

# Бизнес и мегаполисы: как население и компании видят развитие крупных городов

ЦСП «Платформа» при поддержке ВЭБ.РФ и Союза российских городов представляет исследование участия крупного бизнеса в развитии мегаполисов: подходы компаний к развитию территорий, особенности участия в трансформации крупных промышленных городов, восприятие обществом эффективности социальных инвестиций.

**Алексей Фирсов, генеральный директор ЦСП «Платформа»**

*«Новое исследование ЦСП “Платформа” восполняет пробел в социологическом описании региональных практик российского бизнеса – показывает их роль в жизни мегаполисов, где участие компаний кажется менее заметным, чем в моноцентрах, из-за масштаба территорий. Нам удалось показать не только передовые практики в таких промышленных миллионниках, как Омск, Екатеринбург, Казань и ряд других, но и создать модели социального инвестирования. Линейка этих моделей позволяет компаниям выбирать свою роль в развитии мегаполисов, не расплывать ресурсы и отвечать на реальные запросы жителей. Таким образом, у социальных инвесторов в крупных центрах появляется система координат, которая хорошо дополняет Индекс качества жизни ВЭБ.РФ»*

**Методы исследования:**

- количественный онлайн-опрос жителей мегаполисов, выборка – 2 000 респондентов;
- 30 экспертных интервью со специалистами в области урбанистики, экономики, социальной сферы, креативных индустрий, социологии города, а также с представителями крупных индустриальных компаний, девелопмента, городских властей и региональных медиа;
- анализ государственной и муниципальной статистики через запросы в муниципальные органы власти.

В рамках исследования были отобраны и проанализированы 12 городов-миллионников (с учетом агломераций): Волгоград, Екатеринбург, Казань, Красноярск, Нижний Новгород, Новосибирск, Омск, Пермь, Самара, Тюмень, Уфа, Челябинск.

В ходе исследования выявлен ряд возможных подходов бизнеса к развитию территорий.

- 1. Предметная фокусировка**
- 2. Территориальный (районный подход)**
- 3. Создание в городе зон роста, которые в дальнейшем влияют на его развитие**
- 4. Развитие через офисные локации и распределенные центры управления**

## **5. Бизнес как сервис администрации**

## **6. Ликвидация раздражителя**

## **7. Продвижение города**

## **8. Декларативный вклад**

Модель социальных инвестиций формируется на стыке интересов бизнеса и реального поля городских проблем. Чем больше в городе реализовано моделей – тем более существенную часть городской проблематики затронули вложения бизнеса.

### **Применение бизнесом моделей социнвестиций в городах индустриального типа**

**Лидеры по трансформационным эффектам** социальных инвестиций компаний – **Омск** и **Екатеринбург**. Омск – за счет повышенной роли одного основного источника прямых социальных инвестиций – «Газпром нефть», Екатеринбург – за счет кооперации компаний УГМК, РМК, «Синара», «Брусника», «Уралмаш».

**Города с разнообразием моделей социального инвестирования** (несколько крупных игроков инвестируют в разные сферы): Казань («Татнефть», СИБУР), Красноярск (РУСАЛ, «Полюс», «Красцветмет», «РусГидро»), Нижний Новгород (ГАЗ, «Росатом»), Тюмень (управляющие структуры нефтегазовых компаний).

**Города прецедентных форм социальных инвестиций** (отдельные

компании выбирают собственные направления): Новосибирск (РЖД, S7, «Фармстандарт»), Уфа («Башнефть»), Челябинск («Мечел», ТМК, ЧЭМК, РМК).

**Города вынужденного социального инвестирования** (бизнес побуждают региональные власти и/или городские проблемы): Волгоград (ЛУКОЙЛ, «Волма»), Пермь (ЛУКОЙЛ), Самара («Ростех», Роскосмос).

Также в исследовании представлена карта вклада промышленных компаний в развитие городов, приведены модели участия крупного промышленного бизнеса в трансформации территории и выделены наиболее заметные в экспертной среде кейсы активности компаний в городах.

**Подробнее в материале:**

[Скачать](#)