

ЛОЯЛЬНОСТЬ НАСЕЛЕНИЯ МАЛЫХ ГОРОДОВ
LOYALTY OF THE POPULATION OF SMALL TOWNS

Рассеко Ю.Ю.
Rasseko Yu .

Белорусский государственный университет
Belarusian state University

Аннотация. Представлены результаты проведенных исследований в области изучения специфического типа лояльности населения – территориальной, а также рассмотрены некоторые проблемы ее оценки, перспективы использования результатов.

Summary. The article presents the results of research conducted in the field of studying a specific type of loyalty of the population – territorial, as well as some problems of its assessment, prospects for using the results.

Однородность экономического развития Республики Беларусь позволила выявить наиболее типичный круг проблем малых городов. Анализируя материал, собранный в ходе исследования, можно выделить и сформулировать первостепенную задачу – снижение уровня миграции населения. Указанная проблематика наиболее адекватна полю современного понятия аппарата, связанному с лояльностью.

При общей популярности данного понятия подавляющее большинство исследований посвящено оценке и формированию лояльности работников организации и потребителей/клиентов.

Впервые работы в этой области появились в 2011 году (согласно данным научной электронной библиотеки). В настоящее время данное направление набирает популярность, преимущественно в исследовании социально-экономических процессов.

По результатам исследования публикаций, размещенных в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU, выявлен заметный рост интереса научного сообщества к изучению проблем связанных с территориальной лояльностью населения. Платформа eLIBRARY.RU является сегодня наиболее популярной среди ученых постсоветского пространства, содержит публикации зарубежных и отечественных изданий, что повлияло на выбор авторов при изучении тенденций.

Учитывая относительно недавний интерес к теме его динамичный рост можно отследить по распределению публикаций по годам (рис 1).

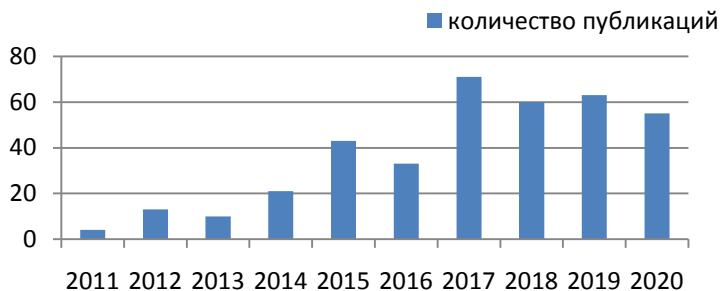


Рис. 1. Распределение публикаций по годам

Анализируя данные размещенных в научной электронной библиотеке eLIBRARY.RU публикаций можно отметить, что с 2017 года наблюдается заметный рост числа опубликованных работ в данной сфере. Сегодня проблемы жизни населения малых городов затрагивают многие сферы деятельности человека. Все больше внимания уделяется формированию положительного отношения населения к территории проживания. Лояльность населения рассматривается как драйвер решения этих проблем.

Исследуемое поле, безусловно, является междисциплинарным (рис 2). Территориальная лояльность населения с экономической точки зрения выступает фактором менеджмента малых городов.

Рассматривая лояльность – как безусловные: положительное отношение и эмоциональную привязанность населения к территории проживания, она выступит определяющим фактором при принятии любых решений, касающихся территории лояльности.

Территориальная лояльность населения содержит в себе отношение субъектов к комплексу характеристик занимаемой территории.

Основополагающими факторами формирования лояльности населения, на наш взгляд, будут выступать потенциал и фактический уровень развития региона, «имидж» власти и «бренд» территории. Сбалансированный показатель лояльности включает в себя отношение к людям, природным ресурсам, промышленности, культурно-историческим объектам и т. д.

Сложность оценки территориальной лояльности сводится к диагностике (выявлению) отношения к объектам. Патриотизм, любовь к Родине – имеют ярко выраженную идеологическую нагрузку и ассоциируются с социалистическим прошлым.

Большинство авторов сходится во мнении, что лояльность зависит от субъективного склада личности и внешнего воздействия, поэтому при формировании лояльного отношения населения необходимо:

- выявить факторы, которые обусловят субъективное наличие предпосылок к высокой/низкой лояльности;
- оценить эффективность традиционных средств формирования лояльности, связанных с экономическими, социальными, политическими, культурными аспектами;
- разработать рациональный механизм повышения уровня конструктивной лояльности населения.

Так же в виду специфики самого термина необходимо дифференци-ровано подходить оценке и формированию лояльности населения, в рамках групп:

- студенчество и трудящаяся молодежь;
- работники инновационных, градообразующих предприятий;
- занятые в секторе государственного и муниципального управления;
- работники сферы жизнеобеспечения региона (в том числе инфра-структуры);
- представители СМИ и другие профессиональные группы, способные влиять на мнение населения.

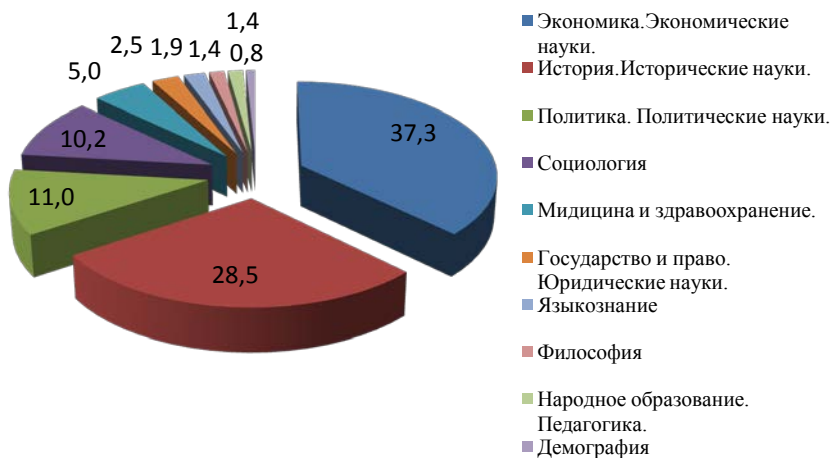


Рис. 2. Распределение статей по тематике

Оценка уровня лояльности группы позволит подобрать актуальные инструменты управления. Определение доли группы выявит первостепенные задачи при формировании лояльности населения к территории проживания.

Наиболее остро вопросы лояльности населения стоят в малых городах в связи с регулированием миграционных потоков, закреплением трудовых ресурсов, а также обоснованием целесообразности вложений в человеческий капитал на всех этапах образовательного процесса. Сформированный высокий уровень лояльности обеспечит положительное отношение населения к региону проживания, что важно с точки зрения развития национальной экономики, народного хозяйства и общества в целом.

ЛИТЕРАТУРА

1. Позднякова, Т.В. Лояльность персонала организаций: анализ теоретико-методологических и методических аспектов // Перспективы науки и образования. – 2013. – № 2. – С. 95-103.

2. Волкова, Н.В. Лояльность персонала в организациях г. Бийска: расхождение теории и практики // Вестник алтайской науки. – 2012. – № 3-2. – С. 172-177.

3. Рассеко, Ю.Ю. Анализ состояния региональных рынков труда Республики Беларусь / Ю.Ю. Рассеко // Проблемы управления хозяйствующими субъектами в информационном обществе: материалы Третьего межвуз. науч.-практ. интернет-семинара, г. Минск, 10 марта – 10 апр. 2014 г. [Электронный ресурс] / Междунар. ун-т «МИТСО»; редкол.: Г.В. Подгорный (гл. ред.), И.Г. Возмитель. – Минск: Междунар. ун-т «МИТСО», 2014. –С. 137-140 – 1 электрон. опт. диск.

4. Рассеко, Ю.Ю. Построение системы социально-экономических индикаторов оценки развития и качества жизни регионов / Ю.Ю. Рассеко // Новая экономика. – 2014. – № 2– С. 300-305.