УДК 336.717

УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ КРУПНЫХ ГОРОДОВ С ПОЗИЦИЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТЕРРИТОРИИ

¹Богомолова И.В., ¹Машенцова Л.С., ²Сазонов С.П.

¹ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный архитектурно-строительный университет»,
Волгоград, e-mail: bogomolova@volgadmin.ru, m_luda09@mail.ru;

²ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет»,
Волгоград, e-mail: sazonovsp@mail.ru

Сегодня наиболее актуальным является изучение факторов, способствующих устойчивому развитию территории и их степени влияния на темпы развития. Одним из таких факторов выступает маркетинг территорий, способный оценить уровень развития и выявить конкурентоспособные направления. Одним из методов системного анализа в маркетинге является построение многоугольника конкурентоспособности, который позволит наглядно увидеть состояние всех наиболее значимых секторов региона (города), а также сравнить объекты исследования между собой с помощью выбранных показателей. Авторская новизна подхода к оценке конкурентоспособности территории позволяет сгруппировать социально-экономические показатели территории города в 6 категорий: экономика, хозяйственная деятельность, производство, социальная сфера, культура и административные ресурсы. Именно эти сферы, по мнению авторов, составляют целостную социальную систему, экономическую подсистему и эколого-социально-экономическую структуру. В статье предложена оригинальная общая шкала оценки развития города, которая включает три состояния развития: норма, промежуточное и кризисное. Каждому из состояний присваивается экспертная оценка, а итоговые результаты графически отображаются на многоугольнике конкурентоспособности. В статье приводятся результаты подобного исследования, проведенного на примере города-миллионника Волгограда. Использование на практике многоугольника конкурентоспособности территории на основе экспертных оценок позволяет провести комплексный анализ крупных городов по основным социально-экономическим показателям, выявить состояния, в которых они находятся, определить конкурентоспособные направления в их развитии, позволит разработать жизнеспособный стратегический план развития

Ключевые слова: маркетинг территорий, крупный город, устойчивое развитие, территория

SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF BIG CITIES FROM THE POSITIONS OF AN ESTIMATION OF COMPETITIVENESS TERRITORY

¹Bogomolova I.V., ¹Mashentsova L.S., ²Sazonov S.P.

¹FGBOU VPO «Volgograd state University of architecture and construction»,
Volgograd, e-mail: bogomolova@volgadmin.ru; m_luda09@mail.ru;

²GBOU VPO «Volgograd State Technical University», Volgograd, e-mail: sazonovsp@mail.ru

Today, the most relevant is the study of the factors contributing to the sustainable development of the territory and their impact on the pace of development. One such factor is the marketing of territories. It is increasingly used in the management of regions, cities, because the marketing allows you to assess the level of development and identify competitive directions for the activity. As the region includes different aspects, we consider it is systemic. One of the methods of system analysis in marketing is to build the polygon competitiveness, which will allow to visualize the status of all the most important sectors in the region, the areas that are lagging behind, and to compare the region with any other, with respect to the selected indicators. The novelty of the approach to the assessment of the competitiveness of the territory, proposed by the authors allows you to group of socio-economic indicators of the territory, in particular the city in 6 categories: economy, business, production, social sphere, culture and administrative resources, which brings together the opinions of the authors, considering the territory as integral social system, economic system and ecological-social-economic structure. We also work out a common grading scale development of the city, which includes three States: normal, intermediate and crisis, each state it is possible to assign an expert evaluation and the final results will be displayed graphically on a polygon competitiveness. Polygon competitiveness of the city on the basis of expert assessments provides a complex analysis of the territory by the leading socio-economic indicators, to identify the state in which they are located, to determine the competitive trends in the city development that will allow to correctly draw up a strategic development plan.

Keywords: marketing of territories, metropolis, sustainable development, territory

Вопрос устойчивого развития городов становится сегодня актуальным как среди ученых, так и среди лиц, отвечающих за развитие и стратегическое планирование. Содержание концепции «устойчивого развития» предполагает, что развитие городов в современных условиях должно осуществляться так, чтобы и новые поколения

могли удовлетворять свои потребности. Устойчивое развитие городов способно существовать лишь в благоприятной окружающей среде, социальном единстве, эффективной экономической политике [2].

Существуют различные определения территории, авторы под понятием территории определяют социально-экономическую

категорию, которая выступает как совокупность экономических и социальных показателей, являющихся следствием друг друга и относящихся к конкретной территории, что позволяет определить уровень ее развития [4].

Территория в современных условиях выступает не только как географическое понятие, но и как социально-экономическая категория, что позволяет оценить ее (территорию) с нескольких позиций одновременно и объединить сразу два подхода, определяющих территорию: экономический и социальный.

Социально-экономический подход способствует построению правильной стратегии маркетинга территорий и позволяет оценить имеющийся потенциал, выявить ресурсы, которых недостаточно, и определить направления для дальнейшего развития территории и для формирования стратегических планов.

Для реализации выбранных стратегий развития целесообразно применение маркетинга территории, который позволяет обеспечить: формирование и улучшение образа территории, ее деловой и социальной конкурентоспособности; участие территории и ее резидентов в реализации различных программ на международном, федеральном и других уровнях; привлечение на территорию внешних заказов; повышение инвестиционной привлекательности; стимулирование к приобретению и использованию ресурсов территории за ее пределами, что положительно влияет на развитие территории.

Ценность применения социально-экономического подхода для обеспечения устойчивого развития территории и применение его в маркетинге объясняется в основном постоянно растущей конкурентной борьбой среди регионов и городов страны за специализированную рабочую силу, перспективные предприятия, привлечение инвестиций и т.д.

Конкурентная борьба складывается в основном благодаря значительно различающемуся их промышленному, ресурсному и инвестиционному потенциалу, при этом подобные различия всё больше углубляются [5]. Поэтому к формированию стратегии развития города стоит подходить серьезно, необходимо провести предварительный анализ состояния территории, выявить ее достоинства и недостатки.

Так как регион включает в себя различные аспекты деятельности, то рассматривать его стоит системно. Важную роль в развитии региона необходимо отводить формированию доходной базы бюджета. [6]. Наряду с этим также особое внимание требуется обращать на формирование ре-

гиональных институтов развития с целью усиления роли территорий в инновационной модернизации экономики России [7]. Для данной цели авторами была разработана методика оценки социально-экономического состояния территории, в основании которой лежит многоугольник конкурентоспособности, который разделен на две большие группы показателей города: социальные и экономические, что позволяет наглядно увидеть состояние всех наиболее значимых секторов города, тех направлений, которые отстают, а также сравнить город (регион) с любым другим относительно выбранных показателей. При этом результаты исследования являются объективными, так как в методе применяются экспертные оценки, на основании которых формируются средние значения рассматриваемых показателей.

В соответствии с различными научными подходами к изучению территории можно выделить следующие, наиболее значимые категории развития:

- Экономика.
- Социальная сфера.
- Культура.
- Хозяйственная деятельность.
- Производство.
- Административные ресурсы.

Данное применение многоугольника конкурентоспособности по отношению к территории позволяет объединить в себе несколько научных подходов, которые рассматривают территорию как социальную систему, как экономическую подсистему и как эколого-социально-экономическую структуру.

Для достоверности и большей объективности проведения анализа авторами была разработана общая шкала развития города по категориям. Данная шкала позволяет проводить сравнительный анализ между конкурирующими регионами. Описание каждого значения в шкале оценки представлено авторами в табл. 1.

Показатели, применяемые в разрабатываемой методике, характеризуют разные социально-экономические категории. При этом выбор показателей ограничен общедоступными источниками статистической информации [1].

Затем на основе шкалы оценки конкурентоспособности экспертным путем определяется уровень развития города по анализируемым показателям. Таким образом, шкала оценки в количественном выражении выглядит следующим образом. Для каждого показателя развития города будет соответствовать шкала с разметкой от 1 до 9 баллов. Результат, равный нулю, не используется, так как на практике не существует абсолютного отсутствия того или иного показателя

в развитии города. Для каждого из показателей используется шкала оценки, в которой состоянию нормы соответствуют баллы от 7

до 9, переходному состоянию соответствуют баллы от 4 до 6, кризисному состоянию соответствуют баллы от 1 до 3.

Таблица 1

Шкала оценки конкурентоспособного состояния
социально-экономических показателей города

Показатели города	Характеристика состояния		
	Норма (Н)	Промежуточное (П)	Кризисное (К)
Экономика города	Низкий уровень безработицы, высокий уровень доходов населения. Наличие среднего и малого бизнеса, поддержка молодых предпринимателей. Инвестиционная привлекательность города. Наличие инновационных проектов, разработок, развивающихся на базе города	Уровень безработицы равен количеству свободных вакансий, уровень доходов населения не ниже прожиточного минимума. Внедрение инновационных разработок других регионов в экономику города	Большой уровень безработицы, отсутствие или дефицит рабочих мест, доходы населения ниже прожиточного минимума. Отсутствие инновационных разработок в экономике города. Экономический спад
Социальная сфера города	Доступное жилье, наличие льгот и социальных программ ипотечного кредитования и т.д., незначительные очереди в дошкольные учреждения, доступное образование в вузах. Наличие условий для жизни инвалидов в городе (пандусы, переходы для слепых, глухих и т.д.). Пропаганда здорового образа жизни в обществе	Отсутствие социальных программ, сложность в получении льгот. Слабо развиты условия для жизни инвалидов (пандусы, переходы для слепых, глухих и т.д.). Проблемы в получении качественного и доступного образования. Внедрение социальной рекламы в жизнь города	Труднодоступное жилье. Нет условий для жизни инвалидов (пандусы, переходы для слепых, глухих и т.д.). Отсутствие вузов на территории города
Культура	Наличие музеев, памятников архитектуры, уникальных традиций, которые поддерживаются местными органами власти и находятся в хорошем (неаварийном) состоянии	Наличие музеев, памятников архитектуры, традиций, которые не получают финансирования со стороны государства. Часть монументов находятся в аварийном состоянии	Практически нет памятников и музеев. Традиции города не отличаются от остальных городов. Сфера культуры слабо финансируется либо не финансируется вообще
Хозяйственная деятельность	Деятельность хозяйств в рамках территории, позволяющая обеспечить продуктами как сам город, так и его прилегающие территории, либо экспорт в другие города, регионы и т.д. Возможно наличие локальных брендов	Деятельность хозяйств в рамках территории позволяет обеспечить продукцией город и область	На территории города и его близлежащих территориях хозяйственная деятельность не развита, либо развита слабо, сельскохозяйственная продукция завозится с других регионов
Производство	Наличие промышленных производств, обеспечивающих другие регионы и государства своей продукцией	Промышленность развита слабо, основной рынок сбыта – локальный	Промышленность не развита. Необходимое сырье и продукция закупается
Административные ресурсы	Наличие квалифицированных управленческих ресурсов. Результативность работы за последние 3–5 лет. Положительное отношение населения города к власти	Наличие квалифицированных управленческих ресурсов. Нет значимых результатов в развитии города за последние 3–5 лет. Нейтральное отношение жителей города к власти	Текущее административное состояние в управлении города. Недовольство властью среди населения

Источники: составлено авторами.

Данную методику оценки состояния города с позиций его устойчивого развития на основе многоугольника конкурентоспособности можно применять как субъективно (методика проводится одним человеком), так и объективно (методика проводится на основе экспертных мнений).

Так, на примере города Волгограда нами было проведено исследование, в котором в качестве экспертов приняли участие более сорока студентов экономических факультетов Волгоградского государственного университета и Волгоградского государственного социально-педагогического университета, так как студенты являются молодыми, активными и позитивно настроенными жителями города. Следующим этапом исследования планируется проведение опроса среди бизнесменов, общественных организаций и представителей научного общества.

После предварительных расчетов полученных ответов нами был рассчитан средний балл показателей устойчивого развития Волгограда по мнению студентов.

Так, на рисунке схематично отмечены значения показателей города Волгограда, где видно, что наиболее конкурентоспособным показателем является «Культура», «Социаль-

ная сфера» и «Хозяйственная деятельность» находятся в пределах переходного состояния, а «Производство» и «Административные ресурсы» относятся к кризисному состоянию. Следовательно, при построении стратегии развития органам местного самоуправления стоит отталкиваться именно от потенциала территории (культурно-историческое наследие в качестве конкурентного преимущества) и акцентировать внимание на развитии производственного сектора и качественного подбора кадров для административного аппарата, при этом также стоит принимать во внимание социально-экономические цели и планы развития.

Таблица 2

Итоговые оценки состояния показателей города Волгограда

Показатели города	Итог
Экономика города	4,5
Социальная сфера города	4,95
Культура	5,55
Хозяйственная деятельность	4,85
Производство	3,75
Административные ресурсы	3

Многоугольник показателей конкурентоспособности города Волгограда

Многоугольник конкурентоспособности города на основе экспертных оценок позволяет провести комплексный анализ территории по ведущим социально-экономическим показателям, выявить состояния, в которых они находятся, определить конкурентоспособные направления в развитии города, что позволит правильно составить стратегический план развития.

Главный результат формирования стратегий развития города – это разработанная стратегия поведения административных ресурсов как набора правил, которые используют для принятия решений с целью достижения поставленных планов, а также планов повышения потенциала города, его устойчивого развития [3]. Результат, полученный в ходе анализа, свидетельствует,

что для города Волгограда необходимо применять комплексный подход. Применение на практике органами местного самоуправления и региональных властей методики анализа устойчивого развития города на основе экспертной оценки социально-экономических показателей позволит увидеть общую «картину», сильные и слабые стороны перспективного развития, которые можно успешно использовать для формирования маркетинговой стратегии, стратегического плана устойчивого развития территории.

Список литературы

1. Воробьев Д.Н. Регулирование асимметрии социально-экономического развития муниципальных образований региона. – Екатеринбург, 2005.
2. Богомолова И.В. Индикативное планирование устойчивого территориального развития городов: опыт и перспективы // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер.: Экономика. Экология. – 2012. – Серия 3. – № 1 (20). – С. 101–108.
3. Маркетинговые каналы распределения товаров и услуг в крупном городе (монография) // Л.С. Шаховская, И.В. Богомолова, Ж.В. Горностаева, Т.Н. Митрахович, В.Н. Островская. – Шахты: ГОУ ВПО «ЮРГУЭС», 2007. – 75 с.
4. Особенности развития территории как социально-экономической категории на примере Волгоградской области / И.В. Богомолова, Л.С. Машенцова // Модернизация экономики и управления: II Международная научно-практическая конференция. 27 февраля 2014 года: сборник научных статей / под общ. ред. д-ра экон. наук, проф. В.И. Бережного; Северо-Кавказский федеральный университет. – Ставрополь: Ставроплит, 2014. – Часть 1.
5. McKenna R. Marketing is everything. Harvard Business Review 69 January/February, 1991.
6. Сазонов, С.П. Формирование доходной части бюджета муниципального образования (г. Волгоград) как фактор инвестиционной привлекательности / С.П. Сазонов, О.В. Сорокина, К.Д. Вайсбейн // Региональная экономика: теория и практика. – 2013. – № 38. – С. 64–72.
7. Сазонов С.П., Бухвальд Е.М., Мордвинцев А.И. Региональные институты развития и усиление роли регионов в инновационной модернизации экономики России // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2013. – № 1 (22). – С. 179.

References

1. Vorobiev D.N. Regulation of asymmetry of socio-economic development of municipal formations of the region. Ekaterinburg. 2005.
2. Indicative planning of the sustainable territorial development of cities: experience and prospects: Bogomolova I. // Vestnik of Volgograd state University. Ser.: Economy. Ecology. 2012. Series 3. no. 1 (20). pp. 101–108.
3. Marketing channels of distribution of goods and services in a major city (monograph) // Shahovskaya L.S., Bogomolova, I.V., Gornostaeva J.V., Mitrahovich T.N., Ostrovskaya V.N. Century N. Mine: GOU VPO «YURGUES», 2007. 75 p.
4. Features of development of the territory as a socio-economic category by the example of Volgograd region // Bogomolova I.V., Mashentsova L.S. Modernization of economy and management: II international scientific-practical conference. on February 27, 2014: collection of scientific articles / edited edition of Dr. Econ. of Sciences, Professor V.I. Berezhoy; North-Caucasian Federal University. Stavropol: Stavroplit, 2014. Part 1.
5. McKenna R. Marketing is everything. Harvard Business Review 69 January/February, 1991.
6. Sazonov, S.P. The formation of revenue side of municipal budget (Volgograd) as a factor of investment attractiveness / Sazonov S.P., Sorokina O.V., Vaysbeyn K.D. // Regional Economy: Theory and Practice. 2013. no. 38. pp. 64–72.
7. Sazonov S.P., Buchwald E.M., Mordvintsev A.I. Regional development institutions and the role of regions in innovative modernization of the Russian economy // Business. Education. Law. Bulletin of the Volgograd Business Institute. 2013. no. 1 (22). pp. 179–185.

Рецензенты:

Московцев А.Ф., д.э.н., профессор, декан факультета «Экономика и управление», зав. кафедрой «Менеджмент, маркетинг и организация производства» Волгоградского государственного технического университета, г. Волгоград;

Придачук М.П., д.э.н., профессор, заместитель директора Волгоградского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, г. Волгоград.

Работа поступила в редакцию 15.09.2014.