

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

DOI: 10.17212/2075-0862-2018-2.2-16-27

УДК 338.262.4

КОМФОРТ КАК УСЛОВИЕ АТТРАКТИВНОСТИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ

Разомасова Елена Александровна,

*кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и гуманитарных наук
Новосибирского государственного университета
экономики и управления – «НИНХ»,
Россия, 630099, Новосибирск, Каменская, 56
ORCID: 0000-0002-2807-6547
e.a.razomasova@edu.nsuem.ru*

Романова Наталья Геннадьевна,

*кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры философии и гуманитарных наук
Новосибирского государственного университета
экономики и управления – «НИНХ»,
Россия, 630099, Новосибирск, Каменская, 56
ORCID: 0000-0003-1231-4237
ngm_2006@mail.ru*

Аннотация

В статье рассматривается гипотеза аттрактивности городской среды с позиции формирования комфортных условий проживания населения. В качестве одной из версий создания условий комфортного проживания населения на территории городской агломерации авторами рассматривается концепция развития сферы потребительских услуг, включающих в себя услуги бытового характера, общественного питания и розничной торговли, отмеченные населением г. Новосибирска как необходимые, вызывающие ощущение комфорта. Рост численности городского населения в синергии с социально-экономическими проектами поддержки рождаемости и ипотечным кредитованием в РФ привел к развитию строительной индустрии, активной застройке отдаленных городских территорий и значительному увеличению численности проживающих на них граждан. Учитывая, что возможности точечной застройки в центральных частях города ограничены, жилые дома активно возводятся на периферийных территориях городских агломераций, где спрос населения на услуги потребительского свойства в разы превышает предложение.

Подобная диспропорция вызывает у населения отдаленных мест города чувство дискомфорта, вынуждая тратить больше времени и средств на поиск и приобретение необходимых им услуг. Предприниматели не желают развивать объекты культурно-бытового значения на территориях города, отдаленных от центральной части. Низкая активность предпринимателей вызвана рядом факторов, связанных с неполучением ожидаемой прибыли. На разных территориях города экономические условия для ведения бизнеса примерно одинаковые при значительной разнице доходов населения и трафика покупателей. В этой связи вызывает сомнение полноценная реализация приоритетного государственного проекта «Формирование комфортной городской среды», инициированного Правительством РФ. Авторы приходят к выводу, что без адресной поддержки предпринимателей невозможен численный рост предприятий сферы услуг, позволяющий населению достичь состояния требуемого комфорта как условия attractiveness городской среды.

Ключевые слова: комфорт, attractiveness, система, потребительские услуги, спрос, предложение, городская среда, предприниматели.

Библиографическое описание для цитирования:

Разомасова Е.А., Романова Н.Г. Комфорт как условие attractiveness городской среды // Идеи и идеалы. – 2018. – № 2, т. 2. – С. 16–27. – doi: 10.17212/2075-0862-2018-2.2-16-27.

В январе 2017 года Правительством РФ в качестве приоритетного направления был выделен проект «Формирование комфортной городской среды» отечественных городов (включая агломерации от 500 тыс. чел.) [3]. Для реализации данного проекта органам местного самоуправления даны рекомендации сформировать комплексные программы по благоустройству населенных пунктов и активно заниматься благоустройством общественных городских агломераций с учетом активного развития на их территориях востребованных населением потребительских услуг, способных обеспечить требуемый уровень комфортного проживания населения на территории городской агломерации.

В этой связи следует обратить внимание на дефиниции понятий «потребитель», «комфорт», «территория городского поселения», «предприниматель», формирующих систему *аттракций*, в которой природа и свойства образующих систему частей вторичны по отношению к тому, как эти части связаны друг с другом.

По мнению Джозефа О'Коннора и Иана Макдермотта, «если сконцентрировать внимание на характере связей, существующих между элементами системы, а не на самих частях, то открывается поразительный факт. Системы, состоящие из частей абсолютно разной природы, имеющие совершенно несхожие функции, подчиняются одним и тем же общим законам организации. Их поведение зависит не от природы и

свойств образующих их частей, а от того, как эти части соединены между собой» [1, с. 29–30].

Не погружаясь в основы психологии, отметим, что *система аттракций* в контексте формирования условий комфортного проживания жителей городских агломераций, с одной стороны, ассоциируется с понятием личного жизненного (бытового) комфорта потребителей услуг, с другой – с понятием экономического интереса предпринимательского сообщества и городских властей, способствующих развитию необходимых услуг, за счет которых формируется представление о комфорте на территории города. «Удовлетворив базовые потребности в питании, жилье, одежде и безопасности, городские жители претендуют на возможность приобретения дополнительного перечня услуг в соответствии со статусом современного города. Каждый житель мегаполиса, имеющий представление о комфорте, хочет быть уверен, что его ожидания будут удовлетворены, иначе смысл проживания в условиях городской среды теряет привлекательность» [2, с. 172].

Потребитель, имеющий намерение заказать или приобрести необходимые ему товары или услуги, должен быть уверен не только в их качестве и способностях удовлетворить возникшие у него потребности, но также иметь возможность без особых усилий и временных потерь приобретать всё, что потребуется в полном объеме.

Создание комфортной городской среды есть культивирование быта – совершенствование и качественное преобразование институционального, событийного контента бытовой сферы, это задача, решаемая на уровне городских муниципалитетов, желающих посредством формирования комфортной городской среды извлечь экономические и инвестиционные выгоды.

К примеру, издание *The Economist* ежегодно публикует сводный рейтинг лучших городов для жизни по всему миру (исследования проводились в 140 городах) на основе анализа более 30 различных факторов, влияющих на формирование комфортной городской среды начиная с услуг здравоохранения, образования, культуры и заканчивая работой городского транспорта и городской инфраструктуры в целом [4]. В 2017 году самый высокий рейтинг (97,5 балла) получил австралийский Мельбурн. За ним следуют Вена (Австрия) и Ванкувер (Канада)¹. К сожалению, российские города не попали в список наиболее привлекательных и комфортных для жизни территорий поселения, но в первую десятку вошли Москва и Санкт-Петербург, утратившие за последние пять лет высокие баллы и привлекательность.

¹ Всего в первую десятку вошло три австралийских города (Мельбурн, Аделаида, Перт), три канадских (Ванкувер, Торонто, Калгари), три европейских (Вена, Хельсинки, Гамбург) и один новозеландский (Окленд).

Суммарные потребительские расходы на приобретение услуг бытового характера, общественного питания и розничной торговли (с учетом стационарной и нестационарной организации бизнеса) в России, как и в других странах мира, постоянно растут. По данным Росстата, с 1995 по 2015 год в целом по стране рост составил 12,9 %, однако начиная с 2005 года годовые темпы роста резко снизились и больше не превышали показателя в 3,0 %, что, безусловно, свидетельствует не в пользу потребителей, стремящихся к росту личного комфорта и экономии времени на самообслуживание [5].

Учитывая, что 109 032 363 чел. (74,3 % от общего числа населения страны в 2016 году) проживает в городах, среди которых 15 городов имеют численность более 1 млн чел., а 170 городов – более 100 тыс. чел., можно предположить, что эта огромная армия, проживающая в городах, стремится не только получить свой «хлеб насущный», а стать полноценным участником городского пространства, претендуя на определенный уровень комфорта, отличный по разнообразию и качеству предложения услуг от иных территорий поселения [6].

Таким образом, теоретическая модель реализации *аттракций* в системе социальных связей и пространственно-временных координат городской среды приобретает большое значение в процессе реализации проекта «Формирование комфортной городской среды», целевое предназначение которого заключается в понимании того, что и каким образом нужно изменить в городской среде в соответствии с лучшими примерами мировой практики.

Необходимо понимание того, что «всякое явление мы как-то осмысливаем, то есть включаем его не только в сферу временно-пространственного существования, но и в смысловую сферу. Это осмысление включает в себя и момент оценки» [7, с. 290]. В то же время «каковы бы ни были эти смыслы, чтобы войти в наш опыт (притом социальный опыт), они должны принять какое-либо временно-пространственное выражение» [Там же].

Руководствуясь концепцией хронотопа М.М. Бахтина, предположим, что хронотоп городской среды – единство пространственных и временных параметров, направленное на выражение вполне определенного смысла: *комфортность*, но не как приемлемость условий для жизни, а как принцип опережающего развития, продиктованный абсолютными потребностями. Возникающие из различных иллюзорных представлений и дисгармонических моментов абсолютные потребности есть потребности, побуждающие человека к деятельности, превышающей его жизненную практику. Потребность абсолютного, как известно, деструктивна в своей основе, что ставит вопрос реальных запросов, четко очерченных границ представлений относительно показателей комфортности городской среды, конкретизации и сопряженности последних с экономическими, демографиче-

скими, топографическими, историческими и иными показателями территории городского поселения.

Прояснить параметры образа «реальной идеальной среды» представляется возможным в контексте абсолютных и сравнительных модальностей – характеристик, свойств и отношений между структурными элементами модели комфортной городской среды.

Исходя из представленного в «Словаре ассоциаций и синонимов» [8] подбора прилагательных к слову «комфорт», можно обозначить следующие аксиологические модальности, позволяющие сконструировать идеальный образ комфортной городской территории: *полный, максимальный, особый, относительный, психологический, минимальный, необходимый, физический, нужный, больший, собственный, определенный, личный, привычный, материальный, элементарный, настоящий, жизненный, европейский, наибольший, современный, бытовой, обеспеченный, возможный, будущий, спокойный, городской, важный, достаточный, истинный, физиологический, быстрый, осязаемый.*

Возможности комфорта и потенциально возможные действия при реализации комфорта как условия жизни современного городского жителя раскрываются через подбор глаголов: *устроиться, расположиться, работать, откинуться, искупаться, располагаться, усесться, развалиться, доехать, раскинуться, отдыхать, разместиться, любить, ехать, стоять, окружать, доставить, действовать, занять, проживать, сидеть, приехать, обосноваться, дополнять, расслабиться, присутствовать, помещаться, захотеть, компенсироваться, расположить, достичь, спать, преобладать, отказаться, размещаться, волновать, решить, манить.*

Дополним общую картину ассоциациями к слову «комфорт»: *час, сравнение, дом, ожидание, дорога, жизнь, пассажир, машина, общество, город, работа, безопасность, кресло, пользователь, счет, вид, компенсация, присутствие, избранное, быт, место, тело, помощь, душ, окружение, человек, поездка, кухня, детство, зона, качество, беседа, чтение, ночь, пребывание, одиночество, уровень, польза, будущее, общение, диск-комфорт, мир, семья, приличие, гостиная.*

Нетрудно заметить, что все обозначенные смысловые векторы теоретической модели ориентируют нас в направлении динамического роста сферы услуг, способной создавать и поддерживать комфорт на достаточном уровне, определяемом через спрос на потребительские услуги жителями городских агломераций.

Исследования развития сферы потребительских услуг, проводимые нами на протяжении последних десяти лет на территории города Новосибирска (третьего по численности населения города страны), привели нас к мысли о том, что предложение услуг, формирующих ощущение комфорта у жителей городских агломераций, отстает от фактического спроса населения на данные виды услуг в 1,5 и более раз, что, безусловно, сказывается на ценовой и качественной составляющих предложения.

Ответ на вопрос «Чем именно вызвана подобная диспропорция на рынке потребительских услуг?» видится нам в следующем.

Во-первых, на протяжении последних десяти лет происходили серьезные миграционные изменения в сторону тяготения населения к местам массового проживания в поисках работы и лучшей жизни. В РФ численность городского населения на протяжении последних десяти лет постоянно растет. Кроме притока трудовых мигрантов из периферии, ищущих лучших условий приложения своего труда в городах, росту и закреплению проживания на территории городских агломераций, безусловно, способствовали социальные проекты президента, выраженные в программах о предоставлении материнского капитала в соответствии с Федеральным законом № 256-ФЗ от 29.12.2006 года и ипотечного кредитования населения. В период с 2006 по 2016 год более четырех миллионов семей воспользовались выплатами, 80 % которых пошли на улучшение жилищных условий [9]. Еще одним проектом, стимулирующим рост численности населения в городах страны, можно считать принятый в 1998 году закон «Об ипотеке», действие которого в процессе снижения кредитной ставки в 2015 году до 14 % годовых и увеличения сроков возврата кредита до 30 лет стимулировало застройщиков и покупателей жилья, особенно в крупных городах страны.

Во-вторых, исчерпав возможности точечной застройки, строительные компании вышли на участки отдаленных городских территорий, начали возводить в короткие сроки новые спальные районы. В эти районы одновременно заселяются тысячи жителей, претендующих на комфортное проживание в условиях городской агломерации не меньше тех, кому повезло проживать в центральной части города с развитой инфраструктурой и широким предложением потребительских услуг. Развитие предприятий потребительских услуг в спальных районах города занимает от трех до восьми лет. При этом основная причина низких темпов развития сферы услуг на периферии городской агломерации, где спрос на услуги потребительского свойства превышает предложение, видится нам в общих проблемах предпринимателей, действующих в данной сфере экономики, а отнюдь не в территориальной отдаленности этих жилых районов от центральных мест города. Вопросы концентрации предложения и спроса поднимались в теории «концентрических зон», изложенной Э. Бёрджессом в работе [11], а также в концепциях ряда зарубежных исследователей социальной проблематики [13–17, 20, 21], в частности, в раскрытии потенциала человеческого капитала в условиях городской среды в начале 20-х годов XX века [10, 18, 19].

В-третьих, низкий уровень предложения потребительских услуг вызван отсутствием прямой предпринимательской инициативы развивать

бизнес в спальных районах городской среды, отдаленных от центральных мест с более развитой инфраструктурой и организованным трафиком покупателей. За ответом на вопрос «Почему предприниматели неохотно идут на территории с заведомо низким уровнем конкуренции?» мы обратились лично к руководителям и собственникам бизнеса действующих предприятий сферы потребительских услуг на территории г. Новосибирска. Опросы проводились дважды – в 2012 и 2016 годах с целью выявления повторяющихся факторов, влияющих на предпринимательскую активность в сфере потребительских услуг. В результате исследований был выявлен ряд факторов, сдерживающих рост развития предприятий потребительских услуг на отдаленных территориях городской среды. Отметим, что данные факторы носят общий характер, связанный с развитием малого предпринимательства не только в исследуемой сфере и регионе, но и в других сферах экономики и на иных территориях страны.

Предпринимателей г. Новосибирска как в 2012-м, так и 2016 годах беспокоили высокие налоги на бизнес, «несмотря на то что большая часть из них – 75 % использует упрощенный режим налогообложения» [12, с. 82]; высокие процентные ставки по кредиту, стоимость тарифов на услуги электроэнергетики, водоснабжения и прочие коммунальные платежи привели к тому, что предприниматели, действующие в сфере потребительских услуг, отказываются развивать бизнес на территориях с более низким уровнем доходов и экономических возможностей населения при прочем равенстве проблем и рисков ведения бизнеса как в центральной части города, так и на его периферии.

Отсюда представляется возможным сформулировать следующее теоретическое предположение: *предприятия сферы потребительских услуг создаются и развиваются в зонах с умеренным уровнем предпринимательского риска. Если риски достаточно высоки, то создание и развитие предприятий сферы услуг происходит в зонах с высокой локализацией потребителей с высоким уровнем доходов.*

Данное теоретическое положение дает понятийный инструмент в руки муниципальных органов власти, перед которыми Правительством РФ поставлена задача сформировать комплексные программы по благоустройству населенных пунктов до февраля 2021 года, и ясное представление о том, что предложение услуг потребительского свойства населению на территории городской агломерации (вне зависимости от их отдаленности от центральных мест города) должно быть адекватным фактическому спросу. В этом случае любой житель городской среды, независимо от фактического места своего проживания, сможет чувствовать себя более комфортно.

Литература

1. *О'Коннор Дж., Макдермотт П.* Искусство системного мышления: необходимые знания о системах и творческом подходе к решению проблем: пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2014. – 280 с.
2. *Разомасова Е.А.* Теоретико-методологические основы формирования экономического механизма развития сферы потребительских услуг: монография / НОУ ВПО Центросоюза РФ «Сибирский университет потребительской кооперации». – Новосибирск: СибУПК, 2012. – 236 с.
3. *Абрамова Е.* В России появится приоритетный проект «Формирование комфортной городской среды» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.oblgazeta.ru/society/31765/> (дата обращения: 25.04.2018).
4. Daily chart The world's most loveable cities [Electronic resource]. – URL: <https://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2016/08/daily-chart-14> (accessed: 25.04.2018).
5. Регионы России: социально-экономические показатели, 2016 [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/region/reg-pok16.pdf (дата обращения: 25.04.2018).
6. Население России: численность, динамика, статистика [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.statdata.ru/russia> (дата обращения: 25.04.2018).
7. *Бахтин М.М.* Литературно-критические статьи. – М.: Художественная литература, 1986. – С. 121–290.
8. Словарь ассоциаций и синонимов «Рерайт» [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.reright.ru/analysis/400905~комфорт.html> (дата обращения: 25.04.2018).
9. Федеральный закон «О дополнительных мерах государственной поддержки семей, имеющих детей» от 29.12.2006 № 256-ФЗ [Электронный ресурс]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64872/ (дата обращения: 25.04.2018).
10. *Agostini S.J., Richardson S.J.* A human development index for U.S. cities: methodological issues and preliminary findings // Real Estate Economics. – 1997. – Vol. 25, N 1. – P. 13–41.
11. *Burgess E.W.* Residential segregation in American Cities // Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 1928. – Vol. 140, N 1. – P. 105–115.
12. *Разомасова Е.А.* Тенденции развития сферы потребительских услуг в крупном городе с учетом фактических предпринимательских рисков // Мир новой экономики. – 2017. – № 1. – С. 78–85.
13. *Duncan O., Schnore L., Rossi P.* Cultural, behavioral and ecological perspectives in the study of social organization // American Journal of Sociology. – 1959. – Vol. 65, N 2. – P. 132–153.
14. *Hoyt H.* The structure and growth of residential neighborhoods in American cities. – Washington, D.C.: Federal Housing Administration, 1939. – 178 p.

15. Hoyt H. The structure of American cities in the post-war era // American Journal of Sociology. – 1943. – Vol. 48, N 4. – P. 475–481.
16. Harris C.D., Ullman E.L. The nature of cities // Annals of the American Academy of Political and Social Science. – 1945. – Vol. 242, N 1. – P. 7–17.
17. Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal (IFDM) [Electronic resource]. – URL: <http://www.firjan.com.br/ifdm> (accessed: 26.04.2018).
18. Nelson H.J. The form and structure of cities: urban growth patterns // Journal of Geography. – 1969. – Vol. 68, N 4. – P. 198–207.
19. Park R.E. The city: suggestions for the investigation of human behavior in the city environment // American Journal of Sociology. – 1915. – Vol. 20, N 5. – P. 577–612.
20. Simmel G. The metropolis and mental life (1903, translated by H.H. Gerth and C.W. Mills) // Wolff K.H. The Sociology of Georg Simmel. – Glencoe, Ill: The Free Press, 1950. – P. 409–424.
21. Lewis K., Burd-Sharps S. The measure of America, 2010–2011: mapping risks and resilience / foreword by J.D. Sachs. – New York: NYU Press, 2010. – 320 p.

Статья поступила в редакцию 23.01.2018
Статья прошла рецензирование 25.02.2018

DOI: 10.17212/2075-0862-2018-2.2-16-27

COMFORT AS THE CONDITION OF ATTRACTIVENESS OF URBAN ENVIRONMENT

Razomasova Elena,

Cand. of Sc. (Economics), Associate Professor,

Associate Professor, Department of Corporate governance and Finances,

Novosibirsk State University of Economics and Management – “NINH”,

56, Kamenskaya st., Novosibirsk, 630099, Russian Federation

ORCID: 0000-0002-2807-6547

e.a.razomasova@edu.nsuem.ru

Romanova Natalya,

Cand. of Sc. (Philology), Associate Professor,

Associate Professor, Department of Philosophy and Humanities,

Novosibirsk State University of Economics and Management – “NINH”,

56, Kamenskaya st., Novosibirsk, 630099, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-1231-4237

ngm_2006@mail.ru

Abstract

The authors consider the hypothesis of attractiveness of the urban environment from the standpoint of the formation of comfortable living conditions of the population. As one of the versions of creation of comfortable living conditions in the city agglomeration the authors analyze the concept of consumer services development, including: the services of household character, public catering and retail trade noted by Novosibirsk population as necessary, generating a feeling of comfort. The growth of birthrates in synergy with social and economic projects of support of young families and mortgage lending in the Russian Federation have led to the development of construction industry, active building in the remote urban areas. The central parts of the city don't have enough space for the construction of dwelling houses, that's why they are built in the remote from the center of the city territories, where the demand of the population for consumer services is many times higher than the supply. Such disproportion provokes in the population, living far from the center of the city, the feeling of discomfort, forcing people to spend more time and money on searching and purchasing of necessary services. Businessmen don't want to invest into the cultural and community objects, situated in the remote territories. The reason for it is a loss of the expected profit. In different areas of the city, the economic conditions for doing business are approximately the same, but there is a significant difference in the income of the population and the traffic of customers. So, the authors come to the conclusion, that it is rather doubtful, that the project “Formation of the Comfortable Urban Environment” initiated by the Government of the Russian Federation, will be implemented to a full extent. The authors are convinced, that without the targeted support of businessmen there won't be any growth of private service

enterprises, which will allow the population to reach the level of the required comfort, when the comfort acts as a condition of attractiveness of the urban environment.

Keywords: comfort, attractiveness, system, consumer services, demand, supply, urban environment, entrepreneurs.

Bibliographic description for citation:

Razomasova E.A., Romanova N.G. Comfort as the condition of attractiveness of urban environment. *Idey i idealy – Ideas and Ideals*, 2018, no. 2, vol. 2, pp. 16–27. doi: 10.17212/2075-0862-2018-2.2-16-27.

References

1. O'Connor J., McDermott I. *The art of systems thinking: essential skills for creativity and problem solving*. London, HarperCollins Publishers, 1997 (Russian ed.: O'Konnor Dzh., Makdermott I. *Iskusstvo sistemnogo myshleniya: neobkhodimye znaniya o sistemakh i tvorcheskom podkhode k resheniyu problem*. Translated from English. Moscow, Al'pina Publ., 2014. 280 p.).
2. Razomasova E. A. *Teoretiko-metodologicheskie osnovy formirovaniya ekonomicheskogo mekhanizma razvitiya sfery potrebitel'skikh uslug* [Theoretical-methodological bases of formation of economic mechanism of development of sphere of consumer services]. Novosibirsk, Siberian University of Consumer Cooperation Publ., 2012. 236 p.
3. Abramova E. *V Rossii poyavitsya prioritetnyi proekt "Formirovanie komfortnoi gorodskoi sredy"* [The priority project "Formation of a comfortable urban environment" will appear in Russia]. Available at: <http://www.oblgazeta.ru/society/31765/> (accessed 25.04.2018).
4. *Daily chart The world's most loveable cities*. Available at: <https://www.economist.com/blogs/graphicdetail/2016/08/daily-chart-14> (accessed 25.04.2018).
5. *Regiony Rossii: sotsial'no-ekonomicheskie pokazateli, 2016* [The Regions of Russia. Social-economic indicators. 2016]. Available at: http://www.gks.ru/free_doc/doc_2016/region/reg-pok16.pdf (accessed 25.04.2018).
6. *Naselenie Rossii: chislennost', dinamika, statistika* [Population of Russia: amount, dynamics, statistics]. Available at: <http://www.statdata.ru/russia> (accessed 25.04.2018).
7. Bakhtin M.M. *Literaturno-kriticheskie stat'i* [Literary-critical articles]. Moscow, Khudozhestvennaya literature Publ., 1986, pp. 121–290.
8. *Slovar' assotsiatsii i sinonimov "Rerait"* [Dictionary of associations "Reright"]. Available at: <http://www.reright.ru/analysis/400905~komfort.html> (accessed 25.04.2018).
9. *Federal'nyi zakon "O dopolnitel'nykh merakh gosudarstvennoi podderzhki semei, imeyushchikh detei" ot 29.12.2006 № 256-FZ* [RF Federal law "On additional measures of state support of families with children"]. Available at: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_64872/ (accessed 25.04.2018).
10. Agostini S.J., Richardson S.J. A human development index for U.S. cities: methodological issues and preliminary findings. *Real Estate Economics*, 1997, vol. 25, no. 1, pp. 13–41.

11. Burgess E.W. Residential segregation in American Cities. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1928, vol. 140, no. 1, pp. 105–115.
12. Razomasova E.A. Tendentsii razvitiya sfery potrebitel'skikh uslug v krupnom gorode s uchetom fakticheskikh predprinimatel'skikh riskov [Tendencies of consumer services sphere development in the large city taking into account the actual entrepreneurial risks]. *Mir novoi ekonomiki – The World of New Economy*, 2017, no. 1, pp. 78–85.
13. Duncan O., Schnore L., Rossi P. Cultural, behavioral and ecological perspectives in the study of social organization. *American Journal of Sociology*, 1959, vol. 65, no. 2, pp. 132–153.
14. Hoyt H. *The structure and growth of residential neighborhoods in American cities*. Washington, D.C., Federal Housing Administration, 1939. 178 p.
15. Hoyt H. The structure of American cities in the post-war era. *American Journal of Sociology*, 1943, vol. 48, no. 4, pp. 475–481.
16. Harris C.D., Ullman E.L. The nature of cities. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 1945, vol. 242, no. 1, pp. 7–17.
17. Índice FIRJAN de Desenvolvimento Municipal (IFDM). Available at: <http://www.firjan.com.br/ifdm> (accessed 26.04.2018).
18. Nelson H.J. The form and structure of cities: urban growth patterns. *Journal of Geography*, 1969, vol. 68, no. 4, pp. 198–207.
19. Park R.E. The city: suggestions for the investigation of human behavior in the city environment. *American Journal of Sociology*, 1915, vol. 20, no. 5, pp. 577–612.
20. Simmel G. The metropolis and mental life (1903, translated by H.H. Gerth and C.W. Mills). Wolff K.H. *The Sociology of Georg Simmel*. Glencoe, Ill, The Free Press, 1950, pp. 409–424.
21. Lewis K., Burd-Sharps S. The measure of America, 2010–2011: mapping risks and resilience. Foreword by J.D. Sachs. New York, NYU Press, 2010. 320 p.

The article was received on 23.01.2018.

The article was reviewed on 25.02.2018.