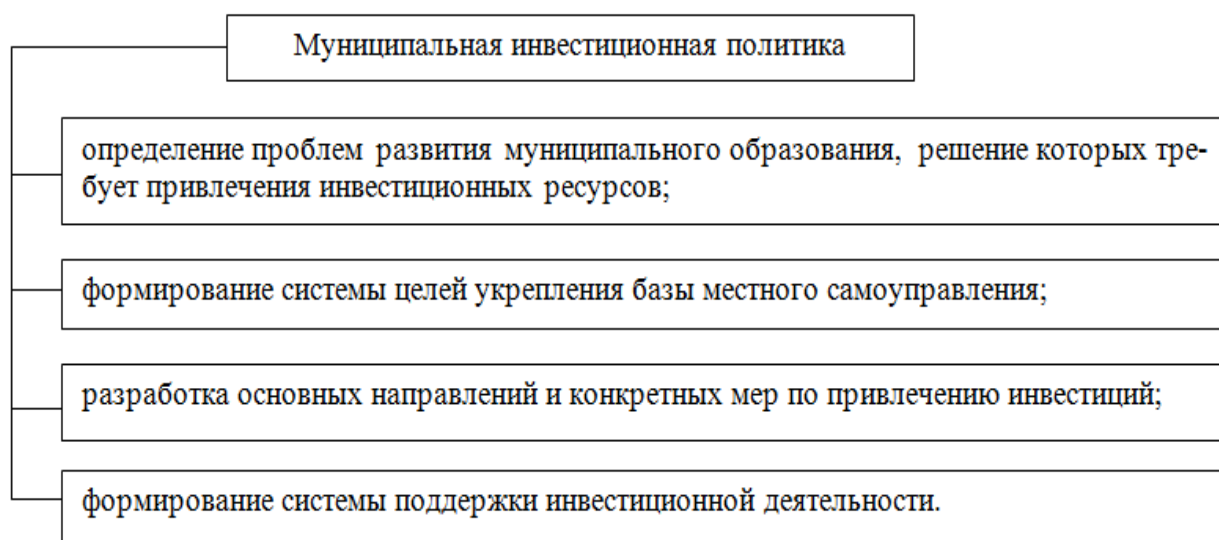


Рисунок 4 – Содержание муниципальной инвестиционной политики

Важной составляющей инвестиционной политики является разработка системы мер, направленных на привлечение на территорию местного самоуправления средств отечественных и зарубежных инвесторов, достаточных для реализации намеченных целей укрепления финансово-экономической базы

¹¹ Саак А., Колчина О. Оценка инвестиционной привлекательности муниципального образования // Муниципальная власть. 2006. №4. С. 64.

¹² Абрамов А. П. Эффективность работы органов местного самоуправления – основа формирования инвестиционного климата в муниципальном образовании // Вестник ТГПУ. 2012. №12 (127). С. 12.

местного самоуправления, решения широкого круга проблем обеспечения жизнедеятельности местного сообщества, что требует их детального изучения методов и инструментов реализации муниципальной инвестиционной политики.

1.2 Методы и инструменты реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне

Совокупность инструментов реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне представлена на рисунке 5.¹³

Следует отметить, что перечень инструментов, используемых органами муниципального управления, не исчерпывается представленными на рисунке.



Рисунок 5 - Совокупность инструментов реализации инвестиционной политики на муниципальном уровне

Формирование инвестиционного климата и инвестиционной

¹³ Инвестиционная политика : учеб.пособие / В. И. Огородников [и др.]. Новосибирск. : СИУ РАНХиГС, 2014. С. 120.

привлекательности муниципального образования является одной из важнейших задач инвестиционной политики (рисунок 6).¹⁴

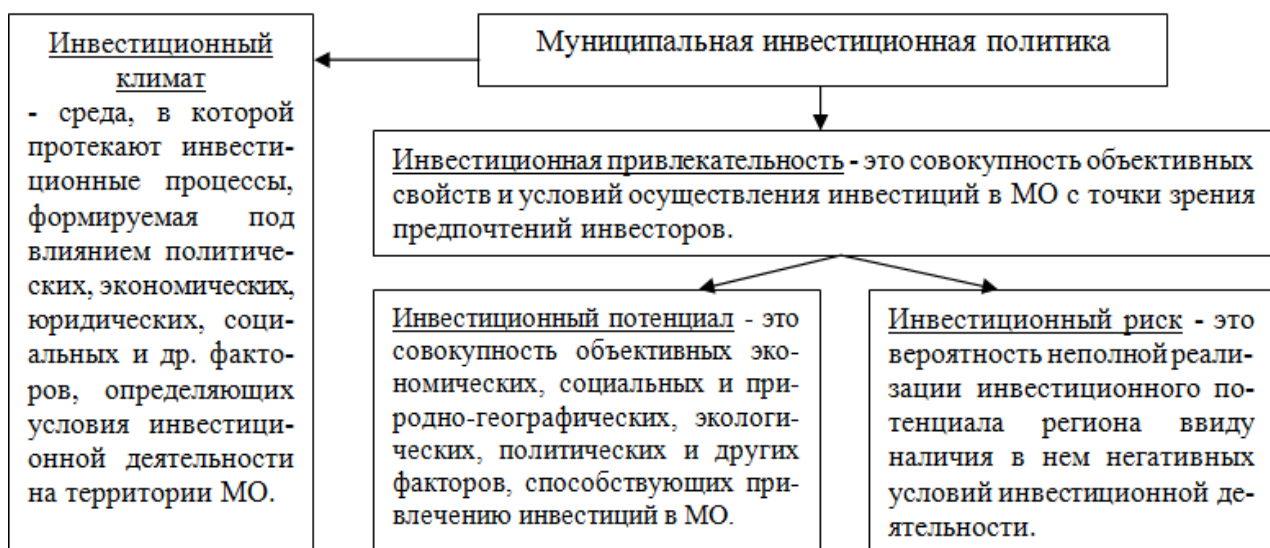


Рисунок 6 – Содержательная характеристика инвестиционного климата и инвестиционной привлекательности

Для формирования благоприятного инвестиционного климата муниципального образования муниципального образования, органы МСУ могут предоставлять различные меры поддержки (таблица 4).¹⁵

Таблица 4 – Формы и способы поддержки инвестиционной деятельности

Формы поддержки	Способы поддержки	
	Прямые (непосредственное участие ОМСУ)	Косвенные (создание условий для инвесторов)
1	2	3

¹⁴ Ярмухаматов В. Г. Управление инвестиционной деятельностью муниципальных образований : моногр. М. : Палеотип, 2009. С. 22.

¹⁵ Инвестиционная политика : учеб.пособие / В. И. Огородников [и др.]. Новосибирск. : СИУ РАНХиГС, 2014. С. 125.

Институциональные	1) защита интересов инвестора; 2) совершенствование организации и управления имущественным комплексом (приватизация муниципальной собственности путем акционирования муниципальных предприятий, продажа объектов муниципальной собственности на конкурсах с долгосрочными инвестиционными и социальными условиями).	1) принятие нормативно-правовых актов; 2) совершенствование организации и управления имущественным комплексом (развитие новых форм использования имущества); 3) осуществление структурных преобразований органов местного самоуправления и муниципальных учреждений.
-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Продолжение таблицы 4

1	2	3
Управленческо-административные		1) снижение административных барьеров; 2) создание и развитие практики «одного окна» с учетом новейших достижений системы информатизации; 3) стратегическое планирование и прогнозирование развития территории; 4) внедрение программно-целевого метода планирования.
Финансовые	1) предоставление льгот по уплате местных налогов; 2) выдача муниципальных гарантий.; 3) выпуск муниципальных ценных бумаг; 4) целевое бюджетное финансирование; 5) внедрение системы ипотечного кредитования.	1) предоставление специальных налоговых режимов в пределах компенсации ОМСУ.; 2) секьюритизация.
Экономические	1) формирование муниципального заказа; 2) внедрение ресурсосберегающих технологий и систем энергопотребления в объектах городского хозяйства; 3) предоставление целевой образовательной субсидии по обучению востребованных на территории профессий и специальностей.	1) развитие государственного частного партнёрства; 2) ценообразование и тарифная политика в пределах компетенции ОМСУ; 3) осуществление подготовки и повышения квалификации трудовых ресурсов по заказам инвесторов; 4) поддержка субъектов малого и среднего предпринимательства

Маркетинговые	<p>1) формирование инвестиционного паспорта муниципального образования; 2) создание системы информации для потенциального инвестора посредством использования различных каналов коммуникации; 3) проведение семинаров, исследований по выявлению отношения общественности к реализации инвестиционной стратегии; 4) продвижение инвестиционного имиджа муниципального образования.</p>
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Формы и способы поддержки определяются органами муниципального управления и применяются на территории МО в зависимости от планируемых направлений использования средств потенциальными инвесторами и видов экономической деятельности.

1.3 Правовые основы реализации муниципальной инвестиционной политики

Инвестиционную деятельность в России регулирует следующее законодательство:

- 1) гражданское и хозяйственное законодательство;¹⁶
- 2) специальное инвестиционное законодательство (контроль и привлечение российских и зарубежных инвестиций) (таблица 5)¹⁷.

Таблица 5 – Нормативные и правовые акты

Наименование федерального закона	Сфера регулирования закона
1	2
Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации,	Закон определяет правовые и экономические основы инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, на территории РФ, а также устанавливает гарантии равной защиты прав, интересов и имущества субъектов инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме

¹⁶ Мальцева Ю.Н. Инвестиции : учеб.пособие. Саратов: Научная книга, 2012. С. 23-24.

¹⁷ В помощь инвестору Амурская область (брошюра) [Электронный ресурс]. URL: https://www.blagraion.ru/files/blagraion/broshyura_v_pomosch_investoru.pdf (дата обращения 10.06.2018).

осуществляемой в форме капитальных вложений от 25.02.1998 № 39-ФЗ	капитальных вложений, независимо от форм собственности.
Об иностранных инвестициях Российской Федерации от 09.07.1999 № 160-ФЗ	Закон определяет основные гарантии прав иностранных инвесторов на инвестиции и получаемые от них доходы и прибыль, условия предпринимательской деятельности иностранных инвесторов на территории РФ. Закон направлен на привлечение и эффективное использование в экономике РФ иностранных материальных и финансовых ресурсов, передовой техники и технологии, управленческого опыта.
О защите прав и законных интересов инвесторов на рынке ценных бумаг от 05.03.1999 № 46-ФЗ	Целями закона являются обеспечение государственной и общественной защиты прав и законных интересов физических и юридических лиц, объектом инвестирования которых являются эмиссионные ценные бумаги, а также определение порядка выплаты компенсаций и предоставления иных форм возмещения ущерба инвесторам - физическим лицам, причиненного противоправными действиями эмитентов и других участников рынка ценных бумаг на рынке ценных бумаг.

Продолжение таблицы 5

1	2
Об инвестиционных фондах от 29.11.2001 № 156-ФЗ	Закон регулирует отношения, связанные с привлечением денежных средств и иного имущества путем размещения акций или заключения договоров доверительного управления в целях их объединения и последующего инвестирования в объекты, а также с управлением имуществом инвестиционных фондов, учетом, хранением имущества инвестиционных фондов и контролем за распоряжением.
Об инвестиционном товариществе от 28.11.2011 № 335-ФЗ	Целью Закона является создание правовых условий для привлечения инвестиций в экономику РФ и реализации инвестиционных проектов на основании договора инвестиционного товарищества.
О территориях опережающего социально-экономического развития в РФ от 29.12.2014 № 473-ФЗ	Закон определяет правовой режим территорий опережающего социально-экономического развития в РФ, меры государственной поддержки и порядок осуществления деятельности на таких территориях.
О финансовой аренде (лизинге) от 29.10.1998 № 164-ФЗ	Цели Закона - развитие форм инвестиций в средства производства на основе финансовой аренды, защита прав собственности, прав участников инвестиционного процесса, обеспечение эффективности инвестирования.

<p>О внесении изменений в части первую и вторую НК РФ в части стимулирования реализации региональных инвестиционных проектов на территориях Дальневосточного федерального округа и отдельных субъектов РФ от 30.09.2013 № 267-ФЗ</p>	<p>Поправки в НК РФ направлены на стимулирование реализации региональных инвестиционных проектов в ДФО, Бурятии, Республике Тыва, Забайкальском крае и Иркутской области.</p> <p>Представлены меры налогового стимулирования по налогу на прибыль, НДС.</p> <p>Приведены требования к объему капиталовложений в соответствии с инвестиционной декларацией (не менее 50 млн руб. в течение 3 лет или 500 млн руб. в течение 5 лет). Каждый региональный инвестиционный проект реализуется единственным участником.</p> <p>Также предъявляется ряд требований к участникам инвестиционных проектов.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Подзаконными актами, регулирующими инвестиционную деятельность, являются:

1) постановление Правительства РФ от 12.08.2008 № 590 «О порядке проведения проверки инвестиционных проектов на предмет эффективности использования средств федерального бюджета, направляемых на капитальные вложения»;

2) постановление Правительства РФ от 11.10.2014 № 1044 «Об утверждении Программы поддержки инвестиционных проектов, реализуемых на территории Российской Федерации на основе проектного финансирования»;

3) постановление Правительства РФ от 16.10.2014 № 1055 «Об утверждении методики отбора инвестиционных проектов, планируемых к реализации на территориях Дальнего Востока и Байкальского региона»;

4) постановление Правительства РФ от 21.08.2015 № 875 «О создании территории опережающего социально-экономического развития «Приамурская»»;

5) постановление Правительства РФ от 21.08.2015 № 875 «О создании территории опережающего социально-экономического развития «Белогорск»».

В Амурской области инвестиционная деятельность регулируется нормативными правовыми актами, принимаемыми в соответствии с федеральным законодательством. Они представлены в таблице А1.

Органы местного самоуправления в рамках своих полномочий также разрабатывают и утверждают нормативно-правовые документы, направленные на активизацию инвестиционного процесса и создание условий потенциальным инвесторам.

Проведенное в 1 разделе исследование позволило сформулировать следующие выводы:

1) одним из направлений деятельности органов муниципального управления, является формирование и реализация инвестиционной политики, основной целью которой является увеличение объема инвестиций в экономику и социальную сферу за счет более эффективного использования бюджетных средств и привлечения внебюджетных ресурсов;

2) реализация инвестиционной деятельности имеет ряд особенностей на муниципальном уровне, что в свою очередь оказывает влияние на формируемые цели, задачи, формы и методы управления инвестиционной деятельностью;

3) важной составляющей инвестиционной политики является разработка системы мер, направленных на привлечение на территорию местного самоуправления средств отечественных и зарубежных инвесторов, достаточных для реализации намеченных целей укрепления финансово-экономической базы местного самоуправления, решения широкого круга проблем обеспечения жизнедеятельности местного сообщества, что требует их детального изучения методов и инструментов реализации муниципальной инвестиционной политики;

4) реализация муниципальной инвестиционной политики регламентируется федеральным и региональным законодательством. Органы местного самоуправления в рамках своих полномочий также разрабатывают

и утверждают нормативно-правовые документы, направленные на активизацию инвестиционного процесса и создание условий потенциальным инвесторам.

2 АНАЛИЗ РЕАЛИЗАЦИИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ В БЛАГОВЕЩЕНСКОМ РАЙОНЕ

2.1 Роль администрации Благовещенского района при реализации инвестиционной политики

Прежде чем перейти к анализу реализации инвестиционной политики на территории муниципального района, дадим краткую его характеристику.

Благовещенский район образован в 1937 году, расположен в юго-западной части Амурской области. Район имеет достаточно выгодное географическое положение позволяющее, наряду с использованием

внутреннего рынка сбыта в районе и городе Благовещенске основных, производимых в районе продукции и товаров иметь связи с крупнейшими потенциальными потребителями Якутии, Хабаровского края и Читинской области.

Благовещенский район является единственным муниципальным образованием Амурской области, где численность населения постоянно увеличивается (таблица 6).¹⁸

Таблица 6 – Основные демографические показатели

Показатели	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Темп роста 2016 г. к 2010 г., в процентах
Численность населения, человек	19635	20181	20844	21738	23332	24637	25960	132,2
Плотность населения, чел./ кв.км.	6,41	6,6	6,8	7,1	7,62	8,1	8,5	133
Естественный прирост (+), убыль (-) населения, человек	17	34	11	109	67	63	39	229
Миграционный прирост (+), отток (-) населения, человек	330	446	653	793	1512	1250	1284	389

Основой экономики является сельское хозяйство. Динамика производства продукции сельского хозяйства представлена рисунке 7.¹⁹

¹⁸ Паспорт Благовещенского района [Электронный ресурс]. URL: https://www.blagraion.ru/files/blagraion/pasport_blagoveshchenskogo_rayona_2.doc (дата обращения 13.06.2018).

¹⁹ Паспорт Благовещенского района [Электронный ресурс]. URL: https://www.blagraion.ru/files/blagraion/pasport_blagoveshchenskogo_rayona_2.doc (дата обращения 13.06.2018).

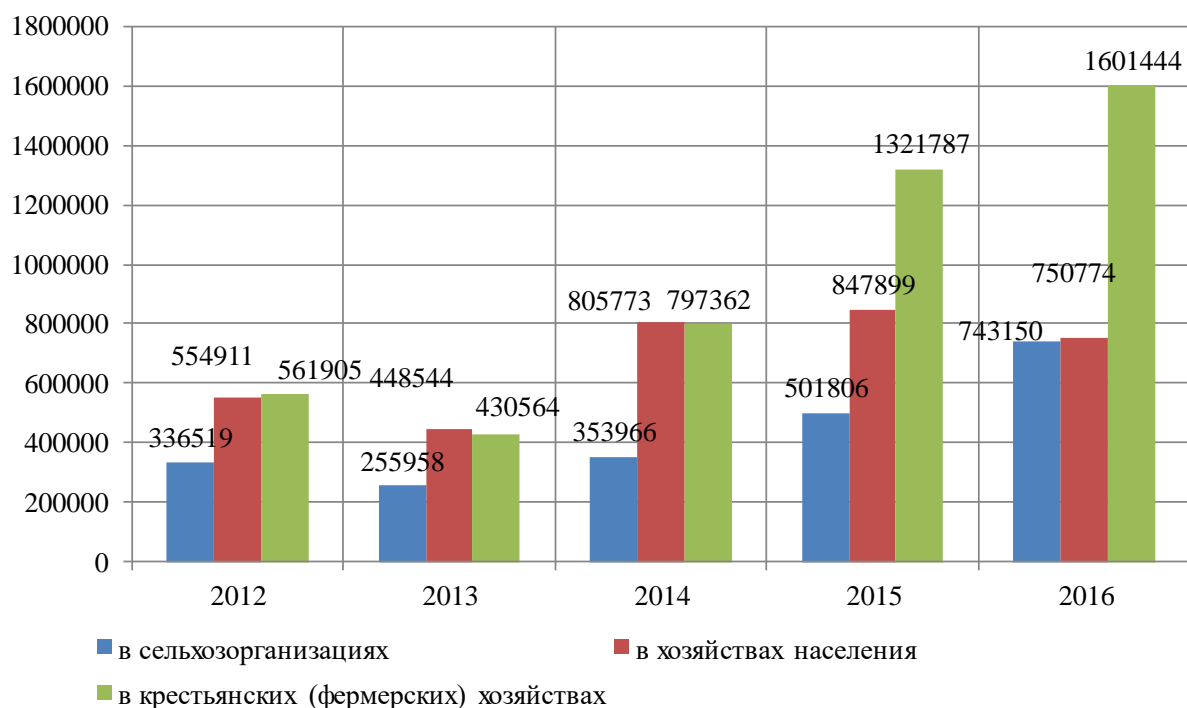


Рисунок 7 – Динамика производства продукции сельского хозяйства в хозяйствах всех категорий

На территории района сельскохозяйственным производством занимаются более 90 крестьянских (фермерских) хозяйств и индивидуальных предпринимателей, а также 7 сельскохозяйственных предприятия.

Ежегодная занятость в сельскохозяйственном производстве составляет от 650 до чуть более 700 человек. Основным проблемным вопросом в сельскохозяйственном производстве района по-прежнему является низкая обеспеченность кадрами рабочих профессий и специалистами. Тем не менее, в районе создаются условия для развития сельскохозяйственного производства и развития малого и среднего предпринимательства.

В районе развиваются предприятия по добыче и использованию недр месторождений общераспространённых полезных ископаемых (песок, глины, уголь, торф, и т.д.). Разрабатывается участок Сергеевского бурого угольного месторождения. В 2005 году введён в строй действующий завод по производству красного кирпича в селе Новотроицкое. Развивается туризм: на территории района действует несколько турбаз, а также горнолыжный спуск в

селе Натальино.

Промышленное производство в районе развито слабо и включает всего 3 вида экономической деятельности.

1) добыча полезных ископаемых осуществляется несколькими предприятиями. В основном это добыча песчано-гравийной смеси, глины и строительного камня. В этой сфере заняты ООО «Амурмелио», АО «Асфальт», АО «Амурская горная компания». ООО «Гравелон» осуществляет освоение месторождения камня строительного (в районе с. Верхнеблаговещенское) и производство щебня;

3) производство, распределение пара и горячей воды (тепловой энергии) занимает значительную часть от общего объема промышленного производства;

2) обрабатывающие производства в районе представлены производством строительных материалов и пищевой продукции.

Благовещенский район обладает рядом конкурентных преимуществ, которые могут быть использованы в процессе его социального и экономического развития, например:

- разнообразная минерально-сырьевая база;
- благоприятное географическое расположение района вокруг города;
- благоприятное расположение для ведения сельского хозяйства, богатые плодородные земли, благоприятная экологическая ситуация;
- приграничное расположение района с Китайской народной республикой;
- высокая обеспеченность жителей района услугами социальной сферы;
- инвестиционная привлекательность района.

Эти потенциальные преимущества в значительной степени реально используются районом.

В районе стабильно закрепились следующие положительные тенденции:

- 1) рост численность населения района.
- 2) превышение рождаемости над смертностью;

- 3) рост реальной среднемесячной заработной платы;
- 4) рост оборота розничной торговли, общественного питания и др.

В целом социально – экономическую ситуацию в районе можно охарактеризовать как период устойчивого роста экономики.

Органом муниципального управления, осуществляющим формирование и реализацию инвестиционной политики выступает Администрация Благовещенского района. Структура администрации Благовещенского района представлена в приложении Б.²⁰

Разработку принципов, методов и форм реализации экономической и инвестиционной политики в Благовещенском районе осуществляет отдел экономики администрации.

Инвестиционная политика в Благовещенском районе реализуется в соответствии с действующим законодательством об инвестиционной деятельности Российской Федерации, законами и нормативно-правовыми актами Амурской области, муниципальными правовыми актами.²¹

Основной целью инвестиционной политики Благовещенского района является создание и развитие инвестиционной среды на территории района, которая позволит:

- создать благоприятный инвестиционный климат;
- установить системный диалог власти и бизнеса через согласование целей и приоритетов развития;
- создать механизм увеличения объемов производства продукции, работ и услуг;
- сформировать имидж района как территории привлекательной для инвестиций, что позволит повысить конкурентоспособность района и

²⁰ Структура Администрации Благовещенского района [Электронный ресурс]. URL: http://www.blagraion.ru/files/blagraion/prilozhenie_k_resheniyu_s_30.11.2017.doc (дата обращения 08.06.2018).

²¹ Положение об отделе экономики Администрации Благовещенского района [Электронный ресурс]. URL: http://www.blagraion.ru/files/blagraion/no_99_ot_13.03.2006.doc (дата обращения 08.06.2018).

области.²²

Основные задачи в сфере инвестиционной политики района представлены на рисунке 8.²³

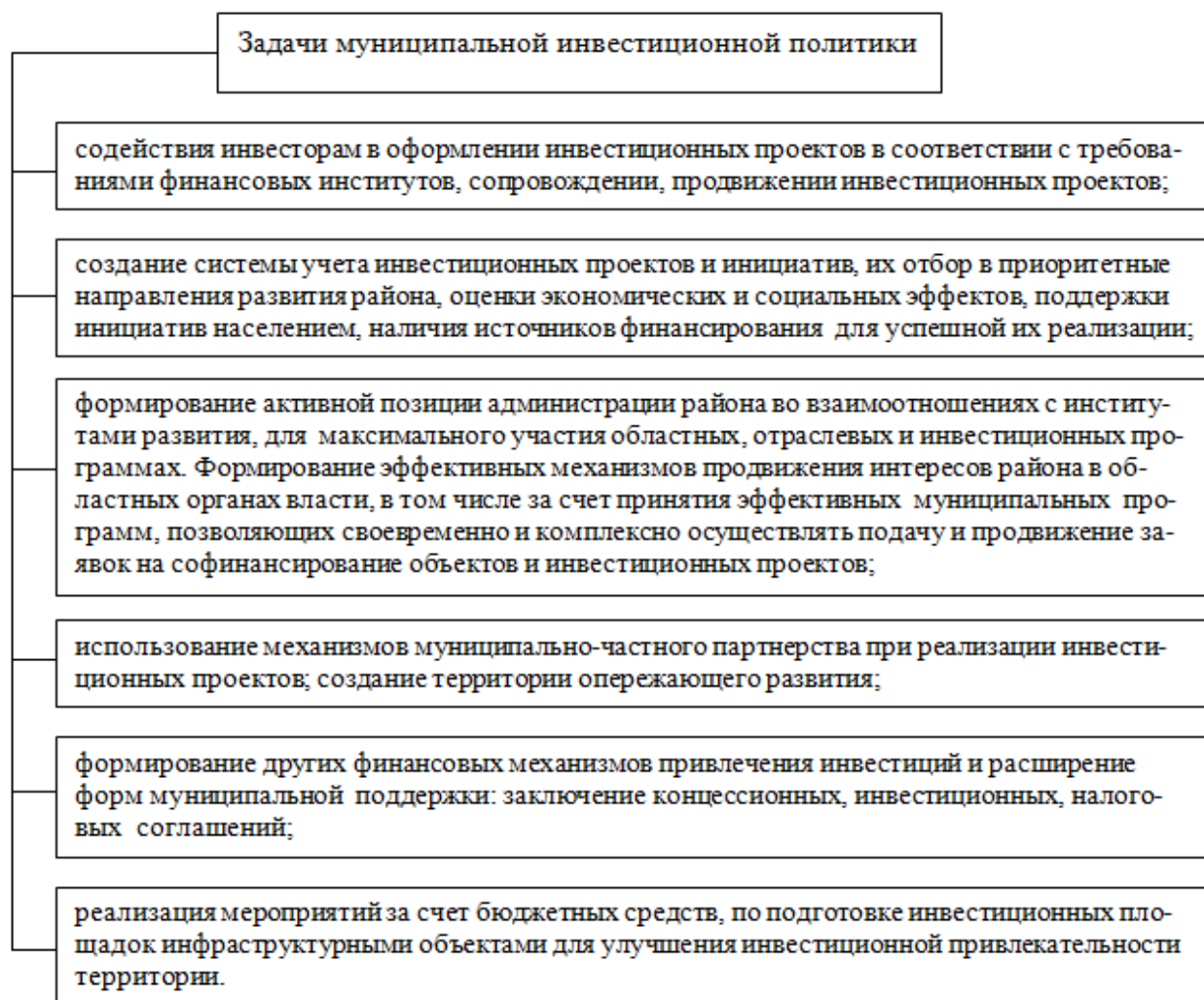


Рисунок 8 – Задачи инвестиционной политики Благовещенского района

Инвестиционная политика осуществляется на основе следующих принципов:

- разработка инвестиционных предложений для участия в реализации мероприятий федеральных и областных целевых программ;

²² Инвестиционная политика Благовещенского района. [Электронный ресурс]. URL: http://www.blagraion.ru/files/blagraion/investicionnaya_politika.docx (дата обращения 08.06.2018).

²³ Инвестиционная политика Благовещенского района. [Электронный ресурс]. URL: http://www.blagraion.ru/files/blagraion/investicionnaya_politika.docx (дата обращения 08.06.2018).

- разработка районных целевых программ с привлечением бюджетных средств, частных инвестиций;

- формирование реестра свободных земельных участков, пригодных для жилищного строительства, размещения промышленных объектов.

Формы муниципальной и государственной поддержки инвестиционной деятельности на территории Благовещенского района представлены в таблице 7.²⁴

Таблица 7 – Формы поддержки инвестиционной деятельности на территории Благовещенского района

Группа мер	Меры поддержки
1	2
Государственная поддержка	
Финансовые (осуществляется в соответствии с законодательством Российской Федерации и Амурской области.	1) субсидирование части процентной ставки по привлекаемым кредитным ресурсам; 2) налоговые льготы; 3) инвестиционный налоговый кредит; 4) программа поддержки инвестиционных проектов на основе проектного финансирования; 5) предоставления физическим и юридическим лицам, реализующим приоритетные инвестиционные проекты области в сфере агропромышленного комплекса, земельных участков в соответствии с частью 5 статьи 4 Закона Амурской области от 11 декабря 2003 г. N 278-ОЗ «Об обороте земель сельскохозяйственного назначения на территории Амурской области» и частью 12 статьи 10 Закона Амурской области от 05.09.2007 № 374-ОЗ «Об инвестиционной деятельности в Амурской области» при условии, что сумма денежных средств, не уплаченных в результате приобретения земельного участка по льготной цене, не превышает стоимости приоритетного инвестиционного проекта;
Нефинансовые	1) сопровождение инвестиционных проектов по принципу «Одного окна» - АНО «Агентство Амурской области по привлечению инвестиций»; 2) предоставление консультационных услуг, проведение обучающих мероприятий Центром поддержки предпринимательства.
Муниципальная поддержка	
Финансовые	1) налоговые льготы; 2) отсрочки или рассрочки по уплате местных налогов; 3) субсидии из средств районного бюджета; 4) предоставление в аренду на льготных условиях земельных участков, зданий, сооружений, находящихся в собственности района;

²⁴ В помощь инвестору Амурская область (брошюра) [Электронный ресурс]. URL: https://www.blagraion.ru/files/blagraion/broshyura_v_pomosch_investoru.pdf (дата обращения 10.06.2018).

1	2
Нефинансовые	1) организационная, информационная и консультационная поддержки; 2) деятельность общественного совета по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства; 3) сопровождение инвестиционных проектов; 4) представления приоритетных инвестиционных проектов на российских и международных форумах, выставках, конференциях, презентациях; 5) включение инвестиционных проектов в муниципальные программы в соответствии с бюджетным законодательством Российской Федерации; 6) размещения информации о приоритетных инвестиционных проектах, реализуемых на территории района в средствах массовой информации, на сайте и рекламных буклетах Благовещенского района; 7) обращения в органы исполнительной власти Амурской области с предложением о поддержке приоритетных инвестиционных проектов, реализуемых на территории Благовещенского района;

В Амурской области в 2017 году в целях повышения эффективности деятельности органов местного самоуправления по привлечению инвестиций и созданию благоприятных условий для осуществления инвестиционной деятельности на муниципальном уровне был разработан «Стандарт деятельности органов местного самоуправления муниципальных районов и городских округов Амурской области по обеспечению благоприятного инвестиционного климата (муниципальный инвестиционный стандарт)».²⁵

Стандарт содержит шесть требований к деятельности органов местного самоуправления в области привлечения инвестиций.

Реализация показателей стандарта на территории Благовещенского района представлена в таблице 8.

Таблица 8 - Реализация показателей стандарта на территории Благовещенского района

Показатель	Степень достижения результата	Целевое значение показателя
1	2	3
Нормативно-правовая база для осуществления	Приложение Б	Да

²⁵ Об утверждении Стандарта деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований Амурской области по обеспечению благоприятного инвестиционного климата [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства Амурской области от 27.06.2017 г. № 75-р. Доступ из справ.-прав. системы «Гарант».

инвестиционной деятельности в муниципальном образовании		
---------------------------------------------------------	--	--

Продолжение таблицы 8

1	2	3
Общественный совет по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства при главе муниципального образования	Постановление от 04.10.2016 № 679 «О создании Совета по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства».	Да
Реестр инвестиционных площадок	https://www.blagraion.ru/files/blagraion/perechen_investicionnyh_proektov_amurskoy_oblasti_realizuyushchihsya_na_territorii_blagoveshchenskogo_rayona.doc	Да
Специализированная страница об инвестиционной деятельности на официальном Интернет - сайте администрации муниципального образования	https://www.blagraion.ru/node/3071	Да
Сопровождение инвестиционных проектов по принципу «одного окна»	Постановление Администрации Благовещенского района от 07.03.2015 № 544 об утверждении «Положения о сопровождении инвестиционных проектов на территории Благовещенского района».	Да
Инвестиционный паспорт муниципального образования	https://www.blagraion.ru/files/blagraion/investicionny_pasport_blagoveshchenskogo_rayona.doc	Да

В рамках муниципальной нефинансовой поддержки осуществляет свою деятельность Совет по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства при администрации Благовещенского района. Целью деятельности Совета является:²⁶

- содействие проведения активной инвестиционной политики, включая привлечение инвестиций для реализации в районе приоритетных инвестиционных проектов;

²⁶ О создании Совета по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства [Электронный ресурс]: постановление администрации Благовещенского района от 04.10.2016 № 679. Доступ из справ.-прав. системы «Гарант».

- содействие формирования благоприятного инвестиционного климата;
- определение комплекса мер муниципальной поддержки для реализации приоритетных инвестиционных проектов;
- проведение отбора инвестиционных проектов, претендующих на включение в перечень приоритетных инвестиционных проектов района и области.

В целях реализации 224-ФЗ администрацией Благовещенского района принято постановление от 11.10.2016 № 716 «Об утверждении положения о муниципально-частном партнерстве в Благовещенском районе».

Целями муниципально-частного партнерства являются: повышение доступности и улучшение качества услуг, предоставляемых потребителям услуг с использованием объектов социальной и инженерной инфраструктуры, за счет привлечения частных инвестиций в создание, реконструкцию, модернизацию, обслуживание или эксплуатацию объектов социальной и инженерной инфраструктуры; обеспечение эффективности использования имущества, находящегося в муниципальной собственности Благовещенского района.²⁷

С целью привлечения внешних инвестиций на официальном интернет-сайте администрации Благовещенского района размещен «Инвестиционный паспорт Благовещенского района», являющийся одним из элементов системы привлечения инвестиций, задачей которого является предоставление инвестору максимально полного набора информации, характеризующей территориальный инвестиционный климат и необходимой ему для принятия решения о начале работы на территории муниципального образования.²⁸

Таким образом, все показатели «Стандарта деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований Амурской области по

²⁷ Об утверждении положения о муниципально-частном партнерстве в Благовещенском районе [Электронный ресурс]: постановление администрации Благовещенского района от 11.10.2016 № 716. Доступ из справ.-прав. системы «Гарант».

²⁸ Инвестиционный паспорт Благовещенского района [Электронный ресурс]. URL: http://www.blagraion.ru/files/blagraion/investicionnyu_pasport_blagoveshchenskogo_rayona.doc (дата обращения 11.06.2018).

обеспечению благоприятного инвестиционного климата» на сегодняшний день в муниципальном образовании выполнены.

На территории района расположена ТОР «Приамурская» (вблизи с. Ровное, площадь 677 га).

Она ориентирована на развитие производства и транспортно-логистических услуг.²⁹

ТОР «Приамурская»

Территория опережающего социально-экономического развития «Приамурская» создана в соответствии с Постановлением Правительства Российской Федерации от 21 августа 2015 года № 879 на территориях Благовещенского и Ивановского районов Амурской области.



Рисунок 9 – ТОР «Приамурская»

Резидентам ТОРа «Приамурская» предоставляются особые условия инвестиционной деятельности. Среди преимуществ, особое место занимает инфраструктура ТОР:³⁰

- во-первых, расположена в непосредственной близости от планируемого мостового перехода через р. Амур между городами Благовещенск (РФ)-Хэйхэ (КНР);

²⁹ ТОР «Приамурская» (буклет) [Электронный ресурс]. URL: http://invest.amurobl.ru/upload/docs/investor/9_presentationB8.pdf (дата обращения 10.06.2018).

³⁰ Параметры и преимущества ТОР (буклет) [Электронный ресурс] URL: <http://invest.amurobl.ru/info/investor-tor/> (дата обращения 10.06.2018).

- во-вторых, земельный участок свободен от построек и пригоден для промышленной застройки;

- в-третьих, площадка находится на границе подъезда к г. Благовещенск федеральной дороги «Амур».

Кроме этого, следует выделить пониженные риски и высокую доходность проектов, реализуемых в рамках ТОР (рисунок 10).³¹



Рисунок 10 – Риски и доходность инвестиционных проектов, реализуемых в рамках ТОР «Приамурская»

Информация о действующих резидентах ТОР «Приамурская» (по состоянию на 28.05.2018) представлена в таблице 9.³²

Таблица 9 - Информация о действующих резидентах ТОР «Приамурская»

Наименование проекта/резидента	Срок	Мощность производства	Планируемый объем инвестиций (млн. рублей)	Рабочие места
1	2	3	4	5
«Производство по переработке цементного клинкера в с.	2013-2016 гг.	До 500 тыс. тонн цемента в год	1 600,0	150

³¹ ТОР «Приамурская» (буклет) [Электронный ресурс]. URL: http://invest.amurobl.ru/upload/docs/investor/9_presentationB8.pdf (дата обращения 10.06.2018).

³² Информация о действующих резидентах ТОР «Приамурская» [Электронный ресурс] URL: <http://invest.amurobl.ru/upload/docs.docx>. (дата обращения 10.06.2018).

Березовка Амурской области», ООО «С Технологии»				
«Комплекс по переработке нефти и транспортировке нефтепродуктов «Амурский нефтеперерабатывающий завод», ООО «Амурская Энергетическая Компания»	2015-2022 гг.	4,0 млн. тонн нефти в год и 2,0 млн. тонн газового конденсата в год	123 000,0	1 200

Продолжение таблицы 9

1	2	3	4	5
«Строительство логистического комплекса хранения пестицидов и агрохимикатов», ООО «Агрохим ДВ»	2016-2018 гг.	1600 тыс. литров единовременного хранения в год	82,3	12
«Производство микробиологических удобрений и фунгицидов», ООО «Бисолби-Благовещенск»	2016-2018 гг.	с 2019 г.- 1800 тонн/год	28,5	19
Строительство комбикормового завода на территории элеваторного хозяйства в с. Тамбовка Амурской области», ООО «Агро Фабрика»	2018-2023 гг.	68,4 тыс. тонн:	186,6	87
Строительство модульного, энергонезависимого, экологически безопасного, мусороперерабатывающего, агропромышленного комплекса, ООО «ЭкоЛайф»	2018-2019 гг.	24,9 тыс. тонн мусора в год	36,9	25

Как показал проведенный анализ, Администрацией Благовещенского района принимаются активные меры по повышению инвестиционной привлекательности муниципального образования.

О степени привлекательности муниципального образования для инвесторов можно судить по объемам инвестиций в основной капитал в экономику муниципального образования.

2.2 Оценка инвестиционной активности в Благовещенском районе

Инвестиции в основной капитал являются основополагающим условием социально-экономического развития муниципального образования. Как показал

проведенный анализ реализации инвестиционной политики, Администрацией Благовещенского района принимаются активные меры по повышению инвестиционной привлекательности муниципального образования.

На рисунке 11 представлена динамика инвестиций в основной капитал за период 2010-2016 гг.³³



Рисунок 11 – Динамика инвестиций в основной капитал за период 2010-2016 гг., млн. рублей

Объем инвестиций в основной капитал за исследуемый период имеет стабильную тенденцию к увеличению, определяя характер и тенденции инвестиционной динамики по Амурской области в целом. Объем инвестиций в основной капитал (за исключением бюджетных средств) в 2016 году увеличился и составил 1863,6 млн. рублей или 73,6 тыс. рублей на 1 жителя района. Значительное повышение связано с капиталовложениями в строительство газопровода.

В 2016 году введены объекты тепличного комплекса. ООО «Тепличный»

³³ Паспорт муниципального образования Благовещенский район [Электронный ресурс]. URL: <https://www.blagraion.ru/node/2523> (дата обращения 10.06.2018).

расширяет производство овощей закрытого грунта, к концу 2016 года площадь теплиц увеличилась почти в 1,5 раза. В настоящее время овощи и зелень здесь выращивают на 6 гектарах земли, их количества достаточно, чтобы обеспечить зимой до 50 % потребностей региона в этой продукции.

В 2017 году ожидается прирост инвестиций, связанный с началом строительства мостового перехода, газопровода и созданием новых производств на площадке территории опережающего развития возле с. Ровное.

На сегодняшний день на территории района ведутся работы:

1) по строительству международного мостового перехода через р. Амур (с. Каникурган) с предмостовой зоной, пропускная способность – 3200 млн. тонн/год.³⁴

Строительство началось в 2016 году. Стоимость всех работ превышает 18 млрд. рублей, две третьих этой суммы приходятся на российскую сторону. Для работы над ним создана совместная российско-китайская компания, деньги на строительство она взяла в кредит на 19 лет под ставку банка КНР. Российскую часть моста возводит компания «Мост», за дороги отвечает ЗАО «Асфальт». По завершению работ российская часть моста станет собственностью Амурской области, китайская - собственностью провинции Хэйлуцзян.

2) по строительству газопровода «Сила Сибири», часть которого (свыше 90 км.) пройдет по территории Благовещенского района с выходом на КНР в районе с. Верхнеблаговещенское.

«Сила Сибири-1» – это крупнейшая система транспортировки природного газа на Востоке страны. Газопровод сможет поставлять газ из Иркутского и Якутского центров газодобычи россиянам, проживающим на Дальнем Востоке.

3) по действующей Программе развития приграничных территорий Амурской области на 2016-2025 годы.³⁵

³⁴ О заключении концессионного договора [Электронный ресурс]: распоряжению Правительства Амурской области от 14 июня 2016 года № 63-р. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

³⁵ Программа развития приграничных территорий Амурской области до 2025 года. URL: http://mer.amurobl.ru/ckeditor_assets/attachments/1278/programma_razvitiya_prigranichnyh_territoriy_do_2025_goda.rtf (дата обращения 01.06.2018).

Реализация перечисленных инвестиционных проектов позволит значительно улучшить экономику района и создать более благоприятные условия для проживания населения.

Структура инвестиций в основной капитал по видам основных фондов представлена на рисунке 12.³⁶

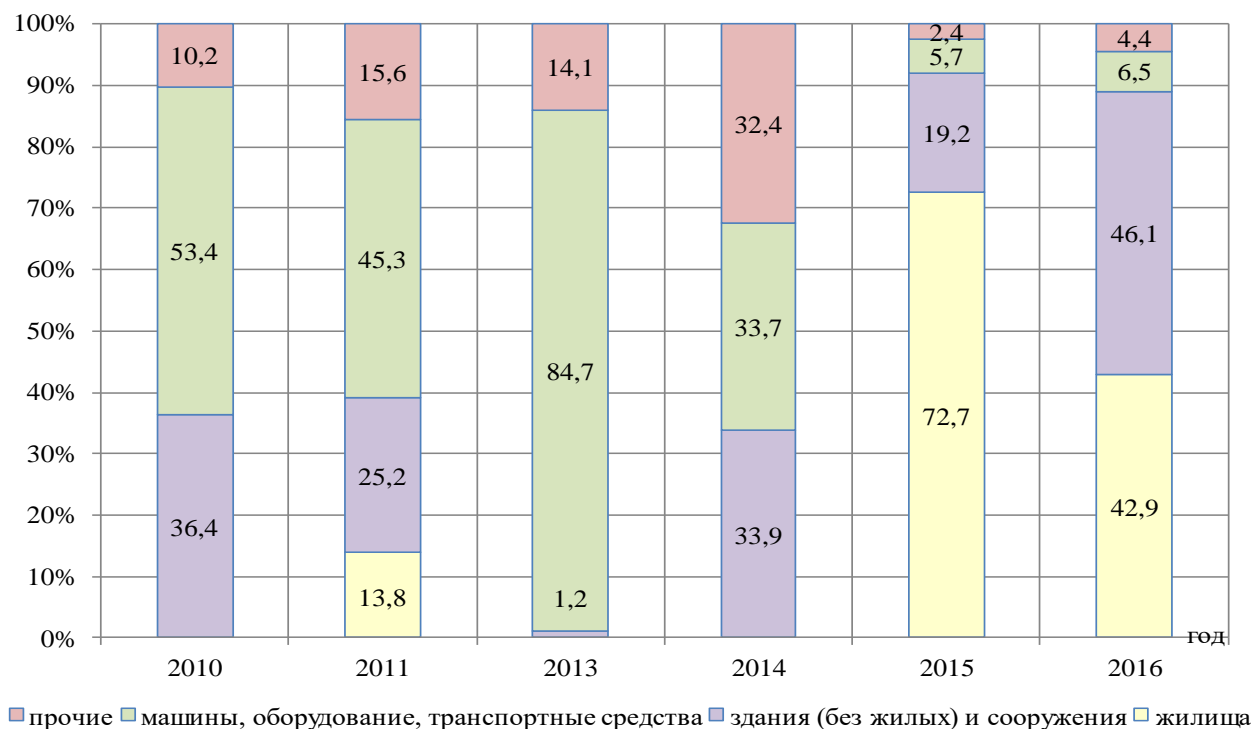


Рисунок 12 - Структура инвестиций в основной капитал по видам основных фондов, 2010-2016 гг.

В структуре инвестиций в основной капитал в 2016 году 42,9 % приходится на инвестирование в жилье, 46,1 % вложения в строительство нежилых зданий и сооружений, 6,5 % - в машины, оборудование, транспортные средства.

На протяжении ряда лет район занимает одно из ведущих мест в Амурской области по вводу в эксплуатацию жилых домов за счет всех источников финансирования, в том числе и индивидуальных застройщиков. В 2016 году на территории района введено жилья 12784 кв. м. или 56,15 % к

³⁶ Амурский статистический ежегодник 2017: статистический сборник. Благовещенск, Амурстат, 2017. С.405.

уровню прошлого года (2015 год – 22768 кв. м.), в том числе индивидуальными застройщиками –2835 кв. м. (2015 год -7109 кв. м.), что в расчете на одного жителя района составляет квадратных метров общей площади 0,50 (в целом по Амурской области этот показатель составляет 0,26). В итоге район занял 2 место в области после г. Благовещенск.³⁷

Основным источником финансирования инвестиций в основной капитал организаций являются собственные средства организаций (рисунок 13).³⁸

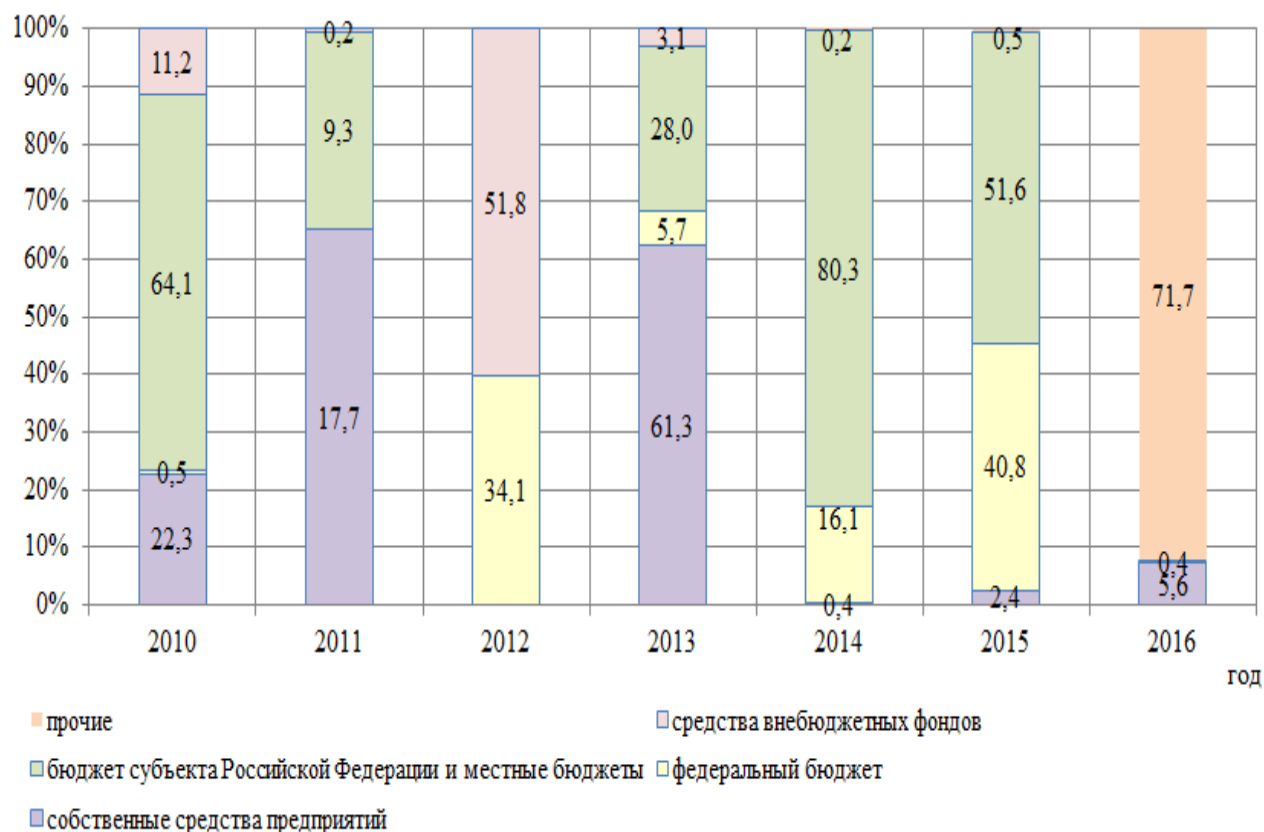


Рисунок 13 – Структура инвестиций в основной капитал по источникам финансирования

Важнейшим источником инвестиций в общем объеме привлекаемых средств являются бюджетные средства. В 2017 году доля прочих средств в структуре инвестиций составила 71,7 %. При этом доля собственных средств

³⁷ Паспорт муниципального образования Благовещенский район [Электронный ресурс]. URL: <https://www.blagraion.ru/node/2523> (дата обращения 10.06.2018).

³⁸ Паспорт муниципального образования Благовещенский район [Электронный ресурс]. URL: <https://www.blagraion.ru/node/2523> (дата обращения 10.06.2018).

имеет тенденцию к снижению.³⁹

Структура инвестиций в основной капитал муниципального образования город Благовещенск, направленных на развитие различных видов экономической деятельности, представлена на рисунке 14.⁴⁰

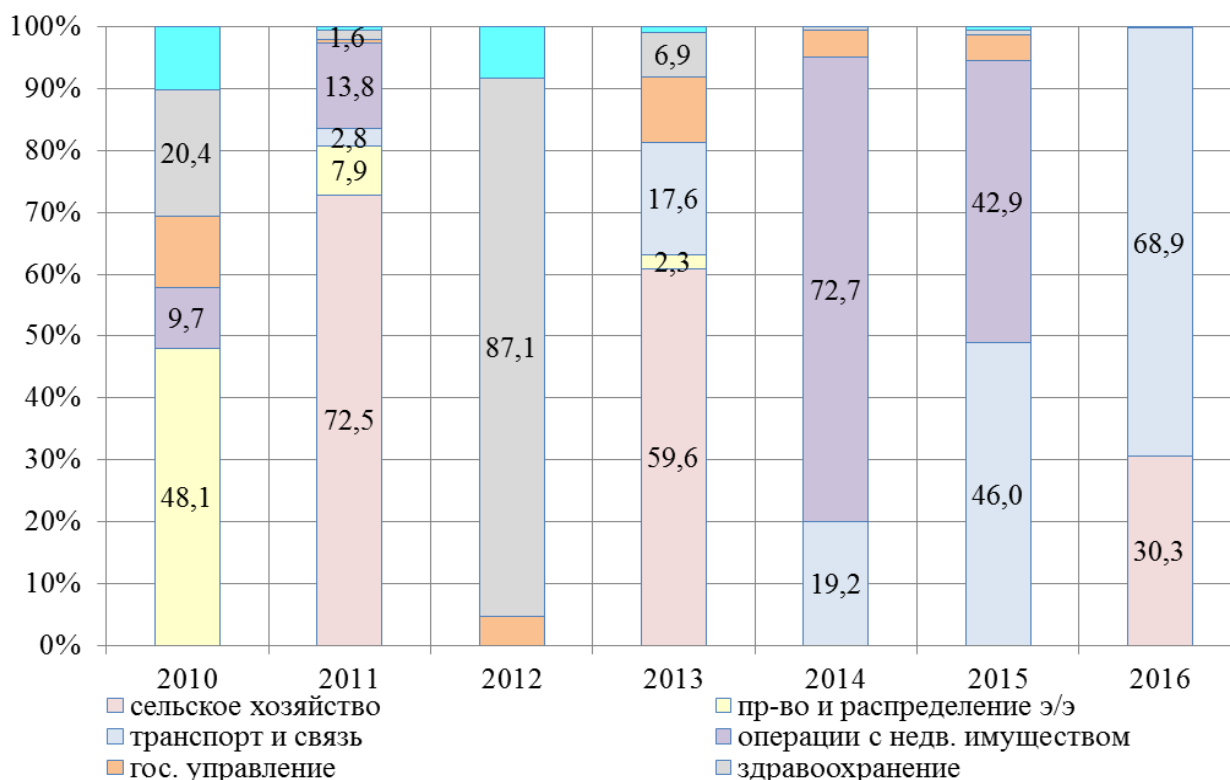


Рисунок 14 – Структура инвестиций по видам экономической деятельности в 2011 г., 2016 г.

За весь исследуемый период наиболее инвестиционно привлекательными отраслями города остаются транспорт и связь, сельское хозяйство, операции с недвижимым имуществом.

Анализ инвестиционной активности в районе показал, что определяющим в развитии района на сегодняшний день является реализация крупномасштабных инвестиционных проектов с участием иностранного капитала, а также крупных корпораций, интересы которых индифферентны к инвестиционной привлекательности района.

³⁹ Амурский статистический ежегодник 2017: статистический сборник. Благовещенск, Амурстат, 2017. С.410-412.

⁴⁰ там же. С. 413.

При этом стоит отметить, что факт реализации данных проектов сам по себе является фактором повышения инвестиционной привлекательности муниципального района для потенциальных инвесторов. Данное обстоятельство предопределяет необходимость активного использования территориального маркетинга, суть которого заключается в продвижении территории как выгодного пространства для реализации перспективных инвестиционных проектов.⁴¹

2.3 Использование инструментов территориального маркетинга – как фактор повышения инвестиционной привлекательности Благовещенского района

В последнее время значительную роль при реализации инвестиционной политики, в целях повышения инвестиционной привлекательности территорий отводят инструментам территориального маркетинга.⁴²

Среди инструментов территориального маркетинга принято выделять традиционные и специфические (таблица 10).⁴³

Таблица 10 – Инструменты территориального маркетинга

Инструменты	Характеристика	Предназначение
1	2	3
Традиционные		
Индикаторы	это статистические данные, которые подобраны специально по какой-либо проблематике и указывающие на пути ее решения. Используя индикаторы, можно четко сформулировать проблему и дать комплексное представление о предмете исследования (показатели социально-экономического развития конкретной территории).	Данные инструменты маркетинга помогут в дальнейшем правильно расставить приоритеты при разработке маркетинговой стратегии территории с учетом ее специфичности.
Индексы	информация комплексного интегративного характера (индекс потребительских цен и индекс человеческого развития)	
Рейтинги	это формализованные в виде шкал инструменты сопоставления ряда анализируемых объектов по определенным интегральным характеристикам.	

⁴¹ Кельбах, Е. И., Пьянков, В. В. Маркетинг территории как инструмент повышения конкурентоспособности малых городов. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-territorii-kak-instrument-povysheniya-konkurentosposobnosti-malyh-gorodov> - 13.06.2018.

⁴² Биглова А. А. Территориальный маркетинг как фактор повышения инвестиционной привлекательности. [Электронный ресурс]. URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/79EVN615.pdf> (дата обращения 10.06.2018).

⁴³ Баженова Е. Ю. Бренд территории: содержание, модели формирования, практика конструирования в российских регионах // Пространство экономики. 2013. №3-2. С. 123.

SWOT анализ	– позволяет дать комплексную оценку текущему состоянию территории и ее конкурентоспособности. Результатом данного анализа является выведение достоинств/недостатков, угроз/возможностей, которые можно использовать в ходе построения модели стратегического развития. После проведения SWOT – анализа, можно переходить к этапу принятия решения о дальнейшем развитии, определить текущее положение и наметить желаемые ориентиры. Конкретизация такого рода пожеланий возможна с применением маркетинговых инструментов исследования целевых рынков и позиционирования территорий.	Данные виды анализа позволяют не только адекватно оценить существующие маркетинговые концепции, но и правильно построить прогнозы развития событий.
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Продолжение таблицы 10

1	2	3
Специфические		
Информационно-рекламные	необходимая информация о собственных возможностях и предложениях; путеводители, буклеты и т.д.; публикации в СМИ; прямая почта; интернет-ресурсы; специальные рассылки	помогают доносить информацию до потенциальных посетителей территории
Спонсорство	специальные акции по привлечению внимания и формированию хорошего имиджа территории: поддержка спорта, культуры и искусства, проведение фестивалей, праздников и т.д.	служит формированию позитивного имиджа территории, который важен для привлечения инвесторов и туристов.
Инновационные инструменты	бенчмаркинг, брендинг, интернет-маркетинг, концептуальное моделирование развития территорий, ABC-анализ ресурсных возможностей территорий.	формирование желаемого имиджа территории в сознании целевых аудиторий.

В современных условиях, когда происходит рост конкуренции за привлечение инвестиционных ресурсов на территорию муниципального образования, использование брендинга территории может способствовать активизации инвестиционного интереса к МО.⁴⁴

Муниципальный бренд является инструментом продвижения территории, представляющим собой устойчивые представления различных типов потребителей (органов власти всех уровней, жителей данной и других

⁴⁴ Качагин, Е. А. Маркетинг территорий. Ульяновск : УлГТУ, 2014. С. 102.

территорий, инвесторов и др.) об отличительных экономических, социально-правовых, культурно-ментальных, природных, пространственных характеристиках конкретного муниципального образования, основанных на комплексе материальных и нематериальных доминант.⁴⁵

Основные функции бренда территории представлены на рисунке 15.⁴⁶

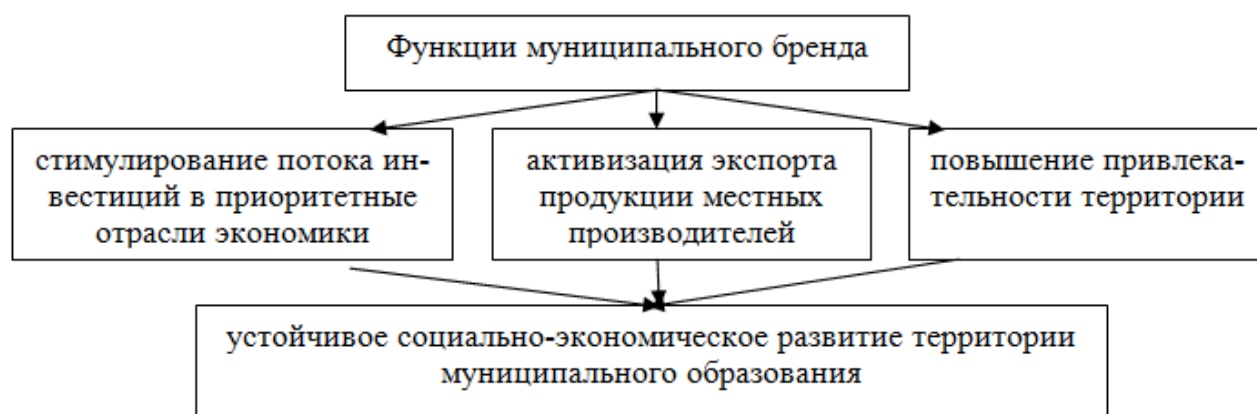


Рисунок 15 – Функции муниципального бренда

Брендинг муниципального образования представляет собой систему действий, целью которых является создание сильного и устойчивого имиджа муниципального образования.⁴⁷

Правильно выстроенный бренд, чёткое позиционирование муниципального района позволяет администрации и представителям бизнеса данной территории наиболее эффективно взаимодействовать с различными целевыми группами: инвесторами, туристами, собственным населением.

К сожалению, в России профессионально не занимаются созданием брендов муниципальных районов, уделяя основное внимание крупным и средним городам. В этой ситуации муниципальные районы пытаются использовать собственные ресурсы (местных жителей), объявляя различного рода конкурсы. Недостаток разработок в этой сфере делает актуальной задачу

⁴⁵ Адамчук, И. А., Рябова, Н. В. Бренддинг территории // Территория науки. -2015. №3. С. 73

⁴⁶ Воротников, А.М., Кабашкина, Т.В. Перспективы привлечения инвестиций в регионы посредством сочетания бренднга территорий и механизмов государственно-частного партнерства // Финансовая аналитика: проблемы и решения. 2011. №11. С. 43.

⁴⁷ Фоменко С.А. Формирование муниципальных брендов как базы конкурентных преимуществ региона: автореф. дис. канд. экон. наук. Владимир, 2010. С. 11.

адаптации существующих методик (или разработку новых) создания бренда территорий к уровню муниципальных районов.⁴⁸

В рамках бакалаврской работы с целью определения востребованности создания бренда муниципального образования было проведено анкетирование, целью которого является выявление отличительных особенностей Благовещенского района, которые являются ее конкурентными преимуществами, и будут являться основой концепции будущего бренда (Приложение В).

За 30 календарных дней проведения анкетирования «Благовещенский район – Мой район» было опрошено 98 респондентов в возрасте от 16 до 65 лет, среди которых были жители района, жители областного центра г. Благовещенск (учащиеся и сотрудники ВУЗов; предприниматели; сотрудники Администрации).

Результаты анкетирования по вопросу «С чем ассоциируется у Вас Благовещенский район?» представлены на рисунке 16.

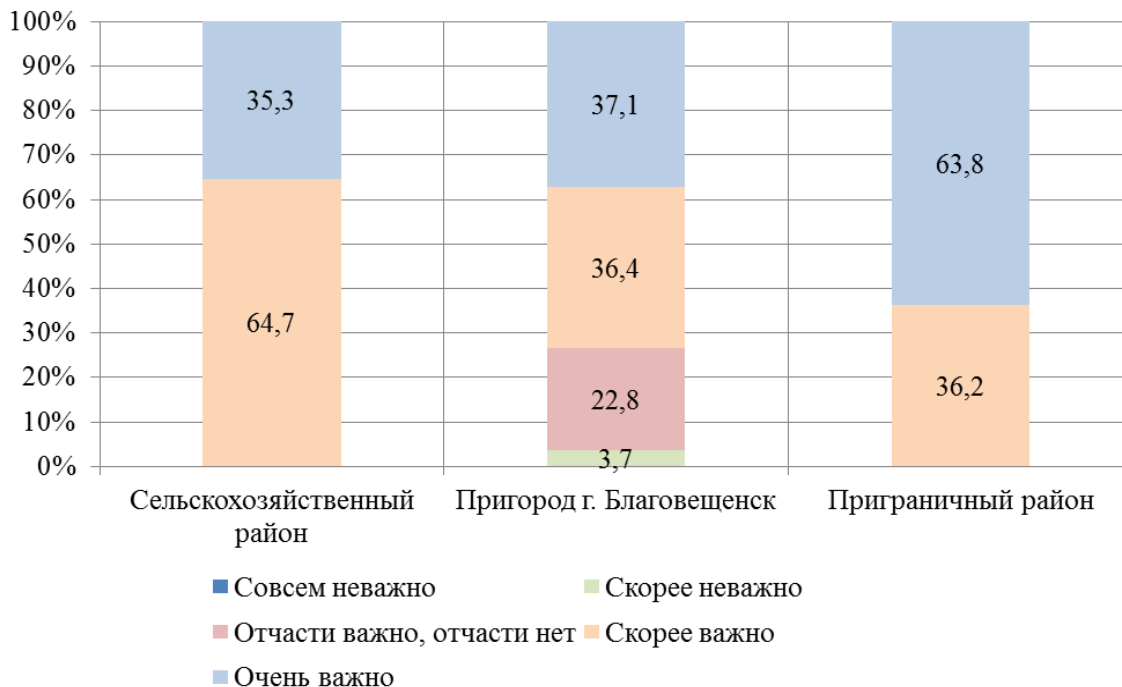


Рисунок 16 – Результаты анкетирования по вопросу «С чем ассоциируется у Вас Благовещенский район?»

⁴⁸ Адамчук, И. А., Рябова, Н. В. Бренддинг территории // Территория науки. 2015. №3. С. 74.

Таким образом, Благовещенский район ассоциируется у респондентов как сельскохозяйственный и приграничный район. Также респонденты указали на то, что район ассоциируется как пригород Благовещенска.

На вопрос «Чем привлекает Благовещенский район новых жителей», респонденты указали на возможности развития бизнеса, экологическую обстановку, близость к областному центру, создание ТОР «Приамурская» (рисунок 17).

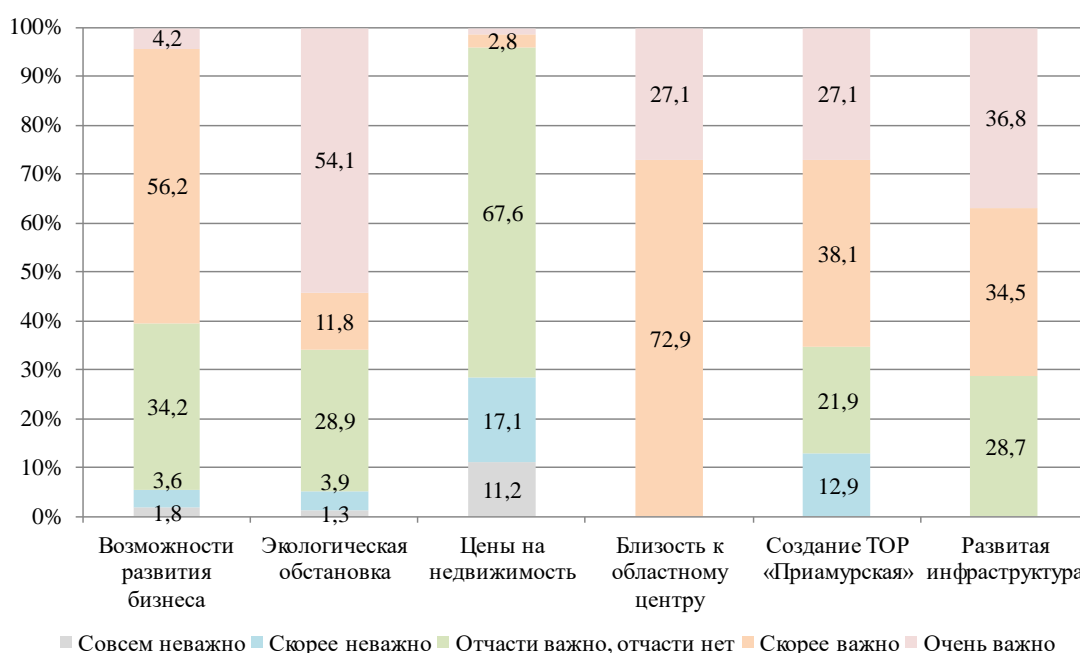


Рисунок 17 - Результаты анкетирования по вопросу «Чем привлекает Благовещенский район новых жителей?»

На вопрос «В чем Вы видите слабые стороны Благовещенского района?» ответы респондентов распределились следующим образом (рисунок 18).

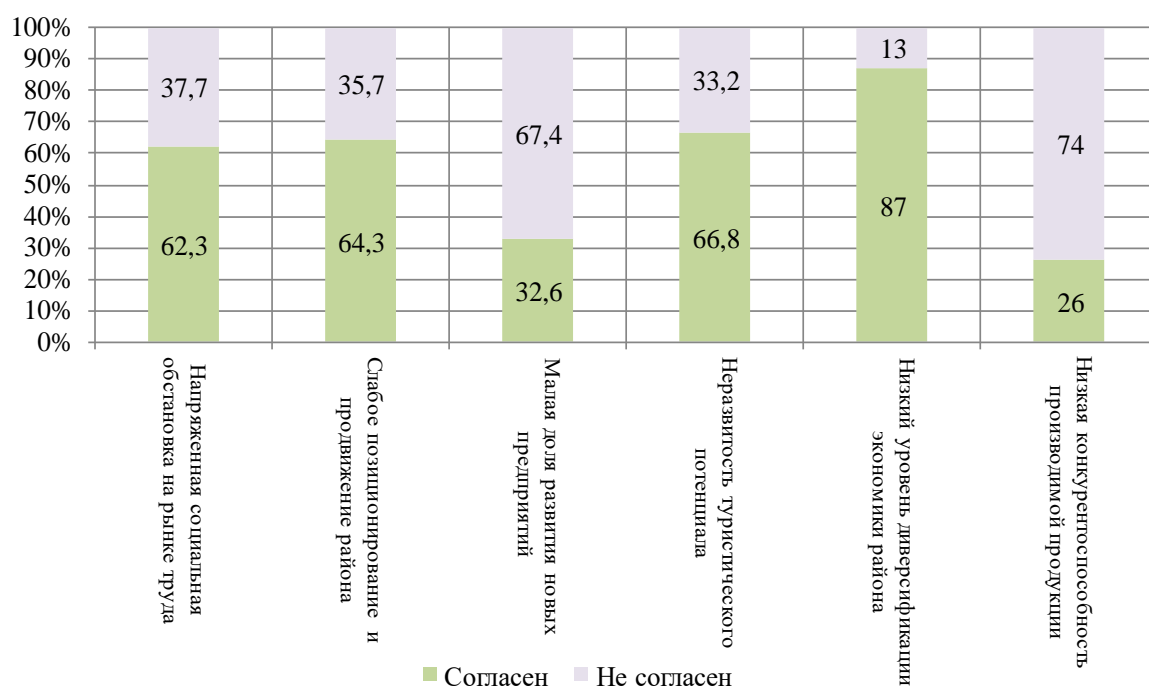


Рисунок 18 - Результаты анкетирования по вопросу «В чем Вы видите слабые стороны Благовещенского района?»

Проведенное анкетирование может быть использовано в деятельности администрации Благовещенского района при разработке бренда территории.

В рамках бакалаврской работы была разработана «Концепция брендинга Благовещенского муниципального района до 2025 года» (Приложение Г).

Целью брендинга Благовещенского муниципального района – необходимость в конкурентоспособности, т.к. бренд является важным фактором продвижения территории, создание привлекательного образа Благовещенского муниципального района, повышение деловой активности бизнес-сообщества, увеличение инвестиционной привлекательности, развитие равноправного и взаимовыгодного районного и межрайонного сотрудничества через единую муниципальную и государственную политику, обеспечение присутствия муниципального района в информационном пространстве.

Кроме этого, автором была предложена процедура создания бренда Благовещенского района, которая предполагает выполнение последовательных этапов (таблица 11).

Таблица 11 - Процедура создания бренда Благовещенского района

Этап	Мероприятия	
1	2	3
Подготовительный этап.	1) выбор и определение брендируемой территории.	Благовещенский район
	2) определение потенциального заказчика работ по разработке проекта бренда территории	Администрация Благовещенского района
	3) открыть проект «Внедрение технологии брендинга и формирование бренда Благовещенского района»	Распоряжение Администрации Благовещенского района.
Аналитический этап.	Анализ внешней среды и задаваемых ей предпосылок для брендинга территории (сбор информации по территориальному брендингу; изучение существующих брендов территории и тех задач, которые они выполняют; выявление во внешней среде потребности на конкретный бренд территории; социально-экономическая ситуация во внешней среде в целом, обуславливающая спрос на бренд территории).	Рабочая группа, привлечение стейкхолдеров.

Продолжение таблицы 11

1	2	3
	Анализ потенциала территории, оценка её современного состояния и выделение ключевых моментов (особенности исторического развития территории; расположение территории, ландшафт; администрация территории, органы управления и их деятельность; обустройство территории (оснащённость значимыми объектами); архитектурное и культурное пространство территории; основные отрасли экономической деятельности; производственно-технические ресурсы, которыми обладает территория; жители территории (социально-демографические показатели).	
Проектирование	1) постановка целей и задач территориального брендинга; 2) разработка стратегии использования преимуществ территории для достижения поставленных целей; 3) разработка инфраструктурных и инновационных проектов для продвижения территории; 4) разработка программы создания бренда территории.	Рабочая группа, привлечение стейкхолдеров.
Реализация.	Последовательная реализация программы брендинга.	Создание (или наделение полномочиями) структурного подразделения по

		управлению брендингом территории*.
Оценочный этап	Оценка эффективности бренда территории (узнаваемость территории, её наличие в информационном пространстве; внимание к территории и частота обращений к ней со стороны внешней среды; количество привлечённых к территории инвестиций и новых проектов; количество привлечённых к территории людей: туристы и новые жители).	Ежегодный мониторинг. Ответственный за подготовку - структурное подразделение администрации по управлению брендингом территории.

Местная власть является инициатором формирования рабочей группы по продвижению бренда. Широкий круг участников, прежде всего, необходим, для выполнения анализа территории, выделения конкурентных преимуществ и подготовки SWOT-анализа. На основе проведенной работы группа начинает заниматься формированием главной идеи и содержания бренда, разрабатывается стратегия продвижения и концепция позиционирования в СМИ.

Руководители муниципального образования утверждают программу брендинга, а также наделяют структурное подразделение полномочиями по управлению брендом. Оценочный этап предполагает проведение ежегодного мониторинга по определенным индикаторам, с целью дальнейшей работы по формированию бренда.

Популяризация бренда — важнейшее направление в работе органов местного самоуправления. Именно от грамотной работы в сфере PR зависит создание информационного поля территории, эффективная работа со СМИ и блогосферой, презентация образования на выставках, конференциях, а также работа с лидерами общественного мнения. Следует отметить, что понимание особенностей территориального брендинга на уровне муниципального района позволяет задействовать совершенно новые ресурсы, которые на уровне, например, региона или страны не смогут дать должного эффекта. Однако эффективный брендинг территории, возможен только тогда, когда

формируются идеи и образы, которые будут разделять большинство проживающих в данном муниципальном районе.

Практика показывает, что брендинг муниципального образования — это задача стратегическая и долговременная. Это не создание сайта, газеты, слогана или логотипа, не работа отдельных лиц или предприятий, и даже не производство VIP подарков и сувениров с символикой. Брендинг муниципального образования, это последовательная и планомерная реализация заранее утвержденной брендинговой стратегии включающей в себя все эти действия в совокупности. Для того, чтобы она была успешной, требуется сотрудничество всех участников - представителей органов власти, бизнеса, социальных сфер деятельности, СМИ и блогосферы.

Ожидаемыми системными эффектами брендинга территорий Благовещенского района должны стать социально-экономические и маркетинговые эффекты (рисунок 19).

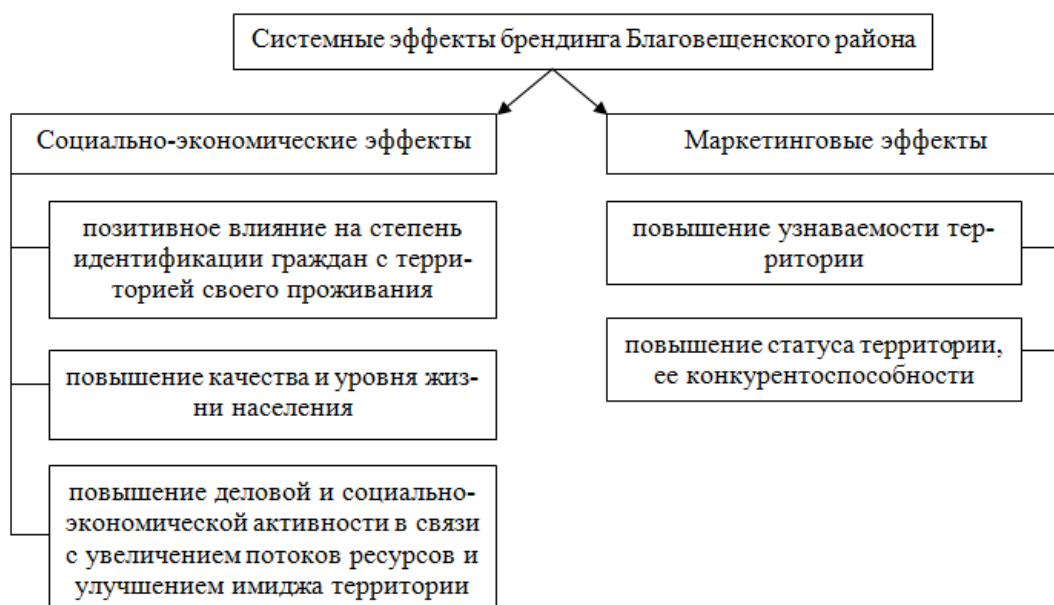


Рисунок 19 - Ожидаемые системные эффекты брендинга территорий Благовещенского района

Проведенное во 2 разделе исследование позволяет сформировать

следующие обобщающие выводы:

1) органом муниципального управления, осуществляющим формирование и реализацию инвестиционной политики выступает Администрация Благовещенского района. Основной целью инвестиционной политики Благовещенского района является создание и развитие инвестиционной среды на территории района, которая позволит создать благоприятный инвестиционный климат; установить системный диалог власти и бизнеса через согласование целей и приоритетов развития; создать механизм увеличения объемов производства продукции, работ и услуг; сформировать имидж района как территории привлекательной для инвестиций, что позволит повысить конкурентоспособность района и области;

2) анализ инвестиционной активности в районе показал, что определяющим в развитии района на сегодняшний день является реализация крупномасштабных инвестиционных проектов с участием иностранного капитала, а также крупных корпораций, интересы которых индифферентны к инвестиционной привлекательности района. При этом стоит отметить, что факт реализации данных проектов сам по себе является фактором повышения инвестиционной привлекательности муниципального района для потенциальных инвесторов. Данное обстоятельство предопределяет необходимость активного использования территориального маркетинга, суть которого заключается в продвижении территории как выгодного пространства для реализации перспективных инвестиционных проектов;

3) в современных условиях, когда происходит рост конкуренции за привлечение инвестиционных ресурсов на территорию муниципального образования, использование брендинга территории может способствовать активизации инвестиционного интереса к МО;

4) в рамках бакалаврской работы с целью определения востребованности создания бренда муниципального образования было проведено анкетирование, целью которого является выявление отличительных особенностей

Благовещенского района, которые являются ее конкурентными преимуществами, и будут являться основой концепции будущего бренда. Проведенное анкетирование может быть использовано в деятельности администрации Благовещенского района при разработки бренда территории;

5) в рамках бакалаврской работы была разработана «Концепция брендинга Благовещенского муниципального района до 2025 года». Кроме этого, автором была предложена процедура создания бренда Благовещенского района, которая предполагает выполнение последовательных этапов;

6) ожидаемыми системными эффектами брендинга территорий Благовещенского района должны стать социально-экономические и маркетинговые эффекты.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование позволило сформулировать следующие выводы:

1) одним из направлений деятельности органов муниципального управления, является формирование и реализация инвестиционной политики, основной целью которой является увеличение объема инвестиций в экономику и социальную сферу за счет более эффективного использования бюджетных средств и привлечения внебюджетных ресурсов;

2) реализация инвестиционной деятельности имеет ряд особенностей на муниципальном уровне, что в свою очередь оказывает влияние на формируемые цели, задачи, формы и методы управления инвестиционной деятельностью;

3) важной составляющей инвестиционной политики является разработка

системы мер, направленных на привлечение на территорию местного самоуправления средств отечественных и зарубежных инвесторов, достаточных для реализации намеченных целей укрепления финансово-экономической базы местного самоуправления, решения широкого круга проблем обеспечения жизнедеятельности местного сообщества, что требует их детального изучения методов и инструментов реализации муниципальной инвестиционной политики;

4) реализация муниципальной инвестиционной политики регламентируется федеральным и региональным законодательством. Органы местного самоуправления в рамках своих полномочий также разрабатывают и утверждают нормативно-правовые документы, направленные на активизацию инвестиционного процесса и создание условий потенциальным инвесторам;

5) органом муниципального управления, осуществляющим формирование и реализацию инвестиционной политики выступает Администрация Благовещенского района.

Основной целью инвестиционной политики Благовещенского района является создание и развитие инвестиционной среды на территории района, которая позволит создать благоприятный инвестиционный климат; установить системный диалог власти и бизнеса через согласование целей и приоритетов развития; создать механизм увеличения объемов производства продукции, работ и услуг; сформировать имидж района как территории привлекательной для инвестиций, что позволит повысить конкурентоспособность района и области;

6) анализ инвестиционной активности в районе показал, что определяющим в развитии района на сегодняшний день является реализация крупномасштабных инвестиционных проектов с участием иностранного капитала, а также крупных корпораций, интересы которых индифферентны к инвестиционной привлекательности района.

При этом стоит отметить, что факт реализации данных проектов сам по себе является фактором повышения инвестиционной привлекательности муниципального района для потенциальных инвесторов. Данное обстоятельство предопределяет необходимость активного использования территориального маркетинга, суть которого заключается в продвижении территории как выгодного пространства для реализации перспективных инвестиционных проектов;

7) в современных условиях, когда происходит рост конкуренции за привлечение инвестиционных ресурсов на территорию муниципального образования, использование брендинга территории может способствовать активизации инвестиционного интереса к МО;

8) в рамках бакалаврской работы с целью определения востребованности создания бренда муниципального образования было проведено анкетирование, целью которого является выявление отличительных особенностей Благовещенского района, которые являются ее конкурентными преимуществами, и будут являться основой концепции будущего бренда. Проведенное анкетирование может быть использовано в деятельности администрации Благовещенского района при разработки бренда территории;

9) в рамках бакалаврской работы была разработана «Концепция брендинга Благовещенского муниципального района до 2025 года». Кроме этого, автором была предложена процедура создания бренда Благовещенского района, которая предполагает выполнение последовательных этапов;

10) ожидаемыми системными эффектами брендинга территорий Благовещенского района должны стать социально-экономические и маркетинговые эффекты.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Абрамов, А. П. Эффективность работы органов местного самоуправления – основа формирования инвестиционного климата в муниципальном образовании // Вестник ТГПУ. - 2012. - №12 (127). – С. 9-13.
- 2 Аганбегян, А.Г. Инвестиции - основа ускоренного социально-экономического развития России // Деньги и кредит. - 2012. - № 5. - С.10-16.
- 3 Адамчук, И. А., Рябова, Н. В. Брендинг территории // Территория науки. -2015. - №3. – С. 72-74.
- 4 Амурский статистический ежегодник 2017: Статистический сборник/

Амурстат. - Благовещенск, 2017. - 472с.

5 Атаева, Т. А. Брендинг как инструмент привлечения инвестиций в регион (на примере республики Дагестан) // Теория и практика общественного развития. - 2014. - №18. – С. 90-91.

6 Атлас муниципальных практик [Электронный ресурс]. Режим доступа: https://fas.gov.ru/upload/standartfas/%D0%90%D1%82%D0%BB%D0%B0%D1%81_1_%D0%A2%D0%9E%D0%9C.pdf - 10.06.2018.

7 Баженова Е. Ю. Бренд территории: содержание, модели формирования, практика конструирования в российских регионах // Пространство экономики. - 2013. - №3-2. – С. 120-125.

8 Бочаров, В. В. Инвестиции: учебник /В. В. Бочаров. – СПб.: Питер, 2009. – 384 с.

9 Воротников, А.М., Кабашкина, Т.В. Перспективы привлечения инвестиций в регионы посредством сочетания брендинга территорий и механизмов государственно-частного партнерства // Финансовая аналитика: проблемы и решения. - 2011. - №11. – С. 41-47.

10 Грасмик, К. Агентства по привлечению прямых иностранных инвестиций и их роль в региональной инвестиционной политике / К. Грасмик // Проблемы теории и практики управления - 2016. - № 1. - С.75-81.

11 Гришина, И.В. Система отраслевых приоритетов привлечения иностранных инвестиций: учет национальных интересов России / И.В.Гришина, И.В.Голубкин // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. - 2014. - № 10. - С. 2-15.

12 Губанова, Е.С. Методологические основы систематизации понятий инвестиционной проблематики [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://journal.vs-cc.ac.ru/php/jou/25/art25_12.php - 10.06.2018.

13 Дасковский, В. Объем, направления и структура инвестиций / В. Дасковский, В. Киселев // Экономист. - 2016. - № 5. - С.56-68.

14 Деева, А.И. Инвестиции: учебное пособие / А.И. Деева. — М.: Изд-во

«Экзамен», 2009. – 436 с.

15 Доронина, Н.Г. Правовые условия формирования благоприятного инвестиционного климата и информационной среды в Российской Федерации / Н.Г. Доронина, Н.Г. Семилютина // Журнал российского права. - 2012. - № 10. - С. 5-13.

16 Жулина, Е.Г. Инвестиции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/760>. – 01.06.2018.

17 Звягинцева, О. Оценка инвестиционного риска региона // Экономист. - 2010. - № 9. - С. 17-28.

18 Зиннуров, И.Ф. Инвестиционная активность муниципальных властей как фактор территориального развития (на примере республики Башкортостан) / И.Ф.Зиннуров, И.А.Ситнова // Региональная экономика: теория и практика. - 2008. - №8 (65). - С. 20 - 23.

19 Зотов, В.Б. Система муниципального управления: учебник для вузов / В.Б. Зотов. - СПб.: Лидер, 2005. - 493 с.

20 Зубкова, Л.Д. Методы оценки инвестиционного климата региона /Л.Д. Зубкова// Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. - 2005. - № 4. - С.15-21.

21 Ивашковский, С.Н. Экономика: микро и макроанализ: учеб.-практ. пособие / С.Н. Ивашковский. – М.: Дело, 2009. – 360 с.

22 Игониная, Л.Л. Инвестиции: учеб.пособие / Л.Л. Игониная. - М.: Юристъ, 2012. - 480 с.

23 Инвестиции: учеб. пособие / под ред. М.В. Чиненова. – М.: КноРус, 2011. – 368 с.

24 Инвестиции: учебник / под ред. П.И. Вахрина. - М. : Дашков и К, 2004. - 384 с.

25 Инвестиции: учебное пособие / под ред. В.В. Ковалева.- М.: Проспект, 2008. – 360 с.

26 Инвестиционная политика : учеб. пособие / В. И. Огородников [и др.]. -

Новосибирск. : СИУ РАНХиГС, 2014.- 76 с.

27 Инвестиционная политика муниципального образования [Текст]: учеб. пособие / под ред. А.Э. Саак, О.А. Колчина. - СПб.: Питер, 2010. - 336 с.

28 Кабачевская, Е.А. Инвестиционный климат, как вектор инновационного развития региона (на примере Краснодарского края) /Е.А. Кабачевская // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 35. – С. 33–37.

29 Кельбах, Е. И., Пьянков, В. В. Маркетинг территории как инструмент повышения конкурентоспособности малых городов. Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/marketing-territorii-kak-instrument-povysheniya-konkurentosposobnosti-malyh-gorodov> - 13.06.2018.

30 Колчина, О.А. Методика оценки инвестиционного климата муниципального образования / О.А. Колчина// Известия ЮФУ. Технические науки.- 2006.- № 10.- С.134-137.

31 Кошелев, А.А. «Брендинг территорий»: к вопросу о теоретико-методологических аспектах определения понятия // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Социология. Политология. - 2017. - №2. – С. 133-135.

32 Кузнецова, С.А. Инвестиции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/762>. – 10.06.2018

33 Малышев, Антон Андреевич Инвестиционная политика и социально-экономическая система муниципального образования // Теория и практика общественного развития. - 2010. - №1. – С. 319-322.

34 Мальцева, Ю.Н. Инвестиции [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6277>. – 10.06.2018.

35 Марамыгин, М.С. Стратегия опережающего развития как основа инвестиционной привлекательности региона [Электронный ресурс]. Режим доступа:http://elibrary.ru/download/elibrary_26434867_61833169.pdf - 10.06.2018.

36 Меркулов, Я.С. Инвестиции: учебное пособие /Я.С. Меркулов.- М.: ИНФРА-М, 2010. – 420 с.

37 Нешиной, А. С. Инвестиции: учебник /А.С. Нешиной. - М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К⁰», 2010. - 372 с.

38 О локальных зонах экономического благоприятствования на территории Амурской области [Электронный ресурс]: закон Амурской области от 27.06.2012 № 66-ОЗ. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант».

39 О создании Совета по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства [Электронный ресурс]: постановление администрации Благовещенского района от 04.10.2016 № 679. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант».

40 Об автономной некоммерческой организации «Агентство Амурской области по привлечению инвестиций» [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства Амурской области от 10.10.2016 г. № 124-р. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант».

41 Об инвестиционной деятельности в Амурской области [Электронный ресурс]: закон Амурской области от 05.09.2007 г. № 374-ОЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

42 Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации осуществляемой в форме капитальных вложений [Электронный ресурс]: федеральный закон от 25.02.1998 г. № 39-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

43 Об инвестиционных фондах [Электронный ресурс]: федеральный закон от 29.11.2001 г. № 156-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

44 Об иностранных инвестициях Российской Федерации [Электронный ресурс]: федеральный закон от 09.07.1999 г. № 160-ФЗ. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

45 Об установлении дополнительных оснований и иных условий предоставления отсрочки и рассрочки по уплате региональных налогов и об иных основаниях и условиях предоставления инвестиционного налогового кредита [Электронный ресурс]: закон Амурской области от 13.05.2009 № 201-

ОЗ. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант». ;

46 Об утверждении инвестиционной декларации Благовещенского района [Электронный ресурс]: постановление администрации Благовещенского района от 04.10.2016 № 680. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант».

47 Об утверждении Положения о муниципально-частном партнерстве в Благовещенском районе [Электронный ресурс]: Постановление администрации Благовещенского района от 11.10.2016 № 716. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант».

48 Об утверждении Положения о сопровождении инвестиционных проектов на территории Благовещенского района » [Электронный ресурс]: постановление администрации Благовещенского района от 17.03.2016 № 544. Доступ из информ.-правовой системы «Гарант».

49 Об утверждении Стандарта деятельности органов местного самоуправления муниципальных образований Амурской области по обеспечению благоприятного инвестиционного климата [Электронный ресурс]: распоряжение Правительства Амурской области от 27.06.2017 г. № 75-р. Доступ из справ.-правовой системы «Гарант».

50 Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2025 года [Электронный ресурс]: постановления Правительства Амурской области от 13.07.2012 № 380.

51 Саак, А. Оценка инвестиционной привлекательности муниципального образования / А Саак., О.Колчина // Муниципальная власть.-2006.- № 4.- С. 64.

52 Турганали, И.Т. Экономическое содержание и структура инвестиционного потенциала региона / И.Т.Турганали, А.Ш. Абдимомынова //Молодой ученый. 2016. - № 4. - С. 507-510.

53 Хазанович, Э.С. Инвестиции: учеб. пособие / Э.С. Хазанович. – М.: КноРус, 2011. – 320 с.

54 Хасанов, И.Ф. Институциональное обеспечение инвестиционной политики региона [Электронный ресурс]. Режим доступа:

<http://www.iprbookshop.ru/10218>. – 10.06.2018

55 Янковский, К.П. Инвестиции: учебник / К.П. Янковский. – СПб.: Питер, 2012. – 368 с.

56 Ярмухаметов, В.Г. Управление инвестиционной деятельностью муниципальных образований: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук / В.Г. Ярмухаметов. – Уфа: 2009. - 25 с.

57 Ярмухаметов, В.Г. Управление инвестиционной деятельностью муниципальных образований [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10255>. – 10.06.2018

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Таблица А.1 – Нормативные правовые документы Амурской области, регулирующие инвестиционную деятельность

Нормативные правовые документы	Характеристика документов
1	2
<i>Основания и порядок получения финансовой и имущественной поддержки инвесторами</i>	

<p>Закон Амурской области от 30.06.2008 № 67-ОЗ «О порядке предоставления государственных гарантий Амурской области»;</p> <p>Закон Амурской области от 13.05.2009 № 201-ОЗ «Об установлении дополнительных оснований и иных условий предоставления отсрочки и рассрочки по уплате региональных налогов и об иных основаниях и условиях предоставления инвестиционного налогового кредита»;</p> <p>Закон Амурской области от 04.10.2010 № 389-ОЗ «О пониженных ставках налога на прибыль организаций, подлежащего зачислению в областной бюджет»;</p> <p>Закон Амурской области от 28.11.2003 № 266-ОЗ «О налоге на имущество организаций на территории Амурской области»;</p> <p>Закон Амурской области от 14.02.2014 № 321-ОЗ «О реализации отдельных положений налогового кодекса РФ в части осуществления региональных инвестиционных проектов».</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 09.03.2011 № 123 «Об утверждении Правил субсидирования части процентной ставки по кредитам, полученным в кредитных организациях РФ юридическими лицами, осуществляющими деятельность на территории Амурской области, направленным на осуществление основной производственной деятельности и капитальные вложения по видам экономической деятельности «обрабатывающие производства», «строительство»;</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 08.06.2009 № 251 «Об утверждении перечня документов, представляемых для получения государственной гарантии Амурской области, и порядка оформления государственной гарантии Амурской области».</p>	<p>Обеспечивают получение инвесторами налоговых льгот, государственных гарантий, субсидий процентной ставки.</p>
<i>Взаимодействие инвесторов с региональными и местными органами власти</i>	
<p>Закон Амурской области от 05.09. 2007 № 374-ОЗ «Об инвестиционной деятельности в Амурской области»</p> <p>Закон Амурской области от 26.04.2013 № 181-ОЗ «Об инвестиционном фонде Амурской области».</p> <p>Постановление губернатора Амурской области от 05.08.2013 № 215 «Об утверждении инвестиционной декларации Амурской области».</p> <p>Постановление Правительства Амурской области от 19.11.2014 № 697 «Об утверждении Регламента сопровождения инвестиционных проектов по принципу «одного окна».</p>	<p>Направлены на создание режима наибольшего благоприятствования инвесторам, поддержку инвестиционных проектов, имеющих региональное и межрегиональное значение.</p>

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

1	2
<i>Инвестиционные приоритеты</i>	

<p>Закон Амурской области от 27.06.2012 № 66-ОЗ «О локальных зонах экономического благоприятствования на территории Амурской области»</p> <p>Закон Амурской от 05.12.2006 № 259-ОЗ «О регулировании градостроительной деятельности в Амурской области»</p> <p>Закон Амурской от 31.08.2007 № 365-ОЗ «Об инновационной деятельности в Амурской области».</p> <p>Постановление губернатора Амурской области от 09.11.2011 № 334 «Об утверждении Положения о Перечне инвестиционных проектов и предложений Амурской области».</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 13.07.2012 № 380 «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Амурской области на период до 2025 года»</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 25.09.2013 № 445 «Об утверждении государственной программы «Экономическое развитие и инновационная экономика Амурской области на 2014 - 2020 годы»</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 02.05.2012 № 243 «Об утверждении Концепции развития инновационной деятельности в Амурской области до 2020 года»</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 14.11.2014 № 679 «Об утверждении Инвестиционной стратегии Амурской области на период до 2018 года»</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 04.04.2011 № 217 «Об утверждении Порядка формирования перечня приоритетных инвестиционных проектов»</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 28.04.2008 № 102 «О приоритетных инвестиционных проектах в области освоения лесов»</p> <p>Постановления Правительства Амурской области от 12.02.2013 № 36 «Об утверждении Порядка проверки эффективности инвестиционных проектов, представляемых для включения в перечень приоритетных инвестиционных проектов области и (или) получения государственной поддержки».</p> <p>Распоряжение Правительства Амурской области 08.08.2011 № 90-р «Об утверждении перечня приоритетных инвестиционных проектов Амурской области».</p>	<p>Направлены на формирование благоприятного инвестиционного климата в области путем формирования инфраструктуры; привлечение инвесторов на территории области и за ее пределами, включая иностранных инвесторов; осуществление мониторинга, оценки достижения планируемых результатов и эффектов по инвестиционным проектам, а также оценки эффективности предоставления мер государственной поддержки; организацию системы учета инвестиционных проектов и предложений.</p>
<i>Муниципальные нормативные и правовые акты</i>	
<p>Постановление администрации Благовещенского района от 17.03.2016 № 544 "Об утверждении Положения о сопровождении инвестиционных проектов на территории Благовещенского района"</p> <p>Постановление администрации Благовещенского района от 04.10.2016 № 679 "О создании Совета по улучшению инвестиционного климата и развитию предпринимательства"</p> <p>Постановление администрации Благовещенского района от 04.10.2016 № 680 "Об утверждении инвестиционной декларации Благовещенского района"</p> <p>Постановление администрации Благовещенского района от 11.10.2016 № 716 "Об утверждении Положения о муниципально-частном партнерстве в Благовещенском районе"</p>	<p>Направлены на активизацию инвестиционной деятельности на территории муниципального образования.</p>

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ А

Продолжение таблицы А.1

1	2
---	---

<p>Постановление администрации Благовещенского района от 17.03.2015 № 544 «Об утверждении Положения о сопровождении инвестиционных проектов на территории Благовещенского района»;</p> <p>Распоряжение главы Благовещенского района от 29.05.2009 № 140-р «Об утверждении Перечня муниципального имущества Благовещенского района, предоставляемого субъектам малого и среднего предпринимательства»;</p> <p>Постановление администрации Благовещенского района от 25.09.2014 №2148 «Об утверждении Порядка принятия решений о разработке муниципальных программ Благовещенского района, их формирования и реализации, а также проведения оценки эффективности».</p>	
----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Структура Администрации Благовещенского района

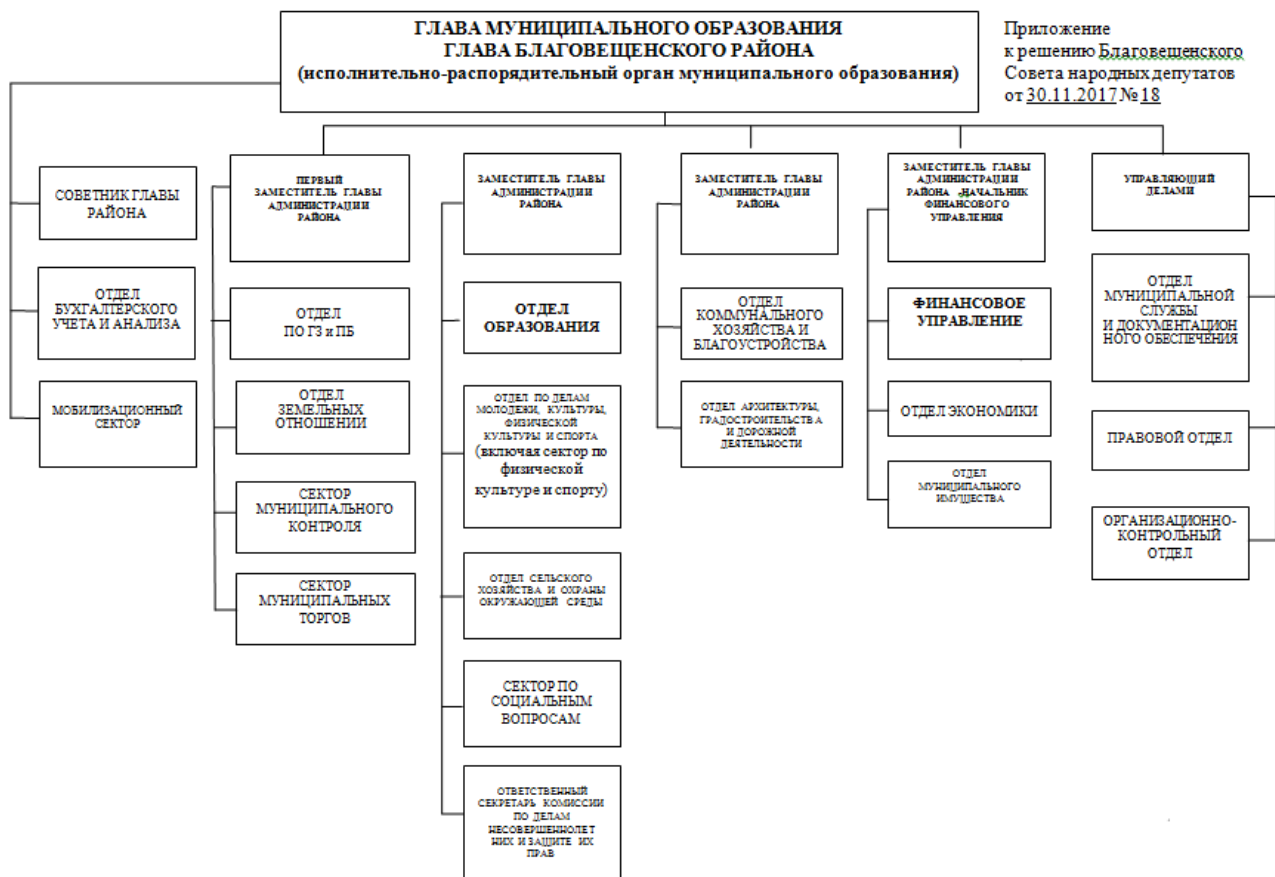


Рисунок Б.1 – Структура Администрации Благовещенского района

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Анкетирование жителей и гостей Благовещенского района

№ Анкеты _____

Здравствуйте!

Администрация Благовещенского района проводит исследование современного образа Благовещенского района. Просим вас уделить немного времени и ответить на некоторые вопросы. Все ваши ответы, как и ответы других участников опроса, будут использованы только в обобщенном виде, после статистической обработки.

1. С чем ассоциируется у Вас Благовещенский район?

Ответьте, используя 5-балльную шкалу, где 1 означает, что характеристика совсем не важна, а 5 – что очень важна.

№ п.п	Характеристики	Совсем неважно	Скорее неважно	Отчасти важно, отчасти нет	Скорее важно	Очень важно
1	Сельскохозяйственный район	1	2	3	4	5
2	Пригород г. Благовещенск	1	2	3	4	5
3	Приграничный район	1	2	3	4	5

2. Чем привлекает Благовещенский район новых жителей?

Ответьте, используя 5-балльную шкалу, где 1 означает, что характеристика совсем не важна, а 5 – что очень важна.

№ п.п	Характеристики	Совсем неважно	Скорее неважно	Отчасти важно, отчасти нет	Скорее важно	Очень важно
1	Возможности развития бизнеса	1	2	3	4	5
2	Экологическая обстановка	1	2	3	4	5
3	Цены на недвижимость	1	2	3	4	5
4	Близость к областному центру	1	2	3	4	5
5	Создание ТОР «Приамурская»	1	2	3	4	5
6	Развитая инфраструктура	1	2	3	4	5

3.Какая продукция, производимая в Благовещенском районе, является, на Ваш взгляд, уникальной?

Ответ	Согласен	Не согласен
-------	----------	-------------

Овощи		
Строительные материалы		
Мясная и колбасная продукция		
Кирпич		
Другое (укажите)		

4. В чем Вы видите слабые стороны Благовещенского района?

Ответ	Согласен	Не согласен
Напряженная социальная обстановка на рынке труда		
Слабое позиционирование и продвижение района		
Малая доля развития новых предприятий		
Неразвитость туристического потенциала		
Низкий уровень диверсификации экономики района		
Низкая конкурентоспособность производимой продукции		
Трудно сказать		

5. Что может стать брендом Благовещенского района?

СОЦИАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ РЕСПОНДЕНТА:

1. УРОВЕНЬ ДОХОДА	<input type="checkbox"/>	2. ВОЗРАСТ	<input type="checkbox"/>	3. Пол	<input type="checkbox"/>
До 3000 рублей	<input type="checkbox"/>	До 20 лет	<input type="checkbox"/>	муж	<input type="checkbox"/>
От 3001 до 6000 руб.	<input type="checkbox"/>	21 – 30 лет	<input type="checkbox"/>	жен	<input type="checkbox"/>
От 6001 до 10000 руб.	<input type="checkbox"/>	31- 40 лет	<input type="checkbox"/>		
От 10001 до 20000 руб.	<input type="checkbox"/>	41-50 лет	<input type="checkbox"/>		
Свыше 20000 руб.	<input type="checkbox"/>	51 – 60 лет	<input type="checkbox"/>		
		Более 60 лет	<input type="checkbox"/>		
4. СОЦИАЛЬНЫЙ СТАТУС	<input type="checkbox"/>	• Предприниматель	<input type="checkbox"/>		
• Рабочий	<input type="checkbox"/>	• Руководитель	<input type="checkbox"/>		
• Служащий	<input type="checkbox"/>	• Другое	<input type="checkbox"/>		
• Пенсионер	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		
• Студент	<input type="checkbox"/>		<input type="checkbox"/>		

5. ГОРОД, РАЙОН ПРОЖИВАНИЯ _____

Благодарим Вас за участие в интервью!
ПРИЛОЖЕНИЕ Г

Проект «Концепции брендинга территории Благовещенского района до 2025 года»

I. Характеристика проблемы, подлежащей решению

Конкуренция между муниципальными районами за привлечение трудовых, инвестиционных ресурсов, а также туристических потоков - одна из причин особого внимания к созданию бренда территории.

Бренд территорий - это бренд области, муниципального района выступающий важным фактором продвижения территории, опирающийся на политический, экономический, социокультурный потенциал территории и природно-рекреационные ресурсы, а также бренды товаров и услуг, локализованные в определенной географической местности.

Брендинг территории - это процесс по созданию и управлению брендом, который включает в себя формирование, продвижение, развитие бренда. Этот процесс возможен при условии выявления уникальных территориальных предложений, которые можно использовать для устойчивого развития определенных видов хозяйственной деятельности и продвижения на рынках их продуктов или услуг. 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.

Брендинг территории, как составляющая ее маркетинга является важнейшей задачей, которую следует решать наравне с иными задачами по созданию комфортной среды для проживания местного населения.

Позиционирование любой территории основано на ее уникальности и своеобразии. Благовещенский муниципальный район обладает достаточными ресурсами: достопримечательностями, природы, богатыми природными ресурсами, географическим расположением.

II. Основные понятия Концепции брендинга Благовещенского муниципального района

В Концепции брендинга Благовещенского муниципального района используются следующие основные понятия:

- **бренд территории** - совокупность ценностей, эмоций, прямых и косвенных ассоциаций потребителей бренда о Благовещенском муниципальном районе, поселениях, входящих в его состав (далее - территории), материальных и нематериальных (духовных, нравственных, эмоциональных) характеристик, местного колорита и культуры, формирующих представления о привлекательности места, о качестве и уровне стоимости производимых товаров и услуг, отличающих местность от других. Бренд территории формируется на основе ярко выраженного позитивного имиджа территории и является высшим проявлением эмоциональных потребительских предпочтений, важнейшим фактором конкурентных преимуществ Благовещенского муниципального района.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Бренд может быть выражен в названии, термине, знаке, символе или любой другой качественной характеристике, которая бы идентифицировала указанную территорию как отличную от других через набор образов в воображении потребителей бренда;

- **брендинг территории** - процесс создания и развития бренда территории посредством аккумулирования, сохранения и трансляции ее уникального духовного, социального, экономического, политического капитала, воплощенного в узнаваемых образах. Процесс развития бренда носит непрерывный характер;

- **имидж территории** - относительно устойчивая и воспроизводящаяся в массовом и (или) индивидуальном сознании, совокупность эмоциональных, рациональных представлений, убеждений о территории, складывается на основе информации, полученной о территории из различных источников, а также собственного опыта и впечатлений;

- **объект брендинга** – Благовещенский муниципальный район, поселения, входящие в его состав, а также бренды товаров и услуг, локализованные на территории Благовещенского муниципального района;

- **потребители бренда** - целевые аудитории, на которые направлено воздействие, оказываемое брендом, которые условно можно разделить на две группы:

а) внешние: органы власти и должностные лица, инвесторы, туристы, квалифицированные кадры, «внешние» средства массовой информации (федеральные и региональные);

б) внутренние: жители территории (могут подразделяться на более узкие группы в зависимости от конкретных задач того или иного мероприятия);

- **предмет брендинга** - отличительные особенности и конкурентные преимущества территории, с помощью правильного использования которых создается бренд территории;

- **суббренд** - это бренд муниципального района (район, поселение), а также бренд того или иного предприятия данной территории, скомбинированный с родительским брендом (районным брендом, брендом поселений Благовещенского муниципального района);

- **субъект брендинга** (имиджевой политики) - инициатор и непосредственный участник деятельности по формированию бренда территории. В настоящей концепции субъектами брендинга могут выступать (по согласованию): органы местного самоуправления, бизнес-структуры и их объединения, региональные и местные средства массовой информации, общественные организации, спортивные, культурные, научные и образовательные организации.

III. Цель и задачи Концепции брендинга Благовещенского муниципального района

Цель брендинга Благовещенского муниципального района – необходимость в конкурентоспособности, т.к. бренд является важным фактором продвижения территории, создание привлекательного образа Благовещенского муниципального района, повышение деловой активности бизнес-сообщества, увеличение инвестиционной привлекательности Благовещенского муниципального района, развитие равноправного и взаимовыгодного районного и межрайонного сотрудничества через единую муниципальную и государственную политику, обеспечение присутствия бренда Благовещенского муниципального района в информационном пространстве.

Задачи брендинга:

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

1) проведение анализа и определение конкурентных преимуществ и негативных факторов, отрицательно влияющих на создание положительного образа Благовещенского муниципального района;

2) определение и актуализация уникальных характеристик Благовещенского муниципального района, способствующих формированию и продвижению его положительного образа;

3) создание системы продвижения имиджа Благовещенского муниципального района для всех общественных аудиторий, в том числе системы информирования о современном уровне и перспективах развития Благовещенского муниципального района через средства массовой информации федерального и регионального уровня;

4) позиционирование Благовещенского муниципального района с точки зрения территории устойчивого экономического развития в целях привлечения инвесторов;

5) продвижение суббрендов (брендов организаций, работающих на территории) и налаживание механизма экспорта новых продуктов;

6) обеспечение взаимодействия органов исполнительной власти области с органами местного самоуправления муниципального района, общественными объединениями, организациями, в том числе образовательными, по созданию и продвижению имиджа Благовещенского муниципального района в зависимости от меняющихся социально-экономических условий с учетом установленных целевых приоритетов;

7) проведение целенаправленной и систематической работы по мониторингу общественного мнения и характера представлений общественной аудитории о социально-экономической, политической ситуации, инвестиционной привлекательности Благовещенского муниципального района;

8) стимулирование разработок и апробации инновационных проектов создания привлекательного образа Благовещенского муниципального района.

IV. Принципы Концепции брендинга Благовещенского муниципального района

Научная обоснованность - концепция брендинга Благовещенского муниципального района привлекает данные отечественных и зарубежных авторов в вопросах брендинга территорий, описанный специалистами опыт брендинга других территорий (населенных пунктов), основные концепции маркетинга территорий, а также данные научных исследований, проводимых в конкретной территории, отражающих реальную социальную, экономическую и политическую ситуацию. Результатом научного обоснования Концепции должно стать прогнозирование реализации и определение дальнейшего алгоритма действий.

Социологическая обоснованность - напрямую связана с научной обоснованностью и предусматривает первичное социологическое исследование по формированию имиджевой характеристики каждой территории, уровня социального самочувствия населения, мониторинг средств массовой информации по вопросам конструирования имиджа Благовещенского муниципального района, а также проведение социологического замера как на промежуточных этапах реализации Концепции, так и на заключительном этапе.

Системность - предусматривает единство набора методов и средств по реализации Концепции на территории Благовещенского муниципального района, совместную деятельность органов местного самоуправления и представителей общественности. Кроме того, системность предусматривается во взаимодействии с другими проектами,

стратегиями и программами, реализуемыми на территории Благовещенского муниципального района.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

Планомерность реализации - обоснована необходимостью поэтапной реализации Концепции и ее технологической обоснованностью. Применение принципа технологической обоснованности требует четкой последовательности решений и действий на каждом этапе реализации.

Инновационность - определяется необходимостью внешней оценки конкурентных преимуществ каждой территории и требует нестандартных решений и креативного подхода.

Общественное участие - предусматривает вовлечение представителей общественности в процесс реализации и учета общественного мнения в разработке бренда территории.

Историческая преемственность - в формировании бренда территории должна отражаться в уважении к историческому прошлому местности и в объективном взгляде на ее будущее.

Стратегия развития бренда Благовещенского муниципального района описывает ценности бренда, целевые аудитории, внешние и внутренние коммуникации, а также образы и персонажи, которые сообщает региональный бренд/суббренд. В результате разработки стратегии задаются важные ориентиры для проведения публичных информационных кампаний, развития общественных связей, проводимых органами региональной власти и местного самоуправления, бизнес-ассоциациями, отдельными предприятиями, усиливающее целостное и позитивное восприятие экономики, науки, культуры, образования, спорта в Благовещенском муниципальном районе.

При этом будет обеспечено решение задачи эффективного взаимодействия и повышения результативности деятельности информационных кампаний, в том числе связанных с проведением крупных событий районного / регионального / федерального / международного масштаба, таких как встречи на высшем уровне, спортивные соревнования, фестивали и экономические форумы, конгрессно-выставочные мероприятия, научные мероприятия. В результате реализации стратегии развития бренда Благовещенского муниципального района должно быть обеспечено комплексное использование различных каналов коммуникаций (прямая реклама, развитие общественных связей, форумов, конференций, выставок, ярмарок, семинаров, мероприятия в сфере культуры, интернет-коммуникаций, различных информационных агентств и организаций телерадиовещания), а также обеспечение эффективного взаимодействия деятельности органов исполнительной власти, местного самоуправления, заинтересованных объединений предпринимателей и организаций гражданского общества при активном привлечении средств массовой информации и интернет ресурсов.

V. Основные направления и мероприятия брендирования и имиджевой политики Благовещенского муниципального района

В общественно-политической сфере:

- 1) разработка организационной схемы управления деятельностью по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Благовещенского муниципального района;
- 2) разработка схемы финансового обеспечения деятельности по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Благовещенского муниципального района;

3) организация деятельности субъектов имиджевой политики по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Благовещенского муниципального района, в том числе:

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

- систематическое, планомерное информирование общественных аудиторий о взаимодействии субъектов имиджевой политики с органами местного самоуправления, общественными и иными организациями;

- систематическое, планомерное информирование общественности о деятельности субъектов имиджевой политики и систематическое информирование органов местного самоуправления о существующей реакции общественности на проводимую политику;

- информационно-разъяснительная работа представителей общественности (политических партий, общественных объединений, представителей национальных групп (диаспор), представителей религиозных конфессий) с населением с целью усиления внимания к проблемам нравственного, культурного и патриотического воспитания.

В информационно-коммуникативной сфере:

- организация деятельности средств массовой информации, в том числе:

1) консолидация средств массовой информации и массовых коммуникаций по продвижению благоприятного образа Благовещенского муниципального района на внутреннем и внешнем рынках распространения информации;

2) целенаправленное системное просвещение общественности в вопросах государственной политики Благовещенского муниципального района и оперативное размещение информации о Благовещенском муниципальном районе, его людях и событиях, товарах и услугах в определенных экономических, политических, социально-культурных, исторических, психологических, образовательных контекстах;

3) организованное распространение различного рода информации о Благовещенском муниципальном районе в целях продвижения его благоприятного образа, создания высокой репутации и побуждения общественных аудиторий к желательным для Благовещенского муниципального района действиям.

В сфере социально-экономического развития:

1) организация деятельности по созданию имиджа Благовещенского муниципального района, в том числе:

а) анализ, оценка и определение приоритетов инвестиционной политики Благовещенского муниципального района и формирование благоприятных условий для инвестирования и предпринимательства;

б) проведение целенаправленной и систематической работы по мониторингу общественного мнения и динамики представлений общественных аудиторий о социально-экономической, инвестиционной привлекательности Благовещенского муниципального района;

в) определение приоритетов развития инновационной и научно-технической сфер, оказывающих влияние на повышение эффективности производства и конкурентоспособности продукции;

г) разработка принципов имиджевой политики по секторам экономики;

д) расширение и углубление экономических, социально-культурных, научных связей Благовещенского муниципального района с другими районами области;

2) обеспечение туристской привлекательности Благовещенского муниципального района:

- а) развитие и поддержка внутренних туристских ресурсов;
- б) продвижение туристского потенциала Благовещенского муниципального района на региональных туристских выставках, с привлечением национальных творческих коллективов.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

В сфере культуры и духовного развития:

1) формирование имиджа Благовещенского муниципального района на основе сохранения и развития культурного и духовного потенциала общества, формирование современной культуры района, в том числе:

- а) поддержка и сохранение национальных культур народов, проживающих на территории Благовещенского муниципального района;
- б) сохранение и поддержка достопримечательностей, культурных, этнографических и природных памятников Благовещенского муниципального района.

В сфере науки и образования:

1) научное обеспечение деятельности по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Благовещенского муниципального района;

2) обеспечение научных подходов к рекламной и информационной деятельности субъектов имиджевой политики;

3) научно-методическое обеспечение деятельности по созданию имиджа Благовещенского муниципального района;

4) научно-методическое обеспечение программы мониторинга имиджа Благовещенского муниципального района;

5) кадровое обеспечение деятельности по формированию имиджа и брендинговому позиционированию Благовещенского муниципального района.

VI. Технология реализации брендингования в Благовещенском муниципальном районе

Брендингование рассчитано на 2019-2025 годы.

Основными направлениями Концепции являются:

- определение целей и задач брендингования;
- выявление имиджевых характеристик территории и определение предметов брендингования;
- организация конкурсов по разработке брендов территорий;
- разработка проектов брендингования территорий в Благовещенском муниципальном районе;
- определение бренда каждой территории Благовещенского муниципального района;
- разработка правовых актов, регулирующих разработку брендов территорий;
- популяризация разработанных брендов территорий среди жителей района;
- содействие продвижению коллективных брендов/суббрендов.

Концепция предполагает использование следующих инструментов брендингования:

1. Стратегические инструменты направлены на формирование своего рода стержня бренда с учетом основных характеристик территории, с использованием следующих приемов: определение стратегии развития территории, устанавливающей приоритетные направления развития, исходя из анализа социально-экономической, политической ситуации, культурного и научного потенциала, географического положения; определение миссии территории, формулировка слогана, заключающего в себе основной смысл ее существования и деятельности.

2. Символические инструменты представляют собой определенный набор визуальных способов воздействия на потребителей бренда. К ним относятся: создание

единого стиля и дизайна основных атрибутов территории (логотипы и иные значимые символы); выпуск рекламно-информационной и сувенирной продукции, выдержанной в схожих стилистических решениях; создание официального двуязычного (как минимум) Интернет-портала, представляющего территорию.

ПРОДОЛЖЕНИЕ ПРИЛОЖЕНИЯ Г

3. Рекламные инструменты предусматривают распространение информации о территории, адресованной потребителям бренда и направленной на привлечение внимания к территории как объекту брендинга путем ее размещения в средствах массовой информации, изготовления печатной продукции (брошюры), в сети Интернет, в том числе на специально созданных порталах.

4. PR-инструменты - комплекс мероприятий по продвижению бренда, основанный на представлении общественности информации об особенностях территории и сотрудничестве с ней путем привлечения к совместной деятельности: актуализация публичных фигур или исторических личностей, с которыми территория прочно ассоциируется; организация событий и специальных мероприятий (конкурсы, выставки, фестивали, конференции, спортивные мероприятия); выход территории на федеральный и региональный уровень с представлением ее достижений (участие в выставках, презентациях и т. п.); развитие и продвижение местных брендов товаров и услуг; продвижение герба/гимна территорий, разработка рекламного сообщения (слогана), имиджевая позиция; визуальный символ. С целью повышения эффективности визуальной коммуникации необходима разработка методических документов - паспорта стандартов, набора инструкций по правильному использованию и размещению визуальных идентификаторов национального бренда и каталога.

Главными средствами формирования бренда Благовещенского муниципального района являются коммуникационные мероприятия и средства, демонстрирующие открытость территории для контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существенности имеющихся у нее преимуществ, а также использование символики территорий в сферах транспорта, связи, туризма и гостеприимства; организация пресс-туров по территории Благовещенского муниципального района и приемов различных делегаций; проведение культурных и спортивных мероприятий, а также промоушн спонсорских рекламных пакетов для них, взаимодействие с деятелями из различных областей науки и культуры, музыки и театра, участие их в общественной жизни муниципального образования; выставочно-ярмарочная и другая презентационная активность, цель которой продемонстрировать потенциал, ресурсы, возможности, различные объекты той или иной территории.

VII. Ожидаемые результаты реализации Концепции

Ожидаемыми системными эффектами брендинга территорий Благовещенского муниципального района должны стать социально-экономические и маркетинговые эффекты.

Социально-экономические эффекты:

- повышение деловой и социально-экономической активности в связи с увеличением потоков ресурсов и улучшением имиджа территории;
- приток инвестиций в экономику Благовещенского муниципального района, обеспечение участия Благовещенского муниципального района в федеральных программах, национальных проектах, программах;
- развитие туристического кластера Благовещенского муниципального района;

- улучшение социального благополучия населения Благовещенского муниципального района;
- формирование у жителей Благовещенского муниципального района позитивного отношения к ней.

Маркетинговые эффекты:

- повышение узнаваемости территории;
- повышение статуса территории, ее конкурентоспособности.