где-то есть город...

повышение привлекательности территории городского расселения в условиях реформирования социальной сферы

Одним из конкурентных преимуществ городов традиционно считается их территориальная привлекательность, которая часто связывается с их местоположением. Однако городские территории, как свидетельствует экономическая история, подвержены отрицательному воздействию со стороны окружающей среды, действия которой не всегда можно контролировать.

Солонцов С.Ю.
канд. экон. наук, ст. научный сотрудник Гуманитарно-экономического научно-исследовательского института Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики

Существует, по крайней мере, четыре фактора, которые приводят к экономической разбалансировке мест размещения городских поселений: *научно-технический прогресс, глобализация, политические сдвиги и рыночная трансформация национальной экономики.*

Последний фактор для России во многом является определяющим, причем причина этого феномена лежит в плоскости резкого сокращения с началом рыночных реформ бюджетных расходов на социальные нужды, в частности на развитие социальной инфраструктуры.

Необходимо признать, что обращение к подобной государственной стратегии в этот период было востребовано временем. Здесь следует отметить, что в соответствие с теорией дефицита вероятное поведение государства в условиях дефицита финансовых ресурсов описывается тремя закономерностями.

Первая из них обусловлена зависимостью объема государственной помощи от «узких мест», т.е. от количества имеющихся на данный момент финансовых ресурсов.

Вторая закономерность заключается в маневрировании финансовыми ресурсами, что сопровождается, в том числе, перераспределением государственной помощи во времени, а значит и с изменениями в приоритетах обслуживания ее потребителей.

Третья закономерность представляет собой предоставление государственной помощи в зависимости от имеющихся финансовых ресурсов, т.е. имеет место приспособление к жестким бюджетным ограничениям.

Современные императивы государственной стратегии повышения привлекательности тер-ритории городского расселения определяются в первую очередь Федеральной целевой программой «Сокращение различий в социально-экономическом развитии регионов РФ (2002-2010 годы и до 2015 года)». Основными целями этой программы, является умень-шение к 2010 году разрыва по основным показателям социально-экономического развития между наиболее развитыми и отстающими регионами в 1,5 раза, а к 2015 году – в 2 раза.

Необходимо отметить, что все известные меры по повышению привлекательности регио-нов для предпринимателей делятся, по крайней мере, на две группы:

1 группа – улучшение характеристик территории, т.е. ее инфраструктуры и т.п.

2 группа – предоставление налоговых льгот приходящим в регион инвесторам.

Однако если развитие инфраструктуры позволяет создать благоприятные условия для роста экономики региона на долгосрочную перспективу, то ослабление налогового бремени предприятий, как правило, дает лишь временный эффект. Мировая практика свидетельствует, что развитие инфраструктуры на основе государственной поддержки считается более «безопасным» даже в том случае, когда при принятии решения произойдет ошибка с определением перспективных направлений экономического развития регионов. Таким образом, в долгосрочном плане эта мера будет иметь положительный эффект.

льготы инвесторам экономически оправданны, если к моменту окончания их действия, регион, благодаря естественным процессам, станет благоприятным местом для размещения предприятий

Льготы инвесторам экономически оправданны, если к моменту окончания их действия, регион, в котором они применяются, благодаря естественным процессам станет благоприятным местом для размещения предприятий. Налоговые льготы представляются целесообразными в тех случаях, когда:

а) приходится стимулировать экономические процессы в наиболее отсталых регионах, где требуются значительные затраты временных и финансовых ресурсов на развитие инфраструктуры;

б) отсутствует возможность даже с помощью инфраструктуры компенсировать отрицательные свойства территории, в частности, ее удаленность.

Проводником государственной политики в вопросах повышения привлекательности территории городского поселения в условиях реформирования социальной сферы во многом является *фонд регионального развития*, который предназначен для избирательной инвестиционной поддержки регионов, решающей их социальные проблемы.

Он методологически объединяет совокупность соответствующих частей федеральных и региональных программ, а также программ и проектов отраслевого финансирования и других, разрозненных капиталовложений. В его рамках осуществляется консолидация расходов федерального бюджета, в том числе по реализации федеральных целевых программ, которые направлены на создание на всей территории РФ социальной инфраструктуры, минимально необходимой для реализации установленных Конституцией РФ и федеральным законодательством гарантий.

Принципами распределения субсидий данным фондом являются:

1) целевая поддержка капитальных вложений в общественную инфраструктуру;

2) софинансирование капитальных вложений из бюджетов субъектов РФ;

3) соблюдение субъектами РФ требований федерального законодательства к организации инвестиционного процесса.

проводником государственной политики в вопросах повышения привлекательности городов в условиях реформирования социальной сферы во многом является фонд регионального развития

Государственная поддержка территорий за счет трансфертов не является панацеей. Государство может и должно управлять жизненным циклом территорий, на которых размещены городские и сельские поселения. В контексте последнего положения на себя обращают внимание, по крайней мере, два периода жизненного цикла территории – ее *рост* и *кризис*.

В первом случае динамика роста территории характеризуется следующей логикой.

Если место является привлекательным, то возникают новые отрасли, повышается вероятность трудоустройства экономически активного населения, а сама территория привлекает граждан из других мест качеством жизни. Все это обусловливает приток новых жителей, туристов, новых инвесторов и бизнеса. В результате цены на недвижимость начинают подниматься, нагрузка на инфраструктуру увеличивается, а социальные потребности возрастают. Ответным шагом на эту тенденцию часто становится рост на данной территории налогов.

Во втором случае кризис территории описывается следующей схемой.

Место становится непривлекательным, вследствие чего основное предприятие или от-расль испытывает сложности, активность предпринимательской деятельности падает, растет уровень безработицы, износ инфраструктуры приближается к критической отметке, растет дефицит городского бюджета. Все это обусловливает рост трудовой миграции и отток бизнеса. Туристы теряют интерес к территории, банковские структуры ужесточают условия кредитования бизнеса, растет число экономически несостоятельных предприятий и, соответственно, возрастают социальные нужды, а имидж города ухудшается.

Одним из инструментов государственной стратегии повышения привлекательности территории городского поселения служит *маркетинг территорий,* который включает в себя следующие компоненты:

– разработку для территории крепкого и привлекательного позиционирования и имиджа;

одним из инструментов государственной стратегии повышения привлекательности территории городского поселения служит маркетинг территорий

– создание стимулов для существующих и потенциальных покупателей и пользователей товаров и услуг;
– поставку продуктов и услуг данной территории в эффективной и доступной форме;
– пропаганду привлекательных и полезных качеств данной территории с целью полноценного информирования пользователей о ее отличительных преимуществах.

По оценкам маркетологов, существуют четыре основных метода развития территории городского поселения, обеспечивающего рост ее привлекательности:
– развитие социальной сферы;
– улучшение городской среды;
– экономическое развитие;
– стратегическое рыночное планирование.

Целью развития социальной сферы региона является создание качественной среды как для людей, уже живущих и работающих на этой территории, так и для ее потенциальных жителей. Экономическое развитие территории в современных условиях связывается с формированием и совершенствованием *регионального кластера*, а также с поддержанием его экономической базы.

При проведении стратегического планирования развития территории важно предусматривать такие стратегии, которые будут способствовать появлению реальных рабочих мест и увеличению налогооблагаемой базы.

При осуществлении маркетинга территории, важно понимать, в каких случаях бизнес принимает решения о совершении инвестиций или месте своего базирования. Как правило, предприниматели начинают относиться к потенциальному адресу местоположения своих производств после оценки различных факторов привлекательности, которые в совокупности и определяют общий местный деловой климат.

pn

Литература

1. Айвазян С.А. Интегральные индикаторы качества жизни населения: их построение и использование в социально-экономическом управлении межрегиональных сопоставлениях. М.,2000.
2. Воронин Ю.А. Оценка качества населения как основа новой социальной политики. Новосибирск. 1998.
3. Жандаров А., Шиллер Ф. Анализ социально-экономической ситуации в России// Экономист, 2002. – №4.
4. Жеребин В. М., Ермакова Н. А. Уровень жизни населения — как он понимается сегодня/Вопросы статистики, 2000, № 8.
5. Жуков Г.И.,. Авцинова Г.И, Акмалова А.А. Социальная политика: парадигмы и приоритеты. – М.: Союз, 2000.
6. Заславская Т.И. Проблема демократической переориентации экономики современной России // Общество и экономика. 1997. № 1.