

**РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР
ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ САМАРСКОЙ ОБЛАСТИ**

*Климентьева Светлана Владимировна
старший преподаватель Самарского университета,
Россия, г. Самара*

**REGIONAL IDENTITY AS A FACTOR
OF INCREASING THE INVESTMENT ATTRACTIVENESS
OF THE SAMARA REGION**

*Klimentyeva Svetlana V.
senior lecturer of Samara University, Russia, Samara*

Аннотация

В статье рассмотрено существующее состояние инвестиционной привлекательности Самарской области и определено, как сформированная региональная идентичность посредством брендирования территории может привлечь потенциальных инвесторов. При этом предложен подход к формированию логотипа региона с учетом его специфики.

Abstract

The article examines the current state of the investment attractiveness of the Samara region and defines how the formed regional identity through branding the territory can attract potential investors. At the same time, an approach to the formation of a regional logo, taking into account its specifics, is proposed.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, региональная идентичность, территориальный бренд.

Key words: investment attractiveness, regional identity, territorial brand.

Понятие идентичности от узкоспециального психологического термина получило в настоящее время расширительное толкование, экстраполируясь на различные социально-экономические системы. В том числе любой регион может иметь (или не иметь) свою явно выраженную идентичность.

Региональная идентичность обычно рассматривается как одна из форм коллективной идентичности. При этом носитель региональной идентичности является способным к пространственно-временной идентификации, эмоциональному, ценностному и регулятивному самоотнесению с внешним миром. Особенно следует вы-

делить когнитивную составляющую данного понятия, включающую в себя систему знаний региональных резидентов о геокультурной общности, свойствах, особенностях и возможностях региона и своей региональной общности. Также весьма значимой является ценностная составляющая, включающая историческое и символическое измерение. Изменения в пространстве, имеющем ценностное содержание, в том числе символическую форму, неминуемо приводит к изменениям в коллективной идентичности.

При определении феномена региональной идентичности можно использовать несколько подходов. Во-первых, это эссенциалистская идея, в которой коллективная идентичность считается обусловленной рядом значимых факторов, к которым относятся территориальные, историко-культурные, языковые и т.п. Во-вторых, можно выделить инструменталистскую идею, которая указывает на связь функции коллективной идентичности с мобилизацией каких-либо социальных групп, выступающих в защиту своих интересов. В-третьих, существует конструктивистская идея, которая указывает на относительность содержания коллективной идентичности и, следовательно, возможность управления ею благодаря разнообразным инструментам воздействия и конструирования в нужном направлении.

Таким образом можно сказать, что региональная идентичность является не столько результатом предшествующих событий, сколько складывается под их воздействием и, при последовательном воздействии, может быть управляемой переменной [1].

Регион является самопродуцируемой социально-экономической системой, что показывает ее жизнеспособность и устойчивость. При этом для продолжения своего существования в сложившемся виде он нуждается в такой характеристике, как узнаваемость. В настоящее время под влиянием кросс-культурных преобразований, формализации информационных потоков, структуризации окружения взаимосвязанными социальными сетями усилился натиск на идентичность территориальных образований.

Для сохранения индивидуальности и выгодных отличий регио-

нальных образований необходимо выстраивать стратегические направления воздействия на региональную идентичность с целью сохранения тех ее сторон, которые позволяют усиливать позитивную динамику развития разных сторон социально-экономической жизни региона, эффективность принимаемых решений и реализуемых инвестиционных проектов.

Одной из производных региональной идентичности можно назвать брендинг территории, напрямую опирающийся на символическую форму представления региона, ценностную составляющую региональной идентичности, возникающую в том числе посредством формализации ее когнитивной компоненты. В частности, геобрендинг способствует улучшению имиджа стран, повышает темпы их развития и способствует росту инвестиционной привлекательности в целом [9].

Рассмотрим состояние инвестиционной привлекательности Самарской области, как в текущих значениях, так и в ретроспективе. Для этого определимся с понятием региональной инвестиционной привлекательности, считая ее в дальнейшем интегральной характеристикой региона, включающей целесообразность, эффективность и рискованность инвестиций в региональное развитие. При этом не следует отождествлять инвестиционную привлекательность и инвестиционный климат, поскольку инвестиционный климат является в данном случае фактором, формирующим инвестиционную привлекательность региона [3]. Инвестиционный климат региона как фактор инвестиционной привлекательности определяется рядом элементов и представляет собой интегральную характеристику совокупности различных предпосылок (экономических, социальных, правовых, организационных, социокультурных и политических), которые определяют целесообразность инвестирования в него средств. Тем не менее, многие авторы указывают на одни и те же составляющие инвестиционной привлекательности и инвестиционного климата, к которым относят инвестиционный потенциал и уровень инвестиционного риска. Также в число составляющих инве-

стиционной привлекательности включают инвестиционную активность. В связи с недостаточной терминологической определенностью предлагается рассмотреть как оценки непосредственно инвестиционного климата Самарской области, так и основных составляющих инвестиционной привлекательности.

По данным Агентства стратегических инициатив, Самарская область в 2021 г. занимает 8-е место в национальном рейтинге состояния инвестиционного климата (или 11-е место по общему списку регионов). При этом в 2017, 2018, 2019 и 2020 гг. соответственно Самарская область занимала 65-е, 48-е, 24-е и 22-е места [6]. Таким образом, в регионе наблюдается постоянное устойчивое улучшение инвестиционного климата, что способствует росту его инвестиционной привлекательности.

Регион обладает внушительным инвестиционным потенциалом, включающим в том числе производственный потенциал, объединивший предприятия из многих сфер экономики, среди которых в большей мере выделяются автомобилестроение, металлургия, химическая промышленность, пищевая промышленность, сельское хозяйство, добыча и переработка полезных ископаемых, авиационная промышленность и ракетостроение. Анализ данных Росстата по основным фондам (ОФ) по полному кругу организаций, приведенным в сумме полной учетной стоимости, показал, что доля Самарской области в общероссийской стоимости основных фондов мало изменилась и составила в 2017-2020 гг. соответственно 1,674%, 1,650%, 1,725% и 1,726%. При этом также практически не изменилась и доля Самарской области в сумме ОФ Приволжского федерального округа (ПФО).

Однако при рассмотрении структуры стоимости ОФ заметны определенные структурные сдвиги. Так, доля ОФ Самарской области в строительстве в 2020 г. возросла, как относительно, так и абсолютно. Также наблюдался незначительный поступательный рост в сфере добычи полезных ископаемых. Однако в таких важных областях деятельности, как деятельность профессиональная, научная и

техническая, здравоохранение и социальные услуги, а также в обрабатывающей промышленности прослеживается тенденция относительного уменьшения стоимости ОФ, что может свидетельствовать о недостаточности инвестиций в эти сферы и замедлении их развития по отношению к ПФО и России в целом [7].

В качестве основных точек роста инвестиционного потенциала следует отметить создание и функционирование в Самарской области особой экономической зоны «Тольятти», привлекшей к работе 26 компании из 9 стран, индустриального парка «Преображенка», двух территорий опережающего социально-экономического развития «Тольятти» и «Чапаевск», технопарка «Жигулевская долина». В частности, технопарк «Жигулевская долина», специализирующийся в основном на проектах в IT-сфере, занял 3 место в рейтинге технопарков в 2019 г. с уровнем «Наивысший уровень эффективности функционирования технопарка» (всего в рейтинге было представлено 40 технопарков). Это высокое положение достигнуто за счет возросшей эффективности деятельности резидентов технопарка [5].

С точки зрения финансового потенциала по данным рейтингового агентства АКРА, на 12.10.2021 г. Самарская область имела кредитный рейтинг AA(RU) Стабильный [8]. Также можно отметить, что Самарская область в 2019 г. и за 9 месяцев 2020 г. оставалась одним из немногих регионов с профицитом консолидированного бюджета и являлась регионом-донором, чьи налоговые выплаты в федеральный бюджет превышали сумму безвозмездных поступлений всех видов [2].

В целом инвестиционный потенциал Самарской области, по данным RAEX, занимал среди субъектов РФ соответственно 13-е и 12-е места в 2019 и 2020 гг. [4].

Инвестиционный риск Самарской области, в соответствии с анализом, проведенным RAEX, несколько повысился. В 2019 г. Самарская область занимала 13-е место по этой позиции, а в 2020 г. переместилась на 17 место. Среди составляющих инвестиционного риска в 2020 г. наихудшее место оказалось у криминального аспекта

(39-е место), а наилучшее – у финансового (12-е место) [4]. Последнее можно связать с тем, что Самарская область занимает первое место среди российских регионов по развитию и объемам государственно-частного партнерства. Государство выступает гарантом при вложении средств частных инвесторов в социально значимые сферы деятельности, в частности, в развитие медицинских учреждений и дорожное строительство. Это мотивирует частных инвесторов вкладывать больше средств в проекты развития региона.

Инвестиционную активность Самарской области характеризуют следующие показатели. За 2018-2020 гг. было создано 44 новых производства и 30000 рабочих мест. Объем инвестиций в основной капитал в 2018, 2019 и 2020 гг. составил соответственно 265,0, 287,6 и 278,5 млрд. руб. Снижение суммы инвестиций в 2020 г. отражало общероссийскую тенденцию, связанную с пандемией COVID-19 и принятыми при этом мерами противоэпидемического характера. Однако за январь-сентябрь 2021 г. сумма инвестиций в основной капитал превысила соответствующее значение 2019 г. на 9%, и руководство Самарской области планирует наращивать объемы вложения средств в региональную экономику. Основная доля региональных инвестиций пришлась на обрабатывающие производства (более 30%), транспорт и добычу полезных ископаемых [5].

Из вышеперечисленного можно сделать вывод о растущей инвестиционной привлекательности Самарской области в условиях улучшающегося инвестиционного климата.

В то же время можно отметить, что в существующих условиях сохраняющейся сложной эпидемиологической обстановки и при наблюдающихся темпах снижения развития ряда отраслей особенно остро встает вопрос о возможностях не столько поддерживающих, сколько развивающих инвестиций. При этом следует использовать все имеющиеся возможности, находить новые формы межрегионального взаимодействия и способы финансирования экономической деятельности, а также пути и приемы привлечения потенциальных инвесторов.

В этой связи представляется важным дальнейшее развитие территориального бренда Самарской области на основе сформированной региональной идентичности. В частности, ряд авторов, занимающихся темой регионального брендинга, отмечают, что необходимо разработать единый логотип, целостно воспроизводящий основные направления развития области, ее так называемое узнаваемое лицо, для продвижения этих направлений [9].

В настоящий момент в качестве такого логотипа используется герб Самарской области. Однако он непонятен не только многим иностранным резидентам, но и жителям других субъектов России, и даже части жителей непосредственно Самарской области. Историческая подоплека его появления известна далеко не каждому, а современные аспекты жизни области в нем не отражены совсем. Являясь частью самоидентификации региона, он, тем не менее, неинформативен и представляет собой некую картинку, которая привычна, но практически ничего не сообщает смотрящему и ни к чему его не побуждает.

На протяжении ряда лет предпринимались попытки создания единого логотипа, однако принятые символы не приживались и вскоре заменялись на следующие, тоже в конечном итоге не востребованные [9]. Также появилось множество отраслевых и «производственных» логотипов, которые эксплуатируют ряд существующих отдельных символов, с которыми ассоциируется восприятие Самарской области (например, схожесть географического очертания области с общепринятым обозначением человеческого сердца или использование очертаний костела на улице им. Фрунзе).

Здесь было бы верным указать на то, что Самарская область весьма многогранна, имеет глубокие исторические корни, является мультикультурной, многонациональной и многоконфессиональной, развивает различные отрасли хозяйствования и имеет разнообразный природный ландшафт. Все перечисленное делает разработку единого синтетического логотипа достаточно затруднительным.

В этих условиях можно было бы пойти по пути создания ряда

уникальных логотипов в разных сферах региональной деятельности. При этом каждый логотип должен иметь единый элемент (или не более двух значимых элементов), однозначно связывающий его именно с Самарской областью. При этом узнаваемость региона обеспечивалась бы за счет этого элемента/элементов, а остальные составляющие характеризовали бы представляемую деятельность.

Такой подход позволит как подчеркнуть уникальность региона, повысить его узнаваемость, так и представить в его символике основные направления деятельности, в которые могут привлекаться инвестиционные ресурсы. При этом, включая сложившиеся в ходе формирования региональной идентичности элементы, можно закреплять их в сознании населения и способствовать их продвижению для дальнейшего повышения конкурентоспособности региона.

Список литературы:

1. Головнева Е.В. Региональная идентичность как форма коллективной идентичности и ее структура // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. ИП Докучаева Н.А. 2013. №5. С. 42-50.
2. Доноры в дефицитах. / АКРА. URL: <https://www.acra-ratings.ru/research/2302/> (дата обращения 25.11.2021).
3. Драгун Н.П. Инвестиционная привлекательность территорий и меры по ее повышению // Экономика. Моделирование. Прогнозирование. Научно-исследовательский экономический институт Минэконом Беларуси. №5. 2021. С. 43-52.
4. Индекс инвестиционной привлекательности регионов RAEX за 2020 год. / RAEX. URL: <https://raex-a.ru/ratings/regions/2020#tab1> (дата обращения 24.11.2021).
5. Итоги развития области. / МЭРИТ. Деятельность. Экономика. URL: https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/itogi_razvitiya/itogi-razvitiya-oblasti/ (дата обращения 27.11.2021).
6. Национальный инвестиционный рейтинг. / Агентство стратегических инициатив. URL: https://asi.ru/government_officials/rating/ (дата обращения 28.11.2021).

7. Основные фонды и другие нефинансовые активы. / Федеральная служба государственной статистики. Официальный сайт. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14304> (дата обращения 24.11.2021).

8. Рейтинги. / АКРА. URL: [https://www.acra-ratings.ru/ratings/issuers/?text=§ors\[\]=regions&activities\[\]=&countries\[\]=&forecasts\[\]=&on_revision=0&rating_scale=0&rate_from=0&rate_to=0&page=2&sort=&count=10&](https://www.acra-ratings.ru/ratings/issuers/?text=§ors[]=regions&activities[]=&countries[]=&forecasts[]=&on_revision=0&rating_scale=0&rate_from=0&rate_to=0&page=2&sort=&count=10&) (дата обращения 25.11.2021).

9. Терехина Д.Г. Выбор и обоснование приоритетных направлений брендинга региона (на примере бренда Самарской области) / Сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции. Под общей редакцией Н.М. Тюкавкина. Издательство СНЦ. 2019. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41809772> (дата обращения 21.11.2021).

References:

1. Golovneva E.V. Regional identity as a form of collective identity and its structure // Labyrinth. Journal of Social and Humanitarian Research. SP Dokuchaeva N.A. 2013. No. 5. S. 42-50.

2. Donors are in deficit. / ACRA. URL: <https://www.acra-ratings.ru/research/2302/> (date of treatment 11/25/2021).

3. Dragun N.P. Investment attractiveness of territories and measures to improve it. // Economics. Modeling. Forecasting. Research Economic Institute of the Ministry of Economy of Belarus. No. 5. 2021. S. 43-52.

4. Index of investment attractiveness of the RAEX regions for 2020. / RAEX. URL: <https://raex-a.ru/ratings/regions/2020#tab1> (date of treatment 11/24/2021).

5. Results of the development of the region. / MARIT. Activity. Economy. URL: <https://economy.samregion.ru/activity/ekonomika/itogi-razvitiya/itogi-razvitiya-oblasti/> (date of treatment 11/27/2021).

6. National investment rating. / Agency for Strategic Initiatives. URL: https://asi.ru/government_officials/rating/ (date of treatment 11/28/2021).

7. Fixed assets and other non-financial assets. / Federal State Statistics Service. Official site. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/14304> (date of treatment 11/24/2021).

8. Ratings. / ACRA. URL: <https://www.acra-ratings.ru/ratings/issuers/?text=§ors:5=regions&activities>

47,48=&countries47,41=&forecasts†=&on_revision=0&rating_scale=0&rate_from=0&rate_to=0&page=2&sort=&count = 10 & (date of treatment 11/25/2021).

9. Terekhina D.G. Selection and substantiation of the priority directions of branding of the region (on the example of the brand of the Samara region) / Collection of materials of the All-Russian scientific-practical conference. Under the general editorship of N.M. Tyukavkin. SSC Publishing House. 2019. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41809772> (date of treatment 11/21/2021).