

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра менеджмента в образовании

**Повышение эффективности деятельности администрации с помощью
инструментов маркетинга
(на примере администрации Белоярского муниципального образования)**

АВТОРЕФЕРАТ

студента 4 курса, 421 группы

направления 38.03.02 «Менеджмент»

Института дополнительного профессионального образования

Садчикова Павла Петровича

Научный руководитель

доцент кафедры менеджмента в образовании,

к.ф.н., доцент _____ «__» _____ 2025 г. / Н.Р. Вакулич /

Зав. кафедрой

д-р эк.н., профессор _____ «__» _____ 2025 г. /Н.В. Митяева/

Саратов 2025

Введение. Актуальность тематики данной выпускной квалификационной работы определяется тем, что, несмотря на большое число усилий по развитию сельских поселений, наблюдается отток населения из них. По данным ряда исследований, за 2023 – 2024 гг. численность жителей сельской местности сократилась более чем на 200 тыс. человек. В связи с этим перед большинством муниципалитетов возникает задача не только замедлить отток населения, но и сформировать для жителей условия для комфортной жизни с учетом сильных и слабых сторон территории, перспектив и потенциала ее развития.

Цель исследования: разработка мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности администрации Белоярского муниципального образования для повышения эффективности ее деятельности.

Объект исследования: маркетинговая деятельность в муниципальной организации.

Предмет исследования: администрация Белоярского муниципального образования.

Перед исследованием были поставлены следующие задачи:

- 1) изучить понятие, сущность, инструменты муниципального маркетинга и методы оценки их эффективности;
- 2) осуществить анализ деятельности администрации Белоярского муниципального образования и имеющийся опыт применения маркетинга территории в работе данного муниципального управления;
- 3) разработать рекомендации по улучшению эффективности маркетинговой деятельности администрации Белоярского муниципального образования и оценить их эффективность.

Методы исследования:

- 1) теоретические: анализ методической и научно-теоретической, литературы; изучение нормативных документов и отчетов Администрации Белоярского муниципального образования, обобщение изученной информации;
- 2) эмпирические: проведение анкетирования, систематизация данных о деятельности Администрации Белоярского муниципального образования;

3) статистические: интерпретация результатов проведения анкетирования.

Практическая значимость работы определяется дальнейшей возможностью использования предложенных мероприятий по повышению эффективности маркетинговой деятельности в работе администрации Белоярского муниципального образования.

Структура данной выпускной квалификационной работы обусловлена её целью и задачами и состоит из введения, трех глав, заключения, списка использованных источников, приложений.

Основное содержание работы. Первая часть работы «Теоретические и методологические основы муниципального маркетинга» посвящена анализу теоретических основ понятия и сущности организации муниципального маркетинга позволило определить, что данный термин относительно недавно появился в обороте исследователей. Анализируется, как авторы подходят к определению понятия: с позиции ориентации на удовлетворение предпочтений субъектов, с позиции развития инвестиционной привлекательности территории. При этом признается тот факт, что при эффективном использовании маркетингового потенциала муниципального образования возможно достижение целей и результатов, запланированных от маркетинговой деятельности. Опираясь на изученные материалы исследований, было выявлено, что реализация программ маркетинга территорий позволяет проводить эффективную региональную политику, используя, прежде всего, внутренние ресурсы муниципальных образований; внедрять передовые технологии хозяйствования и управления; влиять на выбор проживания и трудовой деятельности населения. Муниципальный маркетинг, как одна из функций местного самоуправления, основывается на принципах, которые позволяют рассматривать маркетинг в качестве связующего звена между национальной политикой развития и местными проектами.

В настоящее время процесс использования муниципального маркетинга вобрал в себя ряд традиционных маркетинговых технологий, при этом сохраняет

отдельные специфичные черты в виде применения маркетинговых технологий в поле реализации муниципальной политики, что диктуется необходимостью социально-экономического развития муниципального образования и повышения его конкурентоспособности; учета максимального круга потребностей населения образования, учитывающий все стороны жизнедеятельности.

Вторая часть «Анализ организации маркетинга в системе муниципального управления на примере администрации Белоярского муниципального образования» содержит описание основных аспектов деятельности администрации Белоярского муниципального образования, результаты анкетирования для выявления мнения населения о работе Администрации Белоярского муниципального образования, а также практические меры реализации муниципального маркетинга, используемые в работе администрации. Проанализировав применение маркетинга территории в системе муниципального управления администрацией Белоярского муниципального образования, мы выявили ряд примеров успешных маркетинговых инициатив, которые включают в себя работу со СМИ для формирования положительного образа территории муниципалитета, проведение культурных и волонтерских мероприятий для вовлечение граждан в социальные проекты, проведение переговоров с местными бизнесменами с целью привлечения инвестиций, а также использование средств массовой информации районного и областного масштаба, социальных медиа для продвижения местных инициатив и событий. Однако, проводимая в настоящее время маркетинговая политика в сопоставлении с полученными результатами анкетирования граждан свидетельствует о недостаточности проделанной работы и необходимости изменения к подходам взаимодействия с гражданами.

В третьей части исследования представлен список рекомендаций, направленных на совершенствование маркетинговой деятельности администрации Белоярского муниципального образования, а также ожидаемый эффект от их использования в практике. Реализацией предложенного комплекса мероприятий будут заниматься следующие специалисты: глава администрации,

заместитель главы администрации, консультанты. Их зоны ответственности при выполнении работы были распределены по направлениям проектных мероприятий.

В данной работе представлены результаты анализа теоретических подходов к выявлению особенностей осуществления маркетинговой деятельности администрацией муниципального образования для повышения эффективности ее деятельности. Важность рассмотрения данных аспектов была обусловлена тем, что при эффективном использовании маркетингового потенциала муниципального образования возможно достижение целей и результатов, запланированных от маркетинговой деятельности. **Таким образом, была решена первая задача, поставленная нами в рамках данного исследования.**

На основании теоретического анализа нами была разработана программа эмпирического исследования. Сформирована анкета и произведено анкетирование 100 совершеннолетних жителей на территории Белоярского муниципального образования в период с октября по ноябрь 2024 года.

Результаты эмпирического исследования показали, что недовольны качеством помощи от администрации муниципального образования более 20 % из числа жителей, принявших участие в анкетировании, 14% респондентов отметили, что сотрудники администрации некачественно выполняют свою работу, более 50% отметили, что информации о работе администрации крайне мало и поиск ее весьма затруднителен. Это позволяет сделать выводы о том, что текущий подход к использованию инструментов маркетинга требует доработок и включения новых инструментов.

Опираясь на полученные результаты исследования и результаты анализа деятельности администрации, были сделаны выводы о том, что текущий подход к использованию инструментов маркетинга требует доработок и включения новых инструментов. **Соответственно, была успешно решена вторая задача, стоящая перед нами.**

После проведения исследования был разработан план мероприятий по совершенствованию маркетинговой деятельности администрации Белоярского муниципального образования для повышения эффективности ее деятельности. В него были включены: проведение конкурса по благоустройству территорий, организация фермерских ярмарок, формирование медиашколы для детей на базе Центра образования цифрового и гуманитарного профилей «Точка роста» в МОУ «СОШ п. Белоярский имени Бабушкина А.М.», размещение виджета для сбора обращений и обратной связи от населения на сайте администрации, подключение сервиса смс-рассылок для информирования населения.

Все предлагаемые инструменты не требуют для использования привлечения узкоспециализированных специалистов и значительных финансовых затрат, они могут быть реализованы силами сотрудников администрации и применяться в практической работе администрации Белоярского муниципального образования. Реализация предлагаемых мероприятий позволит достичь поставленных целей и повысить конкурентоспособность муниципального образования, его привлекательность для предпринимателей и качество жизни населения. Их эффективность может быть оценена с помощью анализа уровня доходов местных представителей бизнеса; опросов осведомленности населения о работе администрации, анализа статистики по вовлеченности в социальных медиа участников медиашколы.

Таким образом решались третья задача, определенная в нашей работе, по результатам которой были разработаны вышеназванные рекомендации по улучшению эффективности маркетинговой деятельности администрации Белоярского муниципального образования и предложены способы оценки их эффективности. В заключении подведены итоги исследования.