



Социальный паспорт муниципальных образований в маркетинге территорий

Корякина Т.В.¹

¹ Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации (Липецкий филиал), Липецк, Россия

АННОТАЦИЯ:

Статья посвящена формированию социального паспорта муниципальных образований, который является исходной базой не только для комплексного анализа текущего состояния экономического сектора и социальной сферы муниципального образования, диагностики проблем территории, но и для выявления потенциала муниципального образования. Методология исследования включает сравнительный обзор литературы, системный, структурный подходы, включая анализ и сопоставление форм и методов развития территорий, создание условий развития реального сектора экономики, социальной сферы в целях повышения качества жизни населения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: маркетинг территорий, социальный паспорт муниципальных образований, качество жизни, позиционирование территорий.

Social passport of municipalities in marketing of territories

Koryakina T.V.¹

¹ Financial University under the Government of the Russian Federation, Lipetsk Branch, Russia

Введение

В основу современной концепции развития муниципальных образований должен быть положен учет особенностей конкретных городов и поселений. В настоящее время существенной проблемой эффективного взаимодействия представителей различных социальных институтов выступает отсутствие общего описания общественного позиционирования муниципальных территорий. Представители власти описывают характеристики муниципальных образований в понятиях правопорядка, городских проблем и др.; представители общественности, как правило, - в терминах личности, ценностных ориентирах и др.; представители бизнеса - на языке структуры занятости, экономических показателей рынка услуг и труда [1–10] (Vasilev, Prakhov, Tuktarov, 2015; Klimov, 2010; Klimov, 2016; Koryakina, Makarov, 2017; Koryakina, Zyuzina, 2014; Koryakina, Osipova, Reshetnikova, 2014; Kuzmina, Tonysheva, 2017; Margasov, 2012; Syatchikhin, 2014; Tutukov, 2009). Соответственно, необ-

ходимы обобщающие критерии описания субъектов территорий с учетом мнений различных социальных институтов.

Соответственно, целью данного исследования является анализ проблематики формирования социального паспорта муниципального образования в контексте территориального маркетинга.

Развитие территорий – это создание условий и для развития реального сектора экономики, и для развития социальной сферы в целях повышения качества жизни населения. В настоящее время территориальные аспекты социально-экономического развития рассматриваются в ракурсе градостроительной деятельности; создания благоприятных условий жизнедеятельности человека; охраны природных ресурсов. Современные программы территориального планирования и развития включают в себя прогнозирование и предложения по комплексному развитию и размещению основных отраслей экономики; развитию транспортной и инженерной инфраструктур, сельскохозяйственного производства; проблемам занятости и трудовой активности населения; экологизации производственных мощностей [4, 5] (*Koryakina, Makarov, 2017; Koryakina, Zyuzina, 2014*).

Основные характеристики муниципального паспорта

Маркетинг территорий в настоящее время, наряду с оценкой экономической специфики территории, состояния локальной экономики, наличия на территории крупных коммерческих и государственных предприятий, возможно, градообразующих по своим масштабам, структуры местного бизнеса, включает оценку природных условий,

ABSTRACT:

The article is devoted to the formation of social passport of municipalities, which is the base not only for a comprehensive analysis of the current state of economic sector and social sphere of municipalities and the diagnosis of the problems of the territory, it also serves to identify the potential of the municipality. The methodology of the study includes a comparative review of the literature, systemic and structural approaches, including analysis and comparison between forms and methods of territorial development, creation of conditions for the development of the real economic sector, social sphere in order to improve the quality of life of the population.

KEYWORDS: marketing of territories, social passport of municipalities, quality of life, positioning of territories

JEL Classification: I31, M31, M28, R19, R59

Received: 08.11.2017 / Published: 30.11.2017

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers
For correspondence: Koryakina T.V. [TVKoryakina@fa.ru]

CITATION:

Koryakina T.V. (2017) Sotsialnyy pasport munitsipalnyh obrazovaniy v marketinge territoriy [Social passport of municipalities in marketing of territories]. Rossiyskoe predprinimatelstvo. 18. [22]. – 3555-3564. doi: [10.18334/rp.18.22.38533](https://doi.org/10.18334/rp.18.22.38533)

состояния окружающей среды, экологии района, а также оценку социальных показателей (в том числе социально-демографические характеристики жителей района; состояние трудовых ресурсов; уровень доходов).

Полученный массив данных о муниципальном образовании сводится в единый документ – паспорт муниципального образования.

Основные требования к паспорту: использование достоверной статистической, налоговой, отраслевой и иной отчетности; периодичность обновления информации; использование единых алгоритмов анализа и обработки информации; оптимальность количества показателей, обеспечивающих исчерпывающий анализ текущего состояния экономики и социальной сферы муниципального образования; наличие качественных характеристик социально-экономического развития и образования; комплексность подхода. Паспорт муниципального образования должен содержать как общие показатели для всех типов муниципальных образований, так и показатели, отражающие специфику развития экономики и социальной сферы муниципального образования.

Социальный паспорт муниципального образования является исходной базой не только для комплексного анализа текущего состояния экономического сектора и социальной сферы муниципального образования, диагностики проблем территории, но и для выявления потенциала муниципального образования.

В ряде муниципальных образований (и небольших сельских поселений, и больших городов) создаются паспорта. Разработанные паспорта содержат следующую информацию о муниципальных образованиях: краткая историческая справка (дата основания, переименования), данные статистики (общая численность населения, площадь МО, количество населенных пунктов/микрорайонов), наличие производственных предприятий (промышленность, сельское хозяйство, индивидуальные предприятия, торговля и др.), наличие объектов социальной сферы (образование, культура, здравоохранение, социальная защита, спорт), наличие общественных объединений (политических партий, общественных объединений по социальным, корпоративным и другим интересам, включая молодежные и детские), общая характеристика населения (в т.ч. численность экономически активного населения, количество занятых на производстве, количество пенсионеров и др.). В паспортах также содержится информация о характеристике населения по социальным признакам, в т.ч. количество малообеспеченных, молодых и многодетных семей, количество пенсионеров и ветеранов (труда,

ОБ АВТОРЕ:

Корякина Татьяна Валерьевна, заведующий кафедрой «Экономика, менеджмент и маркетинг», кандидат экономических наук (TVKoryakina@fa.ru)

ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Корякина Т.В. Социальный паспорт муниципальных образований в маркетинге территорий // Российское предпринимательство. – 2017. – Том 18. – № 22. – С. 3555-3564. doi: [10.18334/rp.18.22.38533](https://doi.org/10.18334/rp.18.22.38533)

участников боевых действий в мирное время и ВОВ), характеристика детей, подростков и молодежи, характеристики социальной инфраструктуры (в т.ч. культурно-исторических памятников, количество оборудованных мест для отдыха и спорта и др.) и другая информация. Несмотря на существенный анализ в паспортах характеристик муниципального образования, на наш взгляд, в них недостаточно представлены социальные характеристики населения муниципального образования.

Основные критерии формирования социального паспорта города Липецка

Содержание города Липецка, представленное на информационном портале г. Липецка: численность, число официально зарегистрированных безработных (по данным Управления труда и занятости Липецкой области), число зарегистрированных преступлений (по данным УВД Липецкой области), количественный состав Статистического регистра хозяйствующих субъектов, использование промышленных производственных мощностей, использование земельных ресурсов и удельные показатели кадастровой стоимости земельных участков, капитальное строительство, развитие малого бизнеса, число образовательных учреждений, общедоступные библиотеки Роскультуры, учреждения культурно-досугового типа и киноустановки Роскультуры, перечень крупных инвестиционных проектов и др.

В рейтинге привлекательности городов Российской Федерации за 2015 и 2016 гг., составленном Министерством регионального развития по показателям качества среды проживания, в перечне 164 городов страны Липецк уверенно занимает 30 место. Традиционно в число критериев рейтинга вошли такие показатели, как: динамика численности населения, демографические характеристики, экономика, транспорт, учитывались и такие показатели, как социальные параметры общества и благосостояние граждан, социальная инфраструктура, инновационная активность, кадровый потенциал [11] (*Shirokova, Kadilnikova, 2014*).

На наш взгляд, реализация инновационного потенциала города возможна только с учетом человеческого капитала и потенциала социума муниципального образования.

Для повышения эффективности социально-экономического развития региональных образований и муниципальных образований, на наш взгляд, необходимо активнее использовать весь ресурс изучения социального капитала муниципального образования. Теории социологии управления и наработанный наукой инструментарий помогут изучить направления и механизмы развития активности представителей местного сообщества, организации эффективного сотрудничества общественности и органов местного самоуправления в сфере решения вопросов позиционирования территории. Применяя методiku и методологию исследований, можно организовать описание и типологизацию муниципальных субъектов, необходимые для дальнейшей разработки программ развития территории, для создания условий партнерского взаимодействия социальных институтов бизнеса, власти, образования и местного

общества для дальнейшего образования муниципальных образований [4] (*Koryakina, Makarov, 2017*).

При изучении конкурентных позиций муниципальных образований необходимы анализ поселенческих особенностей территории, местной истории, изучение социокультурной среды, традиций и общепринятых ценностей, действующих социальных институтов, форм социального взаимодействия, оценка человеческих ресурсов. Должны быть взвешены и оценены как местные проблемы, так и достоинства и преимущества, которыми располагает территория и ее население.

При изучении исходных параметров территории необходимо проанализировать общественную ситуацию. Для этого могут использоваться все источники информации, включая статистику, официальные документы, прессу, опросы (анкетирование) жителей и пр. При изучении разброса мнений анкетирование позволяет учесть все позиции [6] (*Koryakina, Osipova, Reshetnikova, 2014*).

Выводы социологических исследований о текущей общественной ситуации станут объективным основанием создания «социального паспорта общественной жизнедеятельности муниципальной территории» и программы социального развития муниципальной территории. Создание «Социального паспорта общественной жизнедеятельности муниципальной территории» представляет интерес не только для власти, но и для населения, т.к. определяет потенциал взаимодействия местного общества, власти и бизнеса.

В социальном паспорте важны, во-первых, характеристики муниципалитета – это не только административные и естественные границы района, плотность населения, баланс между промышленной, коммерческой и жилой зонами, но и характеристики организации жизни населения и его общественной деятельности (места для досуга, школы, детские сады и детские площадки, магазины и торговые центры, театры, кино-театры и клубы, спортивные сооружения, характеристики жилья, их удобство для жизни и общения).

Во-вторых, для социального паспорта существенны и характеристики населения – это не только состав населения (пол, возраст и т.д.), характер его занятости, состав безработных, основные востребованные специальности, но и потенциал местного развития (например, местные знаменитости – люди творчества, художники, умельцы, мастера дела и др.), и показатели вовлеченности населения в решение важных проблем, активности граждан и др.

Для создания социального паспорта необходимо использовать и ряд социокультурных параметров. Наиболее значимыми параметрами являются: история района и его традиции; местные исторические и культурные достопримечательности; местные знаменитости, а также местное самоуправление и мнение общественности о перспективах развития муниципальных образований.

При создании паспорта в процессе опроса населения важно узнать, как сами жители оценивают ситуацию в районе и свое положение, где они видят границы сво-

его соседского сообщества, как идентифицируют себя с ним и какие минусы и плюсы жизни и деятельности местного сообщества отмечают, какие причины проблем видят и какие решения этих проблем предлагают.

Кроме того, необходимо изучить действующие на территории разнообразные общественные организации, объединенные по интересам и проблемам, среди которых – культурные организации, этнические землячества, органы территориального общественного самоуправления, домкомы, ЖСК и ТСЖ, общественные комиссии из жителей при социальных службах, родительские комитеты и т.д. Инициативные объединения жителей часто возникают для решения каких-то проблем, например, благоустройства территории, организации досуга и социальной взаимопомощи, решения жилищных проблем. Они имеют существенный потенциал, т.к. способны решать общие задачи. Среди них есть те, кто успешно сотрудничают с администрацией, и те, кто явно конфликтуют с ней. Но вместе с деловыми, профсоюзными и религиозными организациями они и составляют ту часть местного сообщества, которая имеет собственное видение перспектив социального развития территории.

Также создание «Общественного паспорта развития муниципальной территории» включает: инвентаризацию общественных формирований, объединений на территории, выявление их интересов, намерений, создание базы данных по общественным объединениям и банка их идей; фиксацию существующих социальных ресурсов территории, а также выявление новых ресурсов; оценку потенциала развития территорий.

Местные традиции, формы общинных работ или сборов, иницируемых жителями, – эти и другие виды проявления местной активности могут быть учтены для дальнейшей организации работы с населением и участия местного сообщества в продвижении и развитии муниципальной территории.

Заключение

Таким образом, для обеспечения эффективного участия всех институтов гражданского общества в социально-экономическом развитии области необходимо создание многоканальной системы обмена информацией между властью, бизнесом, институтом образования и местным сообществом. Социологические исследования позволяют создать такой «Социальный паспорт общественной жизнедеятельности района», который может стать основанием развития и для территории, и для его населения. Результаты социологических исследований могут использоваться в ходе разработки программ социально-экономического развития территорий и стратегических планов социально-экономического развития муниципальных образований.

Миссия города Липецка, закреплённая в действующем стратегическом плане: «город многоотраслевой, сбалансированной экономики и комфортной среды проживания». Основы дальнейших стратегических преобразований города связаны не только с разработкой программ модернизации городской инфраструктуры, но также с развитием культурного потенциала города и формированием ответственного гра-

жданского общества. Для Стратегического плана развития города Липецка до 2035 г. необходимы анализ и учет важнейших социальных характеристик населения муниципального образования. Стратегия социальных изменений области и муниципальных образований должна разрабатываться с учетом «Социального паспорта жизнедеятельности муниципальной территории» или для карты социально-культурных проблем территории.

Создание социального паспорта г. Липецка с учетом изложенных предложений будет способствовать улучшению качества муниципального управления и повышению его эффективности; повышению качества жизни населения города; лучшему позиционированию территории; реализации Стратегического плана развития города с учетом его социального, культурного и инновационного потенциала.

ИСТОЧНИКИ:

1. Васильев М.Ю., Прахов И.П., Туктаров Ю.Е. Кредитная оценка муниципальных образований: методологические подходы международных рейтинговых агентств // Глобальные рынки и финансовый инжиниринг. – 2015. – № 2. – с. 113-128. – doi: 10.18334/grfi.2.2.534.
2. Климов Д.В. К вопросу о принципах устойчивого экономического развития муниципальных образований Российской Федерации // Российское предпринимательство. – 2010. – № 7-1(162). – с. 155-159. – url: <http://bgscience.ru/lib/6111>.
3. Климов Д.В. Оценка эффективности территориальных преобразований в маркетинговой концепции стратегического планирования устойчивого развития муниципальных образований // Российское предпринимательство. – 2016. – № 16. – с. 2025-2034. – doi: 10.18334/rp.17.16.36468.
4. Корякина Е.Д., Макаров И.Н. О необходимости формирования новой стратегии социально-экономического развития России // Ученые записки Тамбовского отделения РoCМУ. – 2017. – № 8. – с. 206-212.
5. Корякина Т.В., Зюзина Н.Н. Особенности применения маркетинговой составляющей в развитии регионов // Фэс: финансы. экономика. – 2014. – № 12. – с. 46-49.
6. Корякина Т.В., Осипова И.В., Решетникова Е.В. Особенности разработки и реализации стратегии инновационного развития муниципального образования // Стратегическое планирование развития территорий. Опыт. Современные тенденции. Перспективы: Материалы международного научно-практического форума, 2014. – с. 343-350.
7. Кузьмина Н.Л., Тоньшева Л.Л. Типологизация муниципальных образований региона по уровню развития розничной торговли на локальных продовольственных рынках // Российское предпринимательство. – 2017. – № 8. – с. 1371-1381. – doi: 10.18334/rp.18.8.37773.
8. Маргасов Д.В. Метод оценки бюджетной безопасности субъекта РФ и муниципальных образований на основе определения коэффициента эффективности управле-

- ния капиталом // Российское предпринимательство. – 2012. – № 5(203). – с. 156-159. – url: <http://bgscience.ru/lib/7350>.
9. Сятчихин С.В. Саморазвитие территорий: бюджетный аспект // Российское предпринимательство. – 2014. – № 7(253). – с. 65-68. – url: <http://bgscience.ru/lib/8495>.
10. Тутуков А.Б. Совершенствование системы стратегического регионального управления социально-экономическим развитием муниципальных образований // Российское предпринимательство. – 2009. – № 5-2(135). – с. 151-156. – url: <http://bgscience.ru/lib/5653>.
11. Широкова О.В., Кадильникова Л.В. Основные показатели и факторы эффективности управления социально-экономическим развитием региона // Фэс: финансы. экономика. – 2014. – № 2. – с. 36-39.

REFERENCES:

- Klimov D.V. (2010). К вопросу о принципах устойчивого экономического развития муниципальных образований Российской Федерации [On the issue of the principles of sustainable economic development of the municipalities of the Russian Federation]. Russian Journal of Entrepreneurship. (7-1(162)). 155-159. (in Russian).
- Klimov D.V. (2016). Otsenka effektivnosti territorialnykh preobrazovaniy v marketingovoy kontseptsii strategicheskogo planirovaniya ustoychivogo razvitiya munitsipalnykh obrazovaniy [Efficiency assessment of territorial transformations in the marketing concept of strategic planning for sustainable development of municipalities]. Russian Journal of Entrepreneurship. 17 (16). 2025-2034. (in Russian). doi: 10.18334/rp.17.16.36468.
- Koryakina E.D., Makarov I.N. (2017). O neobkhodimosti formirovaniya novoy strategii sotsialno-ekonomicheskogo razvitiya Rossii [On the need to develop a new strategy for Russia's socio-economic development]. Scientific notes of the Tambov branch of Russian Union of young scientists. (8). 206-212. (in Russian).
- Koryakina T.V., Osipova I.V., Reshetnikova E.V. (2014). Osobennosti razrabotki i realizatsii strategii innovatsionnogo razvitiya munitsipalnogo obrazovaniya [Features of development and implementation of innovative development strategy of the municipality] Strategic planning of territories development. Experience. Modern trends. Prospects. 343-350. (in Russian).
- Koryakina T.V., Zyuzina N.N. (2014). Osobennosti primeneniya marketingovoy sostavlyayushey v razvitiy regionov [Application features of the marketing component in the development of regions]. «FES: Finance. Economy. ». (12). 46-49. (in Russian).
- Kuzmina N.L., Tonysheva L.L. (2017). Tipologizatsiya munitsipalnykh obrazovaniy regiona po urovnyu razvitiya roznichnoy trgovli na lokalnykh prodovolstvennykh rynkakh [Typologization of regional municipalities by the level of retail trade development on local food markets]. Russian Journal of Entrepreneurship. 18(8). 1371-1381. (in Russian). doi: 10.18334/rp.18.8.37773.

- Margasov D.V. (2012). Metod otsenki byudzhetnoy bezopasnosti subekta RF i munitsipalnyh obrazovaniy na osnove opredeleniya koeffitsienta effektivnosti upravleniya kapitalom [Method for assessing the budgetary security of a constituent entity of the Russian Federation and municipal entities on the basis of the definition of a capital management efficiency coefficient]. Russian Journal of Entrepreneurship. (5(203)). 156-159. (in Russian).
- Shirokova O.V., Kadilnikova L.V. (2014). Osnovnye pokazateli i faktory effektivnosti upravleniya sotsialno-ekonomicheskim razvitiem regiona [Main indicators and factors of the effective management of socio-economic development of the region]. «FES: Finance. Economy. ». (2). 36-39. (in Russian).
- Syatchikhin S.V. (2014). Samorazvitie territoriy: byudzhетnyy aspekt [Territories self-development: budget aspect]. Russian Journal of Entrepreneurship. (7(253)). 65-68. (in Russian).
- Tutukov A.B. (2009). Sovershenstvovanie sistemy strategicheskogo regionalnogo upravleniya sotsialno-ekonomicheskim razvitiem munitsipalnyh obrazovaniy [Improvement of the system of strategic regional management of socio-economic development of municipalities]. Russian Journal of Entrepreneurship. (5-2(135)). 151-156. (in Russian).
- Vasilev M.Yu., Prakhov I.P., Tuktarov Yu.E. (2015). Kreditnaya otsenka munitsipalnyh obrazovaniy: metodologicheskie podkhody mezhdunarodnyh reytingovyh agentstv [Credit assessment of municipalities: methodological approaches of international rating agencies]. Global Markets and Financial Engineering. 2 (2). 113-128. (in Russian). doi: 10.18334/grfi.2.2.534.

