

УДК 332.1

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ГОРОДОВ СИБИРИ НА ПРИМЕРЕ РОССИЙСКИХ ГОРОДОВ-МИЛИОННИКОВ

Автор: Михайлов В.С., студент гр. ЭОб-191, 3курс,
Научный руководитель: Шутько Лариса Геннадьевна, к.э.н., доцент
Кузбасский государственный технический университет
имени Т.Ф. Горбачева
г. Кемерово

Ускорение экономического роста и формирование комфортной среды для населения трудно представить без роста численности городов и формирования крупных мегаполисов. Данную идею поддерживает и Стратегия пространственного развития Российской Федерации, согласно которой региональное развитие будет осуществляться посредством формирования макрорегионов – крупных центров экономического роста [1]. На данный момент, города-миллионники сосредотачивают в себе около четверти населения всей страны, неполную половину предприятий и организаций, и что очевидно – большую часть трудовых ресурсов и основных фондов России [2].

На конец 2021 года Сибирский Федеральный округ насчитывал 3 города-миллионника, включая [3]:

1. Новосибирск – население 1 620 162 чел.,
2. Омск – население 1 139 897 чел.,
3. Красноярск – население 1 092 851 чел.

На данный момент города-миллионники для СФО являются основными центрами развития с экономической и социальной точки зрения. Этому способствуют ряд факторов. К ним можно отнести более качественные, по сравнению с другими городами Сибирского федерального округа, характеристики, такие как:

- индустриально-научную базу;
- инвестиционный климат;
- жилищный фонд;
- демографические показатели и т.д.

При этом, если обратиться к статистическим данным о населении сибирских городов-миллионников, то в основном можно увидеть тенденцию к сокращению численности населения за последние три постперестроечных десятилетия. Можно предположить, что данная отрицательная динамика вызвана не только снижением уровня рождаемости и ростом смертности, но и серьезной долей миграции населения из Сибири, в другие, более развитые и благоприятные для жизни города и регионы нашей родины.

Так, миграционная мобильность населения Сибирского федерального округа может стать серьезной проблемой в перспективе ближайших лет, поскольку подобная динамика оказывает влияние и является ответом населения на экономическую, социальную и демографическую ситуацию в регионе.

Исторически серьезный отток населения из городов Сибири начался во второй половине 90-х годов XX века: по большей части люди перемещались в другие регионы Российской Федерации (около 74%), а также за границу (около 26%) [4]. Последующие 25 лет сохранили тенденцию, начавшуюся в прошлом веке – за это время численность проживающих в Сибири снизилась чуть больше чем на 1,5 млн чел. При этом все же стоит отметить, что сильный удар по народонаселению нанесла не миграция, а превышающая рождаемость смертность (60%), пик которой пришелся на период с 1995 по 2005 г. [5].

Наиболее популярными для сибиряков направлениями миграции внутри страны стали (в порядке убывания): Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Краснодарский край. Как правило, мигрируют в вышеназванные регионы либо специалисты в своей области высокого уровня, либо молодежь в поисках наиболее качественного образования.

Таким образом, для сохранения человеческого капитала и понимания, как осуществить процесс «закрепления» людей в городах Сибири, необходимо рассматривать их в качестве «городов-предпринимателей», находящихся в высоком сегменте конкурентного рынка. С каждым годом развитие технологий, рост уровня жизни и образованности населения обуславливает возрастание роли главного ресурса экономического развития территорий – человеческого ресурса, мобильность которого возрастает.

В связи с этим, для качественного и быстрого роста и развития города вступают в конкуренцию за «привязку» к себе людей, поскольку именно их выбор определяет приток ресурсов для развития города. В случае городов-миллионников данный вопрос стоит особенно остро ввиду их высокой потребности различных ресурсах: финансовых, информационных, экономических, природных и административных.

С этой позиции мы можем говорить о конкуренции регионов с целью привлечения и формирования человеческого капитала. А об институте образования в Сибири — как о серьезном конкурентном преимуществе.

Для одной из упомянутых групп мигрирующего населения – студентов – качество образования является одним из важнейших факторов при выборе места для переезда. Таким образом, закрыв потребность населения в качественном образовании, города Сибири смогут обеспечить себе если не прирост населения, то, как минимум сокращение его стремительного оттока.

Кроме того, учебная миграция, как правило, несет в себе риски невозврата человеческого капитала обратно в «домашний» регион. В долгосрочной перспективе подобный отток населения вызовет в регионе кризис квалифицированных кадров, сопровождаемый деградацией управленческого аппарата предприятий, потерей репродуктивного населения, а также снижением уровня

общей культуры и интеллектуального развития. Таким образом, обратить внимание стоит не только на отток населения, но и на обратный процесс – его привлечение.

Работать такой процесс привлечения молодого населения будет только при наличии инфраструктуры – экономической и социальной, в которую будет встроено научное сообщество. Так, например, Томск – город с вековыми традициями в образовании, сосредоточивший в себе 9 вузов, 15 НИИ, 6 бизнес-инкубаторов — привлекает к себе большое количество студентов, которые едва ли останутся в городе после завершения обучения. Это объясняется тем, что город не может обеспечить выпускников вузов рабочими местами, соответствующими по уровню, полученным ими компетенциям. Кроме того, низкие факторы уровня социальной жизни, качества жилищного фонда не способствуют превращению Томска в город-миллионник.

Следовательно, «города-предприниматели» должны продумать, как развивать свои конкурентные преимущества так, чтобы не только привлекать, но и удерживать человеческий капитал. В теории маркетинга в сфере продаж эту функцию выполняет «личный бренд» – особое сочетание личных качеств, выделяющее вас из толпы конкурентов и помогающее создать с покупателем отношения, образовать межличностную связь, вызывать доверие. Любой «личный бренд» основывается на позиционировании – выделении своих лучших качеств. Необходимость позиционирования «городов-предпринимателей» как способности сосредоточиться на своих главных преимуществах находит подтверждение и в научной литературе. Ученые К. Оклер, С. Переслегин, Ф. Котлер в своих трудах говорили о том, что ни один город не может конкурировать во всех секторах экономики [6]. Таким образом, современные города, в конкуренции за человеческий капитал должны определять свое позиционирование и выделять себя среди городов-конкурентов.

В качестве примера рассмотрим Новосибирск – третий по размеру город страны, являющийся крупным промышленным центом, имеющим значение на федеральном уровне. По сравнению с Томском на данный момент на его территории действуют 15 государственных вузов и 6 филиалов государственных вузов. Качественная университетская база города в данном случае – это только один из факторов, влияющих на его привлекательность для нового населения. Основное его конкурентное преимущество – это промышленность, производство и их привлекательность для инвестиций. Развитие науки в случае города-миллионника – это только дополнительное преимущество, усиливающее его привлекательность и поддерживающее уровень населения. К другим преимуществам Новосибирска можно отнести его удачное расположение рядом с Транссибирской магистралью, которое только усиливает его позиционирование – способствует развитию промышленных предприятий на его территории.

Для осуществления качественного позиционирования города необходимо разработать сложную программу действий, которая будет включать в себя всесторонний анализ «рынка» и конкурентов, анализ структуры населе-

ния города, выявление категорий людей, которых хотят привлечь власти города, а также способы взаимодействия с ними. Эффективное позиционирование – это долгий путь и непрерывный процесс, требующий серьезных затрат ресурсов и разработки гибкого плана от администрации города.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что города Сибирского Федерального округа, в особенности, города-миллионники, находятся в состоянии конкуренции и наиболее перспективным путем для выживания и роста в такой среде является привлечение и удержание на своей территории человеческого ресурса[7]. Кроме того, города-миллионники имеют возможность развивать городскую и транспортную инфраструктуру за счет специально выделяемых федеральных средств российским правительством, что повышает качество жизни населения.

Для повышения конкурентоспособности городов, их привлекательности как территорий для проживания населения и ведения бизнеса необходимо осуществлять мониторинг факторов, обеспечивающих формирование привлекательной городской среды, проводить системную работу по ее маркетингу[8]. Важно выявить сильные стороны конкретного городского пространства и на этой основе формировать конкурентные преимущества, что будет повышать ее конкурентоспособность. Необходимо не только работать над формированием положительного имиджа города, но и популяризировать его преимущества по сравнению с другими городами среди населения. Для увеличения эффективности такого позиционирования администрации города будет выгодно заключить сотрудничество с крупными организациями и предпринимателями города, которые также заинтересованы в развитии своего населенного пункта. Итак, использование опыта предпринимательской деятельности и маркетинга продаж в сфере стратегического развития города на практике может дать хороший результат, пользу от которого получают, как и на любом рынке и «продавцы», т.е. городские (областные) административные структуры и «покупатели», в роли которых выступают граждане и предприниматели.

В Кузбассе – Кемеровской области впервые реализуется проект развития двух ядерной агломерации. В качестве амбициозной задачи рассматривается создание двух городов-миллионников (г. Кемерово и г. Новокузнецк).

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ:

1. Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года. URL : <http://government.ru/docs/35733/> (дата обращения: 29.03.2022).
2. Карпенко М.Н., Кантер М.М., Соколова Е.М. Города-миллионники - опорные узлы в системе расселения России // Вестник РГЭУ РИНХ. – 2017. – №3 (59). – С. 94-100.

3. Численность постоянного населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2021 года. URL : <http://www.statdata.ru/goroda-millionniki-rossii-po-naseleniu> (дата обращения: 30.03.2022 г.)
4. Плюснин Ю.М., Гордиенко А.А. Население в период трансформации жизни в России // Новосибирск, 1997. – С. 167.
5. Соболева С. В. Демографические проблемы Сибири (1990–1995 гг.). Стратегия семейной политики: постановка проблем и пути их решения // – Новосибирск, 1995. – С. 218.
6. Борисова О.М. Разработка стратегии позиционирования города (на примере Омска) // Региональная экономика: теория и практика. – 2010. – № 36. – С. 44-51.
7. Шутько, Л. Г. Накопление человеческого капитала и конкурентная привлекательность Сибирского макрорегиона / Л. Г. Шутько // Материалы Международного экономического симпозиума «Интеграция Сибири в глобальное социально-экономическое пространство»: Сборник материалов на основе докладов Международного экономического симпозиума, Томск, 17–19 октября 2019 года / Под общей редакцией Е.В. Нехода, М.В. Чикова. – Томск: Издательский Дом ТГУ, 2020. – С. 122-128. – DOI 10.17223/9785946218696/20.
8. Шутько, Л. Г. Конкурентная привлекательность как фактор социально-экономического развития угледобывающего региона / Л. Г. Шутько // Природные и интеллектуальные ресурсы Сибири. Сибресурс 2018 : Материалы XVII Международной научно-практической конференции, Кемерово, 22-23 ноября 2018 года / Ответственный редактор А.А. Хорешок. – Кемерово: Кузбасский государственный технический университет имени Т.Ф. Горбачева, 2018. – С. 624.1-624.4.