

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД К ФОРМИРОВАНИЮ БЛАГОПРИЯТНОГО ИМИДЖА МОРСКОГО ГОРОДА



Петрова Галина Андреевна,

аспирант кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет экономики и сервиса; 690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
galina.a.petrova@bk.ru



Исаев Александр Аркадьевич,

доктор экономических наук, профессор кафедры международного маркетинга и торговли, Владивостокский государственный университет, экономики и сервиса; 690014, Владивосток, ул. Гоголя, 41
isaevalex@list.ru

Статья посвящена описанию концептуального подхода к формированию благоприятного имиджа морского города как комплекса микрообъектов потребления. Существенным отличием такого подхода является идея внедрения в работу администрации системы управления качеством основных характеристик города, базирующейся на теории выбора интегрированного продукта на рынке. Новизна авторского решения обусловлена тем, что в работе административного аппарата впервые предлагается применять методику оценки благоприятности имиджа морского города. Апробация предложенной системы управления качеством основных характеристик города позволит обеспечить формирование благоприятного имиджа любой территориальной единицы.

Ключевые слова: морской город; благоприятный имидж; система управления качеством характеристик города.

В настоящее время среди ученых и специалистов отсутствует единый научно- обоснованный подход к обеспечению благоприятного имиджа морского города. При этом игнорируется *теория выбора потребителями товаров (объектов потребления) на рынке*, которая в свою очередь является разделом психопрограммистики — науки, изучающей программы человека как кибернетической системы управления [1].

Предлагаемый концептуальный подход к формированию благоприятного имиджа морского города отличается от известных в науке [2, 3] тем, что, во-первых, рассматривает морской город как комплекс микрообъектов потребления [4], а во-вторых, предусматривает создание в администрации морского города системы управления качеством основных характеристик города, на которые мо-

гут оказывать влияние сотрудники администрации города.

А) Система управления качеством основных характеристик морского города

Система управления качеством основных характеристик морского города состоит из четырех основных элементов (рис. 1):

- 1) Субъект управления (Глава города);
- 2) Объект управления (Отделы администрации города);
- 3) Орган «обратной связи»;
- 4) Орган «прямой связи».

Каждый элемент представленной выше логической структуры выполняет определенные функции.

1) *Субъект управления (Глава города)* — высшее должностное лицо морского города, на основании Устава обладающее полномочиями по решению задач местного значения:

- ◆ формирование и руководство департаментами и отделами администрации города;
 - ◆ закрепление характеристик морского города за зависимыми от них отделами городской администрации), создающими и контролирующими эти элементы;
 - ◆ рассмотрение отчетов и докладов отделов администрации города;
 - ◆ организация проверки деятельности отделов администрации города;
 - ◆ принятие управленческих решений в отношении методов стимулирования (премирования/депремирования) к отделам администрации города на основании полученных данных от Органа «обратной связи» (Департамент оценки имиджа города).
- Ввиду функционирования предложенной системы в полуавтоматическом режиме, подразумевается,