



Областной и муниципальный маркетинг – это механизм по привлечению в регион или город экономических агентов, способствующих процветанию региона в целом.

Он может осуществляться в виде:

- маркетинга территории,
- жилья,
- зон хозяйственной застройки, инвестиций, туристического менеджмента и пр.

Для разработки стратегии маркетинга территориального образования надо понять в чем особенности нашего муниципального образования

Для этого  
необходимо  
поставить ряд  
вопросов

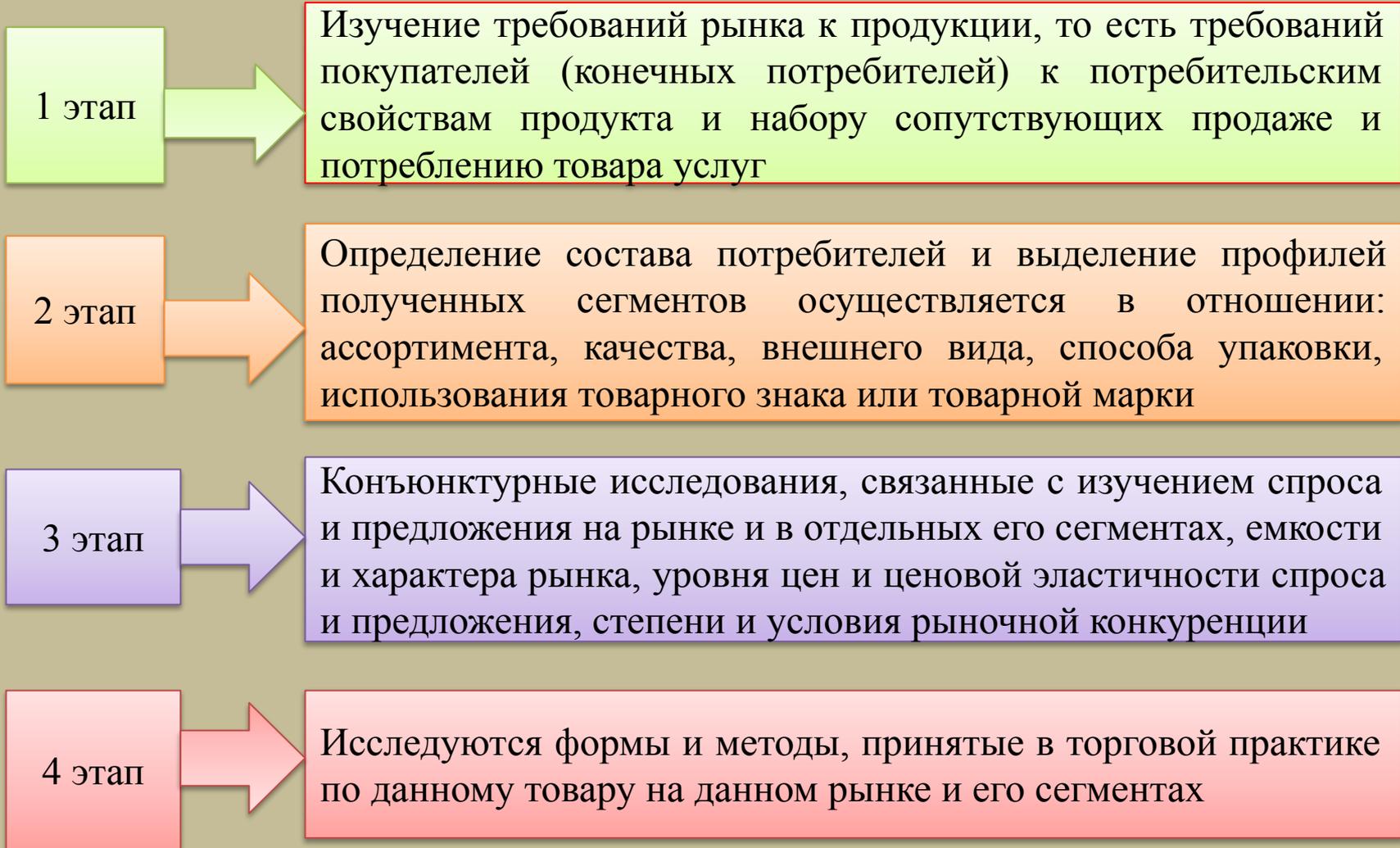
Что является основным  
«продуктом» развития  
муниципального образования ?

Что мы производим?

Для кого мы производим ?

Как мы продвигаем  
продукцию?

# Направленность комплексного исследования рынка состоит из определенных этапов:



## Концепция территориального (муниципального) маркетинга

Основа муниципального маркетинга – *конкуренция территорий*

Предмет конкуренции:

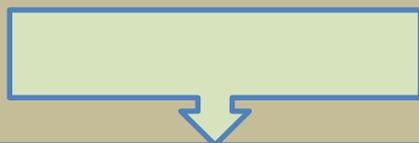
- трудовые ресурсы
- интеллектуальные ресурсы (человеческий капитал)
- инвестиции
- финансовые ресурсы (бюджетные средства)

Задачи муниципального маркетинга:

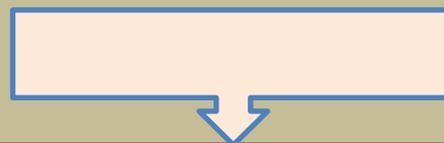
- максимальное удовлетворение потребностей основных потребителей (клиентских групп)
- увеличение доходов территории и ее устойчивое развитие

Смысл экономической деятельности местного сообщества заключается в эффективном использовании местных ресурсов и преимуществ в конкуренции с другими сообществами с целью более полного удовлетворения потребностей населения.

Для этого необходимо



Успешно продавать  
производимые в  
местном сообществе  
товары и услуги



Привлекать на  
территорию  
недостающие ресурсы, в  
том числе финансовые

# Виды территориального маркетинга

**Маркетинг территории**

**Маркетинг на территории**

**Территория в целом**

**Развитие и продвижение территории**

**Территориальные товары и услуги**

**Отношения субъектов территории по поводу товаров и услуг**

**ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЙ МАРКЕТИНГ**



# Комплекс маркетинга территории

## Население региона

- трудоспособное / нетрудоспособное
- в т.ч. потенциальное (желающие переехать в регион)

## Туристы

- местные / приезжие, в т.ч. иностранные
- деловые / рекреационные
- по видам туризма

## Инвесторы

- внутренние / внешние, в т.ч. зарубежные

## Предприятия региона

- индивидуальные предприниматели / юридические лица
- по отраслям, в т.ч. предприятия туристической отрасли
- в т.ч. экспортоориентированные

## Внешние рынки

- потребители региональных экспортируемых товаров / услуг, в т.ч. зарубежные

# Эффект маркетинга территории



Коммерческий



Экологический



Инновационный



## Группы стратегий маркетинга территории:

- **Маркетинг имиджа.** *Его основная цель – создание, развитие, распространение, обеспечение общественного признания положительного образа территории*
- **Маркетинг привлекательности.** *Включает мероприятия, направленные на повышение притягательности данной территории для человека*
- **Маркетинг инфраструктуры.** *Комфортность условий нахождения на территории*
- **Маркетинг населения, персонала.** *Регулирование контингента проживающих и работающих*

# Индикаторы, характеризующие социально-экономическое развитие региона

макроэкономические показатели

показатели комплексного развития региона

показатели конкурентоспособности региона

## ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

СТимулирование инвестиционной деятельности

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПРОИЗВОДСТВА И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА

РАЗВИТИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ РЫНКА

РЕГУЛИРОВАНИЕ РЫНКА ТРУДА

**ЭФФЕКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РЕСУРСОВ**

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ МУНИЦИПАЛЬНЫМ ИМУЩЕСТВОМ

РЕГУЛИРОВАНИЕ ЗЕМЕЛЬНЫХ ОТНОШЕНИЙ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ БЮДЖЕТНЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ

РАЗВИТИЕ МЕСТНОГО САМОУПРАВЛЕНИЯ

## СОЦИАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ И НАУЧНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СОЦИАЛЬНОЙ ПОДДЕРЖКИ НАСЕЛЕНИЯ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ СОЦИАЛИЗАЦИИ МОЛОДЕЖИ

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРЫ

СОЗДАНИЕ УСЛОВИЙ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СРЕДЫ ЖИЗНЕДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

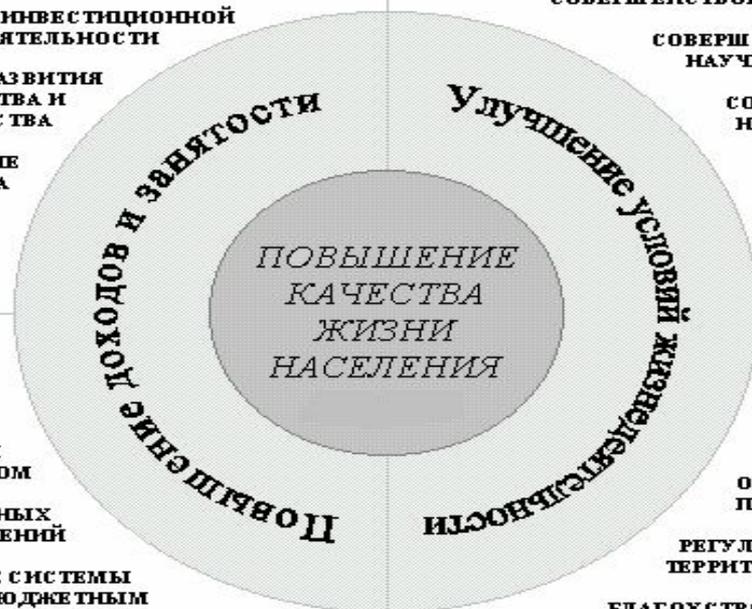
УЛУЧШЕНИЕ СОСТОЯНИЯ ОКРУЖАЮЩЕЙ СРЕДЫ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБЩЕСТВЕННОГО ПОРЯДКА И БЕЗОПАСНОСТИ

РЕГУЛИРОВАНИЕ ПЛАНИРОВКИ И ЗАСТРОЙКИ ТЕРРИТОРИИ

БЛАГОУСТРОЙСТВО И ИНЖЕНЕРНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ТЕРРИТОРИИ

РЕФОРМИРОВАНИЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА



## Составляющие элементов маркетинга территории (профильный анализ «Товар-рынок»)

Внешний фактор	Требования рынка			
	Функциональные свойства	Дизайн	Наименование форм (марка)	Упаковка
<b>Окружающая среда</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*эргономика</li> <li>*габариты</li> <li>*стандарты</li> <li>*климатическое исполнение</li> <li>*сервис</li> <li>*покупательские привычки</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*местные вкусы и традиции</li> <li>*отношение местных потребителей к форме и цвету товара</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*приемлемо ли название товара</li> <li>*хорошо ли оно произносится</li> <li>*легко ли запоминается</li> <li>*несет ли правильную информацию</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*имеющиеся упаковочные материалы в стране изготовителя</li> </ul>
<b>Конкуренция</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*наличие товаров конкурентов</li> <li>*их сильные и слабые стороны</li> <li>*возможный жизненный цикл</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*сильные и слабые стороны дизайна товаров конкурентов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*практика конкурентов</li> <li>*престижность марки товаров конкурентов</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*качество упаковки товаров конкурентов</li> <li>*можно ли улучшить упаковку</li> </ul>
<b>Инструкционные факторы</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*организации, контролирующие стандарты</li> <li>*организации, проводящие испытания</li> <li>*другие организации</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*наличие организаций, определяющих качество дизайна</li> <li>*есть ли возможность получить награду за дизайн</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*имеются ли организации, оказывающие помощь в выборе наименований товаров</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*имеются ли центры по исполнению упаковки</li> <li>*имеются ли стандарты на упаковку, в том числе стандарты торговых ассоциаций</li> </ul>
<b>Правовая основа</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*законы, связанные с испытанием товара</li> <li>*техника безопасности</li> <li>*экология</li> <li>*патентная защита</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*можно ли зарегистрировать конструкцию и дизайн</li> <li>*имеются ли организации в дизайне</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*можно ли зарегистрировать товарную марку</li> <li>*имеются ли торговые организации в отношении наименования товара</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>*правила, предусматривающие наличие определенной информации на упаковке</li> <li>*ограничение в материалах</li> <li>*содержание спецификации на товар</li> </ul>

**КОНТРОЛЛИНГ**  
**территориального маркетинга**

Оценка эффективности  
управления территориальным  
маркетингом

Контроль динамики  
маркетингового потенциала  
территории

Учет затрат и доходов от  
территориального маркетинга и  
брендинга

Анализ результатов программ в  
области территориального  
маркетинга

Мониторинг и контроль бренда  
территории

Контроль деятельности  
агентства территориального  
маркетинга

Подготовка рекомендаций и ТЭО для принятия решений в области  
развития территориального маркетинга

## Выводы

### Муниципальный маркетинг:

- есть не что иное, как механизм, с помощью которого происходит сочетание интересов муниципальных образований с интересами их хозяйствующих субъектов и удовлетворением потребностей всех социальных групп конкретного муниципального образования
- вооружает органы власти и управления научно обоснованными современными подходами к организации различных сторон деятельности территории с учетом требований рыночной экономики
- инструмент местного развития, а не самоцель

## ЛУЧШИЕ ГОРОДА РОССИИ

## ПО УСЛОВИЯМ ДЛЯ ЖИЗНИ



## ПО УСЛОВИЯМ ДЛЯ БИЗНЕСА



## ПО УРОВНЮ ЭКОЛОГИИ



## ПО УРОВНЮ СЧАСТЬЯ



## МЕСТО МОСКВЫ СРЕДИ ГОРОДОВ МИРА

