

УДК 332.1

Б. Э. Эвиева

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: evievaburgsta@yandex.ru

Э. В. Эрдниева

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: erdnieva.el@yandex.ru

Л. Г. Рвачева

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: lyubarvacheva@mail.ru

С. Х. Даванов

ФГБОУ ВО «Калмыцкий государственный университет им. Б.Б. Городовикова»,
Элиста, e-mail: erdnieva.el@yandex.ru

РОЛЬ ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОМ РАЗВИТИИ СЕЛЬСКИХ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ

Ключевые слова: территориальный маркетинг, социально-экономическое развитие, концепция развития маркетинга территорий, районные муниципальные образования, доходобразующие источники, исполнение бюджета, туризм.

Территориальный маркетинг представляет собой процесс экономического развития территории, которая в рыночных условиях будет конкурентоспособна относительно других территорий. Исследования в данной статье направлены на раскрытие понятия «территориальный маркетинг» с целью определения его роли в социально-экономическом развитии сельских территорий. В разработке территориального маркетинга следует действовать таким образом, чтобы сделать его соответствующим целям и задачам процесса развития местности, снижая издержки на всех его этапах. Маркетинг должен помочь территории стать конкурентоспособной и привлекательной для различного рода инвестиций. В данной статье приводится пример применения территориального маркетинга в Яшкульском районном муниципальном образовании Республики Калмыкия. Сегодня Яшкульский район активно развивается и решает ответственные задачи. Намеченные проекты Яшкульского РМО исполняются за счет муниципального бюджета и софинансирования с республиканским бюджетом. Но для создания комфортных условий проживающего населения этого недостаточно. Удачное расположение района – это, один из факторов преимущества и инвестиционной привлекательности местности. Яшкульский район обладает туристическим потенциалом, участие сельских муниципальных образований в данном направлении может получить экономическую выгоду. Маркетинг должен развивать территорию до ее устойчивой конкурентоспособности. Поэтому необходимо выявлять преимущество каждой территории, определяя его как один из факторов маркетингового развития. Потенциал в развитии сельских муниципальных образований Яшкульского района имеется. Он видится в туристической сфере. Применение рыночных рычагов в механизме самоуправления в СМО сможет дать положительные результаты.

В. Е. Evieva

Kalmyk State University, Elista, e-mail: evievaburgsta@yandex.ru

Е. В. Erdnieva

Kalmyk State University, Elista, e-mail: erdnieva.el@yandex.ru

Л. Г. Rvacheva

Kalmyk State University, Elista, e-mail: lyubarvacheva@mail.ru

С. H. Davanov

Kalmyk State University, Elista, e-mail: erdnieva.el@yandex.ru

THE ROLE OF TERRITORIAL MARKETING IN THE SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF RURAL MUNICIPALITIES

Keywords: territorial marketing, socio-economic development, concept of territory marketing development, district municipalities, revenue-generating sources, budget execution, tourism.

Territorial marketing is a process of economic development of a territory that, in market conditions, will be competitive relative to other territories. The research in this article is aimed at studying the concept of territorial marketing and identifying the possibility of its application in the socio-economic development of rural municipalities. Territorial marketing should be designed in such a way as to meet the goals and objectives of the area development process, become competitive to attract various types of investments, reducing costs at all stages. This article provides an example of the application of territorial marketing in the Yashkul district municipality of the Republic of Kalmykia. Today, Yashkul district is actively developing and solving important tasks. The planned projects of the Yashkulsky RMO are executed at the expense of the municipal budget and co-financing with the republican budget. But this is not enough to create comfortable conditions for the living population. The convenient location of the area is one of the factors of advantage and investment attractiveness of the area. Yashkulsky district has a tourist potential, and the participation of rural municipalities in this direction can be of great benefit. Marketing should develop the territory to its sustainable competitiveness. Therefore, it is necessary to identify the advantage of each territory, defining it as one of the factors of marketing development. There is potential in the development of rural municipalities in the Yashkulsky district, and it is seen in the tourism sector. The use of market levers in the mechanism of self-government in the CFR will be able to give positive results.

Введение

Понятие территориального маркетинга в современной экономике набирает все большую известность. В экономику территории входят сложившиеся в силу ряда факторов условия, возможности и перспективы. Это значит, что территориальный маркетинг представляет собой процесс экономического развития территории, которая в рыночных условиях будет конкурентоспособна относительно других территорий.

В работах зарубежных авторов под «территориальным маркетингом» подразумевается «маркетинг места, маркетинг территориально-административных образований и маркетинг в масштабах государства.

Надо сказать, что особенности каждой территории складываются из различных факторов: природно-климатических, исторических, социально-демографических и других» [3].

В раскрытии сущности категории «территориальный маркетинг» можно выделить экономико-географический и маркетинговый подход.

В этом вопросе большую роль играет координация территории государственными институтами органов исполнительной и законодательной власти. Однако, среди государственных организаций нет тех, которые бы в полной мере занимались территориальным маркетингом.

Поэтому, для обеспечения собственной конкурентоспособности территория должна опираться на механизм хозяйствования, основанный на изучении спроса и предложения со стороны местного населения, производства и сбыта продукции (услуг). В решении данной проблемы, наверно, основной упор нужно делать на негосударственный сектор, малые и средние формы

предпринимательства. Таким образом, это послужит основой для развития территориального маркетинга.

Исследования в данной статье направлены на изучение понятия территориального маркетинга и выявления возможности применения его в социально-экономическом развитии сельских муниципальных образований.

Целью исследования является анализ вида деятельности Яшкульского районного муниципального образования, выявление роли территориального маркетинга в развитии сельских территорий, а также поиск преимуществ и маркетинговой привлекательности изучаемой территории.

Материал и методы исследования

В трудах Ф. Котлера и его соавторов для определения территориального маркетинга используются такие понятия как «маркетинг места». Авторы утверждают, что «маркетинг обеспечивает наиболее всесторонний подход к решению проблем территории, при котором ее продвижение является составной его частью» [7].

Категория «маркетинг территории» определяется А.П. Панкрухиным тем, что, по его словам, ею является «территория в целом, и маркетинг осуществляется как внутри нее, так и за ее пределами» [11].

В его работах позднее были даны еще несколько определений маркетинга территории. Таким образом, данная категория не может характеризоваться каким-то одним определением. С методологической точки зрения территориального маркетинга, предприятия и организации должны вести целенаправленную деятельность в одном направлении по пути достижения поставленных социально-экономических целей и рас-

смагивать территорию района как единое административное образование.

Методологически территориальный маркетинг рассматривается как определенный процесс, который имеет свои этапы развития, которые в дальнейшем скажутся на развитии территории в стремлении достичь поставленных целей. Становление территориального маркетинга во многом зависит от сложившихся условий в силу специфики местности, в зависимости от воздействующих на него факторов.

Таким образом, «территориальный маркетинг – это сложносоставной процесс, имеющий свои параметры входа и выхода» [3].

Схема процесса развития территориального маркетинга с параметрами входа и выхода показана на рисунке 1.

Политико-правовые параметры входа включают в себя: нормативно-правовые акты, государственную экономическую политику, работу органов исполнительной власти. Экономические параметры отражают финансовую и фискальную стороны, показатели рыночной конъюнктуры. К социокультурным показателям относятся: культура, традиции, образование, условия проживания. Последние – технологические показатели представляют собой развитие прогрессивных, наукоёмких технологий производства.

Территориальный маркетинг должен быть разработан таким образом, чтобы соответствовать целям и задачам процесса развития местности, стать конкурентоспособным для привлечения различного

рода инвестиций, снижая издержки на всех его этапах.

Развитие территориального маркетинга может носить циклический характер за счет повторения стадий последовательно определенных действий, при котором новый цикл может начинаться в более усовершенствованной форме. После окончания последнего цикла следует вновь переходить на первоначальный этап. На рисунке 2 показана стадии развития территориального маркетинга.

Для создания эффективного механизма функционирования территориального маркетинга нельзя отходить от принятой концепции, разработанной стратегии и плана конкретных действий по его внедрению.

В данной статье приведем пример применения территориального маркетинга в Яшкульском районном муниципальном образовании Республики Калмыкия.

Основной вид деятельности Яшкульского районного муниципального образования Республики Калмыкия – деятельность органов местного самоуправления по управлению вопросами общего характера.

Для районного муниципального образования совместно с руководством региона приоритетным стала реализация мероприятий, направленных на повышение эффективности управления территорией. Эффективность управления территорией предполагает дальнейшее социально-экономическое развитие района, включающее выполнение социальных обязательств, реализацию планов и проектов, улучшающих условия жизни граждан.

Процесс развития территориального маркетинга

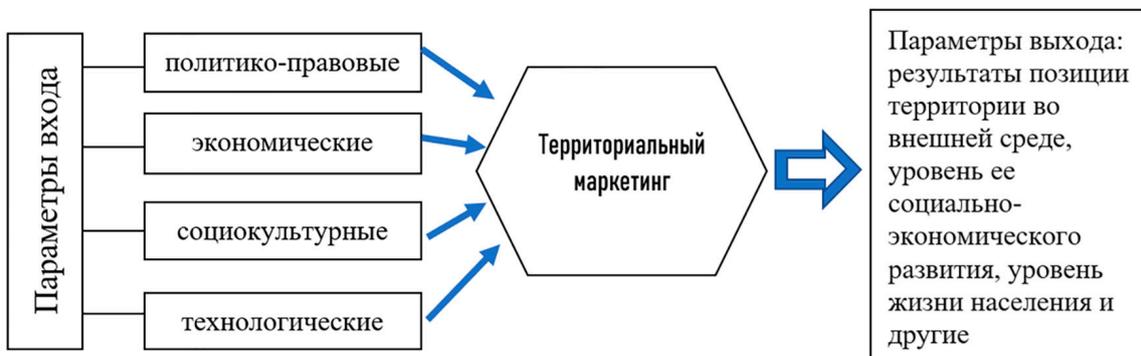


Рис. 1. Процесс развития территориального маркетинга
Примечание: составлено авторами



Рис. 2. Стадии развития территориального маркетинга
Примечание: составлено авторами

За 2023 год на территории района проводились мероприятия по ремонту социальных объектов, возводились новые объекты, благоустраивались сельские территории. Данные работы проводились в рамках программ всех уровней бюджетной системы Российской Федерации.

В 2023 году экономика Яшкульского районного муниципального образования района столкнулась с трудностями во всех имеющихся отраслях. Несмотря на это, деловая активность восстанавливается, а предприятия и организации налаживают работу в новых условиях. Так, уже на сегодняшний день наблюдается положительная динамика показателей, характеризующих социальную сферу и экономику района. Однако в отдельных секторах экономики отмечается негативный эффект, вызванный ужесточением финансовых условий на фоне санкционных ограничений, резкого повышения цен на продовольствие и энергоносители и засухой в Калмыкии, неблагоприятно сказав-

шийся на отдельных показателях производственной сферы района.

Сегодня Яшкульский район активно развивается и решает ответственные задачи. Среди них модернизация экономики и животноводства, строительство и ремонт дорог, благоустройство населенных пунктов, работает программа переселения граждан из ветхого и аварийного жилья, делается все возможное для жителей района.

По Соглашению между Министерством образования и науки РК и Администрацией Яшкульского районного муниципального образования были выделены субсидии на следующие проекты:

1) на создание в общеобразовательных организациях, расположенных в сельской местности и малых городах, условий для занятия физической культурой и спортом, в целях достижения показателей и результатов региональных проектов в рамках государственной программы Республики Калмыкия «Развитие образования Республики Калмыкия»

2) на реализацию регионального проекта «Модернизация школьных систем образования в Республике Калмыкия»

Выполняются ремонтные работы, такие как замена кровли, панелей, окон, частичная замена радиаторов системы отопления, обвязка котлов, замена автоматической пожарной сигнализации, укладка кафельной плитки в фойе, пищеблоке, столовой, настил линолеума, замена дверей, общестроительные и сантехнические работы.

Одним из приоритетных направлений деятельности образовательных учреждений района является работа по привлечению молодых педагогов. Администрация района уделяет значительное внимание поддержке молодых учителей.

Пополнение бюджета Яшкульского района осуществляется из доходобразующих источников. Основными из них являются налог на доходы физических лиц и доходы от использования имущества, находящегося в муниципальной собственности. Общий их удельный вес составил 69,9% к общему объему налоговых и неналоговых доходов.

За 2022 год в консолидированный бюджет Яшкульского района поступило налогов и сборов на сумму 161909,8 тыс. рублей, в том числе по уровням бюджетов: районный – 138507,2 тыс. рублей (85,5% от поступления в местные бюджеты), бюджеты поселений – 23402,6 тыс. рублей (14,5%).

Фактическое исполнение по налоговым и неналоговым доходам за 2022 года к бюджетным назначениям составляет 104,1%, в сравнении со значением 2021 годом выше на 11755,0 тыс. руб. или на 7,8%.

Наибольшая часть поступлений в консолидированный бюджет традиционно приходится на налог на доходы физических лиц. Бюджет пополнился также суммой арендной платы от земель сельскохозяйственного назначения, наблюдается увеличение доходов

от использования имущества, находящегося в муниципальной собственности. Причиной увеличения доходов от использования имущества является своевременность уплаты плательщиками и погашение задолженности прошлых лет. Установлено также, что в 2022 году применяются ставки платы за негативное воздействие на окружающую среду.

Наблюдается увеличение доходов от оказания платных услуг и компенсации затрат государства и от продажи материальных и нематериальных активов.

Доходы от продажи материальных и нематериальных активов были запланированы на 2022 г. в сумме 1021,6 тыс. руб., а исполнение на 01.01.2023г. составило 1021,6 тыс. руб. (100,0%). В сравнении с 2021 годом в отчетном периоде наблюдается увеличение доходного источника на 326,3 тыс. руб. (146,9%) (таблица 1).

Бюджет Яшкульского РМО также пополняется прочими безвозмездными поступлениями, субсидиями и субвенциями.

По реализации социально значимых проектов развития муниципальных образований, основанных на местных инициативах предусмотрено средств в целях софинансирования за счет средств республиканского бюджета на сумму 2722,9 тыс. руб., исполнение составило 2722,9 тыс. руб.

Яшкульское РМО направляет для освоения бюджетные средства на содержание образовательных организаций (таблица 2).

Социальная политика администрации района включает пенсионное и социальное обеспечение населения, в том числе мероприятия по обеспечению жильем молодых семей. Освоение бюджета по этим статьям выполнены на 100%. Мероприятия по охране семьи и детства выполнены на 88,6%, другие вопросы в области социальной политики на 76,7%.

Таблица 1

Источники пополнение бюджета Яшкульского района РМО РК

Наименование организации	Испол. 2021 г. тыс. руб.	План 2022 г. тыс. руб.	Испол. 2022 г. тыс. руб.	Отклон. в %, к назнач. 2022 г.	Отклон. в %, к испол. 2021г.
Налоговые и неналоговые доходы, всего	150154,8	155484,9	161909,8	104,1	107,8
Поступления платных услуг	1873,8	3103,0	3059,2	98,6	163,3%
Доходы от продажи материальных и нематериальных активов	695,3	1021,6	1021,6	100	146,9

Примечание: составлено автором на основании [6].

Таблица 2

Анализ исполнения бюджета по разделу «Образование» (тыс. руб.)

№	Наименование показателя	Фактическое исполнение 2021 г. тыс. руб.	Бюджетные назначения 2022 г. тыс. руб.	Фактическое исполнение 2022 г. тыс. руб.	Отклонение к 2021 г. +,-	Процент исполнения в 2022 году, %
1	Всего расходов	480714,5	541214,9	536119,6	55405,1	99,1
2	Образование	323603,2	409380,6	408996,0	85392,8	99,6
3	Дошкольн. образование	65623,4	60861,9	60818,5	-4804,9	99,9
4	Общее образование	232055,0	319755,6	319603,4	87548,4	99,9
5	Доп. образование детей	13392,9	14828,3	14798,3	1405,4	99,8
6	Молодежная политика	969,2	1048,8	894,8	-74,4	85,3
7	Другие вопросы сферы образования	11562,7	12886,0	12881,0	1318,3	99,9

Примечание: составлено автором на основании [6].

Результаты исследования и их обсуждение

На основе исследований материала по Яшкульскому РМО можно сказать следующее. Намеченные проекты исполняются за счет муниципального бюджета и софинансирования с республиканским бюджетом. Если для социальных объектов этого может быть достаточно, то для создания комфортных условий проживающего населения нужны еще финансовые средства. Как уже говорилось выше, в развитие инфраструктуры большую роль может сыграть бизнес.

Развитие территориального маркетинга зависит от многих факторов, один из которых – местоположение. Яшкульский район располагается в центральной части Республики Калмыкия к востоку от административного центра. Расстояние от районного центра – поселка Яшкуль до столицы Республики Калмыкия – города Элиста составляет 91 км. Добраться до города можно в среднем за 1 час. Короткое расстояние и хорошие дороги делают расположение населенных пунктов удобным для проживания и выгодным для развития предпринимательства. Что касается других сельских муниципальных образований Яшкульского района, то они находятся на большем удалении от Элисты, однако, на доступном расстоянии к райцентру. Удачное расположение местности – это, один из факторов ее инвестиционной привлекательности.

Предприятия Яшкульского района специализируются на производстве продукции отраслей растениеводства и животноводства. Территориальный маркетинг важен для села, так как он позволит обустроить терри-

торию до состояния социального комфорта для проживания гостей и местных жителей. Это особо актуально в условиях структурной безработицы, когда в поисках работы многие уезжают в другие, более крупные населенные пункты. Особенно тревожит тот факт, что покидают село в первую очередь молодые кадры. Они вынуждены применять свои способности в других регионах.

Другой причиной оттока молодежи из сельской местности в крупные города является отсутствие развитой инфраструктуры, отставание условий жизни от городских. Развитие инфраструктуры сельской местности делает ее более привлекательной для проживания.

Территориальный маркетинг должен строиться на основе выбранной цели и соответствующих задач, последовательно проходя, согласно показанным в данной статье все стадии развития. Ответственность за внедрение территориального маркетинга ложится на РМО.

На первой стадии перед маркетингом определяется основная цель – сделать территорию Яшкульского района социально и экономически развитой, конкурентоспособной в перспективных вопросах среди других районов.

Далее маркетинговые исследования могут осуществляться путем проведения опросов местного населения, как устных, так и при помощи специально разработанных анкет. Анкеты составляются маркетологами или другими специалистами РМО. В них должны быть обязательно включены вопросы следующего типа:

– На сколько Вы довольны условиями проживания в вашем населенном пункте?

– Имеете ли Вы постоянную работу? Если имеете, то обозначьте ее местонахождение: на территории проживания; с выездом на территорию района; за пределами Яшкульского района.

– В какой отрасли Вы работаете?

– Что бы Вы хотели изменить в вашем поселке? В Центре районного значения?

– Какие отрасли следует развивать на территории района?

– Назовите проблемы, на Ваш взгляд существующие в исследуемом районе. И другие.

Полученные результаты помогут выявить потребности территории, как общие, так и потребности предпринимательской среды. Обработанные результаты смогут определить маркетинговый продукт для данной территории. По предварительным данным маркетинговым продуктом может выступать оказание туристических услуг, которое в свою очередь требует развитие инфраструктуры местности.

Таким образом, территориальный маркетинг в Яшкульском районе должен быть направлен на развитие туризма, поскольку на данной территории есть интересные туристические направления, требующие их разработки. Территория может предложить туристические маршруты для однодневных поездок и экскурсий, благодаря ее близкому к городу расположению. Помимо этого, может быть налажено производство продукции, сопутствующее туристическому маршруту, как правило, с местным колоритом. Это позволит повысить предпринимательскую активность и занятость местного населения.

После определения маркетингового продукта требуется принятие концепция развития маркетинга во всех обозначенных направлениях. Далее следует разработка маркетинговых стратегий по продвижению выбранных продуктов. Для конкретных действий по внедрению маркетинга составляется план.

Анализ результатов внедрения маркетинга на территории Яшкульского района будет осуществлен только после того, как пройдет период, достаточный для осуществления намеченных действий.

Заключение

Важность внедрения территориального маркетинга бесспорна, так как положительно влияет на социально-экономическое развитие местности и движется по пути поставленных целей и задач.

Конкурентным преимуществом территории Яшкульского района является его удобное местоположение в регионе. Природные достопримечательности местности позволяют развивать туризм.

В социально-экономическом развитии Яшкульского района РК в основном используются средства муниципального и республиканского бюджетов. Участие предпринимательских структур в реализации территориального маркетинга позволит району развивать отстающие отрасли и продвигать дальше основные образующие территорию сферы, что положительно отразится на конкурентоспособности и стабильности развития исследуемой территории.

Библиографический список

1. Аакер Д. Как обойти конкурентов. Создаем сильный бренд. СПб.: Питер, 2012. 67 с.
2. Администрация Яшкульского РМО РК Яшкуль (ИНН 0813900505) адрес и телефон. URL: rusprofile.ru (дата обращения: 15.06.2024).
3. Ергунова О.Т. Маркетинг территории: учеб. пособие. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 136 с.
4. Зотов Ф. Корректирующие действия в решении проблем управления организацией. М.: LAP Lambert Academic Publishing, 2013. 164 с.
5. Кайман В.Е. Модель формирования оптимальной структуры аппарата управления организации. М.: Синергия, 2012. 744 с.
6. Консолидированный отчет Яшкульского РМО РК за 2022 год.
7. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. Филип Котлер, Кристер Асплунд, Ирвинг Рейн, Дональд Хайдер. Стокгольмская школа экономики В Санкт-Петербурге. Stockholm School of Economics in Saint Petersburg. 2005.
8. Артемьева О.А. и др. Маркетинг территорий: учебник для академического бакалавриата / под ред. О.Н. Романенковой. М.: Юрайт, 2014. 123 с.
9. Официальный сайт Яшкульского районного муниципального образования Республики Калмыкия. URL: <https://www.yashkulrmo.ru/> (дата обращения: 15.06.2024).
10. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. СПб.: Питер, 2006. 412 с.
11. Панкрухин А.П. Муниципальное управление: маркетинг территорий. М.: Логос, 2002. 63 с.