

*Насыров И.Н., к. физ.-мат. н., доцент каф. финансов и бухучета КамПИ*

## **РЕКОМЕНДАЦИИ ПО МАРКЕТИНГУ МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЙ КАК ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПОСЕЛЕНИЙ**

В своем ежегодном послании Федеральному собранию от 10.05.2006 г. Президент РФ Путин В.В. указал на необходимость материального обеспечения самого главного приоритета – любви, в первую очередь, к женщине, детям, семье, родному дому, а через них – к Родине. Одним из наиболее приемлемых решений этой задачи, согласующимся с принятыми национальными проектами, может быть следующее:

1. Предоставление в собственность бесплатно или в аренду, т.е. без первого взноса, участка земли размером от 1 до 2 гектаров для строительства дома и ведения личного подсобного хозяйства каждой состоявшейся или будущей молодой семье в качестве поддержки государства и муниципалитета.

2. Организация муниципалитетом сбыта произведенной свежей продукции непосредственно в городских микрорайонах, создание государством рабочих мест, не требующих постоянного присутствия в городе, например, связанных с обработкой информации на компьютере.

3. Обеспечение членов семьи достаточного размера дополнительными независимыми доходами: пенсиями, пособиями по беременности и родам, по уходу за ребенком, по дошкольному воспитанию, за рождение второго ребенка и прочими выплатами согласно предложению Президента.

В результате создания своей семейной (родовой) усадьбы человек приобретает конкретно выраженное понятие Родины, территориальное единство со своим народом, с природой, здоровье для себя и своих родственников, чувство уверенности за экономическое будущее своего рода. Значительные размеры участка позволяют образовать защищенный по периметру естественно произрастающими деревьями и кустарниками биоценоз с особым микроклиматом, предотвращающим вымерзание и привлекающим птиц для борьбы с вредными

насекомыми. Населенный пункт из таких усадеб образует экологически чистое поселение (экопоселение). Для поддержания среди его жителей чувства общности необходима организация их регулярных встреч как единомышленников.

В связи с жесткой необходимостью с 2006 г. самостоятельного обеспечения местных бюджетов собственными доходами была исследована возможность маркетинга муниципальных образований в качестве экопоселений и получены следующие новые научные результаты, которые могут быть применены при составлении и реализации бизнес-планов:

1) разработаны теоретические основы коммерциализации деятельности муниципальных образований, базирующиеся на выявленных при анализе рыночной ситуации потребностях клиентов и включающие земельные, экологические, экономические, налоговые, управленческие аспекты, которые открывают новый путь к решению проблемы обеспечения самофинансирования местного самоуправления путем перехода к функционированию в режиме экопоселений;

2) уточнено маркетинговое понятие экологических поселений как комплексных интегрирующих рыночных инноваций, которые в отличие от базисных или улучшающих инноваций создаются исходя из потребностей рынка и выбора, а не разработки научно-технических средств для их реализации, и обеспечивают наиболее эффективное вложение средств в производственно-экономическую деятельность муниципальных образований. В обычных деревнях и дачных объединениях в настоящее время дома и земельные участки не пользуются спросом;

3) обоснован способ проектирования экологических поселений, создаваемых путем трансформации существующих муниципальных образований, учитывающий причинно-следственную взаимосвязь местоположения и основных принципов функционирования, направленный на снижение транзакционных издержек, вызывающих неоправданные потери времени и денег. При этом предполагается максимальное использование пустующих домов и участков в пределах границ населенных пунктов без их существенного расширения;

4) развит для случая экологических поселений метод оценки коммерче-

ской эффективности проектов, отличающийся от официально рекомендованного тем, что одновременно принимается во внимание как производственный, так и потребительский характер объектов оценки, что дает возможность реализовать достоверную обратную связь в системе управления маркетингом;

5) сформулирована математическая модель расчета коммерческой эффективности проектов экологических поселений как экономических систем, основывающаяся на учете всех материальных и денежных потоков, которая в отличие от ранее предлагаемых моделей включает и материальную выгоду от экономии затрат на производимую на месте продукцию, что позволяет составлять корректные прогнозы величины возможных доходов и требуемых расходов;

6) определены критерии маркетинговой оценки эффективности проектов экологических поселений его участниками, основывающиеся на сравнительном учете их личных доходов при условии постоянного проживания в поселении и вне его, которые в отличие от стандартных рассматривают весь совокупный доход, как связанный с участком, так и не связанный с ним, что позволяет принимать экономически обоснованные решения об участии в проекте;

7) разработана методика получения информации, необходимой для маркетинговых оценок и составления финансовой отчетности о поступивших доходах и произведенных расходах при реализации проектов экологических поселений, заключающаяся в учете всех материальных и денежных потоков, а не только одних денежных, как рекомендуется официально, что обеспечивает полноту исходных данных для расчетов;

8) составлен маркетинговый план для муниципальных образований, который базируется на их переходе к функционированию в режиме экологических поселений и отличается прямой, а не обратной, как у существующих деревень и дачных объединений, зависимостью дохода от экологической чистоты, что позволяет решить проблему ведения хозяйственной деятельности при одновременном сохранении природных богатств для нынешнего и последующих поколений;

9) выработаны рекомендации по практическому применению программы

маркетинга для коммерциализации деятельности муниципальных образований как экологических поселений, направленные на поступление в местный бюджет дополнительных доходов для обеспечения самофинансирования.

Эти рекомендации следующие:

1. Вопросы местного значения решаются только самим населением самостоятельно и больше никем. За результаты отвечают тоже только сами жители и больше никто. Свои интересы, исторические и другие местные традиции лучше них никто не знает. Следовательно, самым значимым является вопрос о власти. Поэтому важнейшая рекомендация – необходимо жителям взять власть над собою в свои руки и больше никогда никому ее не отдавать. Для этого надо быть компетентным в вопросах управления, чтобы осуществлять свою власть над собою посредством участия в местных референдумах, муниципальных выборах, иных форм прямого волеизъявления, а также через выборные и другие органы местного самоуправления. Если нужно, привлечь к выборам политическую партию, существующую или вновь созданную. В связи с тем, что не везде жители стремятся в органы местного самоуправления, то именно молодежь может принять в этом активное участие. Однако культурный уровень населения не всегда позволяет вообще что-либо организовать.

2. Для увеличения поступлений в местный бюджет необходимо увеличить доходы населения, проживающего на данной территории. Это возможно осуществить путем организации продажи продукции, выращиваемой жителями. Рекомендуется в качестве основного товара, производимого в поселении, выбрать экологически чистые, генетически не модифицированные продукты питания. В настоящее время мировой рынок для экологически чистой продукции развивается очень интенсивно, по 20-30% в год. При правильном маркетинговом подходе к организации продажи, хранения и переработки указанной продукции доход от ее реализации сравним с зарплатой в городе. Организаторами как раз могут выступить молодые люди с получением соответствующей доли за свои посреднические услуги.

3. Для создания положительной обратной связи между доходами населе-

ния и чистотой окружающей природной среды рекомендуется продавать часть домов и участков тем гражданам, которые будут проживать в поселении только в летний период, а на зиму уезжать обратно к себе в город. В таком случае участки в поселении будут привлекательны для них при условии, что там будет обеспечиваться экологическая чистота, безопасность и доброжелательность соседей. Это создает еще один вид положительной обратной связи – между доходами населения и благоприятной психологической обстановкой в поселении. Через указанных граждан можно организовать не только распространение информации о товарах и услугах экологических поселений, но и сбыт продукции, т.е. использовать их одновременно как каналы коммуникации и распределения. Гарантированная сохранность их имущества в зимний период будет им адекватной оплатой со стороны жителей поселения. В связи со значительным количеством пустующих домов и участков в сельской местности и большими издержками при оформлении документов на вновь построенные дома и межевание участков желательно использовать в первую очередь уже имеющиеся.

4. Для обеспечения широкого социального общения рекомендуется развивать экологический туризм. Для этого кроме экологической чистоты местности и выращиваемой продукции, а также благоприятного психологического климата необходимо еще культурно-информационное обслуживание. Отличительной особенностью природно-биологических и информационных объектов является то, что с течением времени их количество и качество не только не убывает, а возрастает. Требуется только тщательно проработанный план развития, в т.ч. и с маркетинговой точки зрения. Практический опыт показывает рост популярности указанного вида туризма как в России, так и во всем мире.

5. Для теоретической и прикладной подготовки будущих организаторов рекомендуется создать одно экспериментальное экопоселение, где гости, проживая какое-то время как его жители, будут получать практический опыт организации административной, хозяйственной и культурной деятельности. Это позволит без грубых ошибок и разочарований создать сеть экопоселений по всей России. При этом желательно создавать целые зоны, туристско-рекреаци-

онные кластеры, т.к. тогда потребуется меньше усилий на маркетинг и на обеспечение безопасности отдельных поселений. В данном случае конкуренция играет положительную роль в том смысле, что с увеличением числа соседних экопоселений повышается статус всей территории как экологически чистой, хорошо охраняемой и безопасной. Этот вид положительной обратной связи между доходами жителей и размером территории, занятой экопоселениями, при государственной поддержке въездного туризма может привести к быстрому преобразованию нашей страны в ведущего мирового производителя экологически чистых товаров и услуг. Данная рекомендация поддержана администрацией Кулаевского сельского поселения Пестречинского района Республики Татарстан.

6. Ввиду инновационного характера экопоселений как объекта рыночных отношений для выхода на рынок нужно предварительно создать и развить сам рынок. К тому же урожайность с участков в первые годы может не достигать максимума, а также количество самих участников проекта по переводу функционирования населенного пункта в режим экопоселения будет увеличиваться постепенно. Поэтому рекомендуется не предпринимать поспешных действий, т.к. поначалу величина дохода от продаж продукции и услуг экопоселения будет незначительной. В связи с этим организатору и жителям в начальный период нужен независимый внешний источник дополнительного дохода. Это может быть зарплата в городе, пенсия, пособие на детей, другие доходы, в т.ч. государственная поддержка.

7. Рекомендуется обратить внимание на возможность установления еще одного вида положительной обратной связи – между знанием природных лечебных свойств растений, навыками их применения и доходами населения. Ее можно достичь, если в экопоселении и на прилегающей территории создать, развить и обеспечить охрану лечебно-оздоровительной местности. Этот вопрос относится к вопросам местного значения и вполне решается на уровне местного самоуправления. Научоемкость такого вида деятельности может расти неограниченно, соответственно могут повышаться и цены. А сами экопоселения при-

обретут свою индивидуальную специфику в зависимости от направленности лечения.

8. В конечном счете весь проект по переводу населенных пунктов к функционированию в режиме экопоселений направлен на создание престижных, высокооплачиваемых, интересных для молодежи рабочих мест, для того, чтобы городская молодежь с высоким уровнем образования захотела жить на селе. Без создания новых семей, без рождения детей село обречено на вымирание. В настоящее время наилучшие предпосылки для знакомства, узнавания молодыми людьми друг друга имеются во время учебы в вузе, поэтому рекомендуем связать развитие экопоселений со студенческой молодежью, привлекая ее туда на учебно-производственную или преддипломную практику, направляя по распределению после окончания учебы с предоставлением всех предусмотренных законом льгот, включая выделение земельных участков для строительства, ипотечных кредитов или готовых домов.

9. Уже сейчас законодательство не только позволяет, но и обязывает создавать экопоселения со всеми возможностями, перечисленными выше, без каких-либо ограничений. Поэтому главным препятствием являются не внешние окружающие условия, а внутренние, связанные с самими гражданами. К тому же проведенные исследования показали, что молодые люди склонны воспроизводить родительский выбор вида трудовой деятельности. Исходя из этого рекомендуем каждому, кто имеет соответствующие знания, волю и чувствует потребность в переходе к экологическому образу жизни, уже сейчас начать поиск способов реализации этой потребности, не перекладывая на последующие поколения.