

ПРОГРАММА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ КАК ОСНОВА ДЛЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО БРЕНДА

Устойчивое региональное развитие – одно из приоритетных направлений деятельности руководства Республики Беларусь. О значимости данного вектора и нахождении его на постоянном контроле Президента Республики Беларусь А.Г. Лукашенко свидетельствуют как проводимые на высшем государственном уровне совещания по вопросам регионального развития, так и частота посещений регионов Главой государства, в том числе отдаленных районных центров.

Развитие регионов находится в прямой зависимости с качеством формирования системы стратегического планирования в стране, в методологическую основу которой постепенно закладываются принципы программно-целевого управления. Это подтверждается активно формирующейся нормативно-правовой базой в стране в области стратегического планирования.

Стоит отметить, что актуальность формирования брендов городов и регионов Беларуси возрастает в связи с государственной политикой, направленной на благоустройство и повышение качества жизни. В новогоднем обращении к белорусам Президент Республики Беларусь объявил, что 2025 год станет Годом благоустройства страны, а вся пятилетка – Пятилеткой качества. Это подчеркивает необходимость развития регионов с упором на улучшение городской среды, инфраструктуры и туристической привлекательности.

Одним из главных действующих Программ развития Республики Беларусь является сегодня Программа социально-экономического развития Республики Беларусь на 2021-2025 годы, утвержденная Указом Президента Республики Беларусь от 29 июля 2021 году № 292.

На региональном уровне в Республике Беларусь определены два основных документа государственного планирования среднесрочного и краткосрочного временного периода (таблица 1).

Как видно из таблицы 1, отдельными документами, определяющими направления развития административно-территориальных единиц областного и базового территориальных уровней РБ являются программа социально-экономического развития территориальной

единицы и разработанный на ее основе план развития административно-территориальной единицы.

Таблица 1 – Документы системы государственного планирования на региональном уровне в Республике Беларусь

Период	Наименование документа Государственного планирования	Порядок утверждения
Среднесрочный 3–5 лет	Программы социально-экономического развития административно-территориальных единиц областного и базового территориальных уровней	Утверждаются соответствующими местными Советами депутатов
Краткосрочный Ежегодно	Планы развития административно-территориальных единиц областного и базового территориальных уровней	Утверждаются соответствующими местными исполнительными и распорядительными органами

В Программе социально-экономического развития можно выделить три основных составляющих элемента, необходимых для формирования бренда территории:

- миссия (стратегическая цель) развития города (территории);
- значимые направления развития территории, сформулированные в виде целевых требований, удовлетворение которых обеспечивает достижение поставленной стратегической цели;
- стратегические действия – комплексы программных мероприятий и отдельные мероприятия, проекты, с помощью которых должны быть решены задачи, направленные на достижение стратегической цели в рамках стратегических направлений развития территории [2].

Пожалуй, последним источником информации, необходимой для формирования территориального бренда являются такие разделы стратегии развития региона, как описание его характеристик, текущего социально-экономического положения, конкурентные преимущества, состояние и перспективы развития инфраструктуры, текущее состояние и перспективы развития базовых отраслей экономики, основное направление пространственного развития региона и т.д.

В этих разделах детально расписаны так называемые атрибуты позиционирования территории, или «магниты», а также их потенциал и способы развития.

Таким образом, в процессе формирования бренда территории Стратегия социально-экономического развития региона может послужить источником информации:

В процессе формирования бренда территории стратегия

социально-экономического развития региона может служить ключевым источником информации:

1. О целях и задачах развития территории – определяет целевую аудиторию региона (внутреннюю и внешнюю), её потребности и ожидания (раздел «Цели и задачи стратегии»).

2. О результатах исследований и потенциале региона – включает данные о социально-экономическом положении, конкурентных преимуществах, вызовах и угрозах (разделы «Социально-экономическое развитие региона», «Конкурентные преимущества», «Вызовы и угрозы»).

3. Об идее или сценарии развития региона – концепция и стратегическая цель региона, которая определяет вектор его позиционирования на внутреннем и внешнем рынках («Стратегическая цель территории»).

4. Об атрибутах позиционирования территории – анализ инфраструктуры, состояния ключевых отраслей экономики, пространственного развития, социальных инициатив (разделы «Описание текущего социально-экономического положения региона», «Конкурентные преимущества», «Состояние и перспективы развития инфраструктуры», «Базовые отрасли экономики»).

Таким образом, социально-экономическое развитие не только создаёт материальную базу для бренда региона, но и формирует его содержательную основу, включая концепцию позиционирования, коммуникационные стратегии и инструменты продвижения.

ЛИТЕРАТУРА

1 Тычинская И.А., Лобанова А.В. Использование технологий маркетинга для разработки стратегии развития региона // Среднерусский вестник общественных наук. 2014. № 4 (34). С. 148–155.

2 Национальный статистический комитет Республики Беларусь. Данные по развитию регионов за 2021-2025 годы. Минск, 2024.

3 О государственном прогнозировании и программах социально-экономического развития Республики Беларусь [Электронный ресурс]: Закон Респ. Беларусь, 12 июля 2023 г., № 279-З // ЭТАЛОН. Законодательство Республики Беларусь / Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2023.