

**ИМИДЖЕВАЯ ПОЛИТИКА РЕГИОНА — РЕЗУЛЬТАТ СОЦИАЛЬНО-
ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ**

**IMAGE POLICY OF THE REGION IS THE RESULT OF SOCIO-
ECONOMIC DEVELOPMENT**

*Скриганюк В.В., студент
магистратуры Кулик А.А., старший
преподаватель, Кубанский
государственный аграрный
университет имени И.Т. Трубилина*

*Skriganyuk V.V., master's student Kulik
A.A., senior lecturer, Kuban State
Agrarian University named after I.T.
Trubilina*

Аннотация: в данной статье представлена роль государственного аппарата как непосредственного участника создания и реализации имиджевой политики региона. Обозначены основные факторы благоприятного развития региона, также показан психологический фактор общественности как основной инструмент в сфере формирования имиджа.

Ключевые слова: органы государственной власти, экономические вопросы, имиджевая политика, потребности, импульс, технологии, модернизация, книгопечатание, пандемия, вектор развития.

***Abstract:** this article presents the role of the state apparatus as a direct participant in the creation and implementation of the image policy of the region. The main factors of favorable development of the region are identified, the psychological factor of the public as the main tool in the field of image formation is also shown.*

***Keywords:** public authorities, economic issues, image policy, needs, impulse, technologies, modernization, printing, pandemic, development vector.*

При реализации всех основных задач в структуре общественной жизнедеятельности ключевым звеном являются органы государственной власти. Базис экономических вопросов развития и модернизации региона, города, села, является неотъемлемой частью юридического руководства со стороны закона и его последующего практического осуществления путем прямых инвестиционных затрат — исполняющим звеном представленных операций является государственный аппарат.

Одним из многочисленных направлений государственной ответственности является также и имиджевая политика региональной местности. Имиджевая политика заключается не только в создание красивой «обертки» для крупных инвесторов и разрекламированного туристско-рекреационного комплекса для широкого круга общественности, главным приоритетом имиджевой политики со стороны государственных органов, является создание необходимых условий труда и отдыха для комфортной жизнедеятельности местного населения. Удовлетворенный основными потребностями гражданин (пирамида потребностей Маслоу) есть никто иной как лучший популяризатор места своего проживания, потому что главным импульсом активности человека выступает потребность как необходимость целенаправленного воздействия на окружающую среду [1, с. 32].

Стратегия и принятие основных векторов развития с использованием современного технологического оснащения позволит повысить продуктивность любой сферы жизнедеятельности человека, будь-то фабрика по изготовлению мебели или машинного оборудования. Ярким примером подтверждения данного факта является средневековый исторический фрагмент, связанный с именем немецкого типографа Иоганна Гутенберга, который в 1439 изобрел печатный станок — конструкцию значительно упростившую способ книгопечатания, что впоследствии стало основным толчком для массового улучшения и повышения качества образованности среди населения. Данный подход к реализации поступающих задач позволит не только сократить время и повысить качество выполняемой работы, но и предоставит дополнительные рабочие места для общественности, что в современных условиях «пандемии» значительно облегчит жизнь многих граждан.

Важно учесть, что платформа современных информационных технологий может быть использована и как способ продвижения различной продукции. Одним из таких продуктов является имидж территории, который напрямую задействован в привлечении инвесторов, а следовательно — ресурсов, для развития и последующего совершенствования городов и муниципалитетов[4, с. 233].

Ключевым вопросом развития имиджевой политики со стороны государства является «социальная политика». Социальная политика — это деятельность государства по созданию и регулированию социально-экономических условий жизни общества с целью повышения его благосостояния, устранение негативных последствий рыночных процессов, обеспечение социальной справедливости и стабильности в стране. Целью социальной политики государства является обеспечение стабильной жизнедеятельности общества, достижение социального

согласия и социальной целостности, надлежащего уровня благосостояния людей[2, с. 32].

Рассмотрение и решение поступающих извне задач тесно взаимосвязано с выделением определенной части бюджетных средств из государственной казны, где любая муниципальная структура, согласно существующей норме, закрепленной законодательно, имеет право на формирование и утверждение локального бюджетного акта, на основе которого ведется работа с финансовыми потоками весь следующий год[3, с. 42]. Важно отметить, что в данном процессуальном контексте не может быть затронута тема коррупционной составляющей. В рамках осуществления развития имиджевой политики необходимо усилить меры по предотвращению использования государственных ресурсов в «личных целях» среди как высших эшелонов власти РФ, в первую очередь, так и всех низших слоев государственного аппарата.

Список использованной литературы

1. Мальшина, Н. А. Человек и его потребности : учебное пособие для бакалавров / Н. А. Мальшина. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2021. — 159 с. — ISBN 978-5-394-04359-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102281.html>
2. Моисеенко, Д. Д. Государственное регулирование экономики. Курс лекций для студентов высших учебных заведений : учебное пособие / Д. Д. Моисеенко. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2021. — 85 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119451.html>

3. Соколов, А. С. Совершенствование антикоррупционных мер в сфере закупок для государственных и муниципальных нужд : монография / А. С. Соколов, И. Н. Осипова. — Саратов : Вузовское образование, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-4487-0618-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/111592.html>
4. ЦИФРОВИЗАЦИЯ И БРЕНДИРОВАНИЕ РЕГИОНА В СФЕРЕ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ ИМИДЖА ТЕРРИТОРИИ / Скриганюк В.В., Кулик А. А., Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина / УКК «Актуальные знания», Ассоциация «Союз образовательных учреждений». Юридическая наука в XXI веке: актуальные проблемы и перспективы их решений. Сборник научных статей по итогам работы круглого стола №11(29-30 ноября).— г.Шахты, 2021.