

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное
образовательное учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский
государственный университет им. Н.И. Лобачевского»**

**Н.С. Соменкова
А.В. Купцов**

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебно-методическое пособие

Рекомендовано методической комиссией института экономики
и предпринимательства для студентов ННГУ, обучающихся по направлению
подготовки «38.04.04. Государственное и муниципальное управление»

Нижний Новгород
2018

УДК 338.242
ББК 65.050
С61

С61 Соменкова Н.С., Купцов А.В. РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ: Учебно-методическое пособие. - Нижний Новгород: Нижегородский госуниверситет, 2018. – 74 с.

Рецензент: д.э.н., профессор **О.В.Трофимов**

В учебно-методическом пособии рассмотрены особенности и факторы регионального развития, основы формирования региональной политики и механизм ее реализации, управление региональными финансами, организация управления экономикой региона, инструменты регулирования регионального развития, методика анализа социально-экономического развития региона.

В пособии большое внимание уделено маркетинговым технологиям в управлении региональным развитием, в частности рассмотрен вопрос разработки стратегий развития территории, осуществления маркетинговой коммуникации, использование интернет-маркетинга для продвижения региона.

Содержит контрольные вопросы, практические и тестовые задания.

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов института экономики и предпринимательства ННГУ им. Н.И. Лобачевского, обучающихся по направлению подготовки «38.04.04. Государственное и муниципальное управление» (магистратура) для занятий по дисциплине «Региональный менеджмент».

Ответственный за выпуск:
председатель методической комиссии ИЭП ННГУ
к.э.н., доцент Едемская С.В.

УДК 338.242
ББК 65.050

© Национальный исследовательский
Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского, 2018

Содержание

| | |
|---|-----------|
| Введение | 4 |
| Раздел 1. Организация управления региональным развитием | 6 |
| Тема 1. Предмет регионального менеджмента. Понятие и типологизация регионов | 6 |
| Тема 2. Основные факторы регионального развития | 12 |
| Тема 3. Основные направления региональной политики | 16 |
| Тема 4. Организация управления экономикой региона | 20 |
| Тема 5. Инструменты регулирования регионального развития | 27 |
| Тема 6. Управление региональными финансами | 34 |
| Тема 7. Анализ и диагностика социально-экономического развития территории в системе регионального управления | 39 |
| Раздел 2. Маркетинговые технологии как основные инструменты регулирования регионального развития | 41 |
| Тема 1. Определение и основные понятия территориального маркетинга..... | 41 |
| Тема 2. Концепции продвижения интересов муниципального хозяйства в регионах РФ..... | 46 |
| Тема 3. Классификация стратегий развития территорий..... | 48 |
| Тема 4. Этапы разработки маркетинговой стратегии развития региона..... | 55 |
| Тема 5. Механизм осуществления маркетинговой коммуникации..... | 59 |
| Тема 6. Использование Интернет-маркетинга для продвижения региона..... | 63 |
| Итоговый тест | 66 |
| Список литературы | 72 |

Введение

Учебно-методическое пособие предназначено для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки «38.04.04. Государственное и муниципальное управление» (магистратура) для занятий по дисциплине «Региональный менеджмент».

В первом разделе учебно-методического пособия рассмотрены особенности и факторы регионального развития, основы формирования региональной политики и механизм ее реализации, управление региональными финансами, организация управления экономикой региона, инструменты регулирования регионального развития, методика анализа социально-экономического развития региона.

Во втором разделе пособия более подробно рассмотрены маркетинговые технологии как основные инструменты регулирования регионального развития, в частности представлен практический материал по вопросу разработки стратегий развития территории, осуществления маркетинговой коммуникации, использование Интернет-маркетинга для продвижения региона.

Учебно-методическое пособие содержит контрольные вопросы, практические задания, тестовые задания. Итоговые тестовые задания, представленные в пособии позволят обучающимся оценить качество полученных знаний и проверить усвоение материала.

Структура пособия представляет перечень логично связанных между собой тем, объединенных в два раздела.

Целью изучения дисциплины «Региональный менеджмент» является овладение заданными компетенциями, формирование экономических знаний, умений и навыков в сфере управления регионом.

Процесс изучения дисциплины «Региональный менеджмент» направлен на формирование следующих компетенций: ОПК-1, ПК-17.

ОПК-1 - способность к анализу, планированию и организации профессиональной деятельности.

ПК-17 - способность использовать знание методов и теорий гуманитарных, социальных и экономических наук при осуществлении экспертных и аналитических работ.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:
знать:

- основные направления региональной политики (ПК-17);
- основные методы и инструменты управления регионом (ПК-17);
- технологии стратегического и текущего планирования социально-экономического развития региона (ОПК-1);
- методы анализа организации социально-экономического развития регионов (ОПК-1).

уметь:

- анализировать факторы регионального развития регионов (ОПК-1);
- анализировать современные проблемы управления социально-экономическим развитием региона (ПК-17);

- планировать социально-экономические процессы функционирования и развития региона (ОПК-1);
- использовать различные методы управления регионом в практической деятельности (ПК-17).
владеть:
- навыками системно-ситуационного и комплексного описания социально-экономических проблем и процессов, характерных для развития отдельных территорий (ПК-17);
- навыками использования современных управленческих технологий (ПК-17);
- навыками анализа и планирования организации социально-экономического развития регионов (ОПК-1);
- навыками разработки и реализации программ развития региона (ОПК-1).

РАЗДЕЛ 1. ОРГАНИЗАЦИЯ УПРАВЛЕНИЯ РЕГИОНАЛЬНЫМ РАЗВИТИЕМ

Тема 1. Предмет регионального менеджмента. Понятие и типологизация регионов

Региональный менеджмент – это дисциплина, занимающаяся изучением экономических и социальных факторов и явлений, которые обуславливают функционирование хозяйственного комплекса региона, а также разработкой форм и методов управления этим процессом.

Предмет регионального менеджмента сложен и многогранен. Его главными составляющими являются:

- система органов государственной власти субъекта РФ;
- механизм организации функционирования и развития регионального хозяйства;
- экономика отдельного региона;
- экономические связи между регионами;
- инструменты регулирования регионального развития.



Рис. 1.1. Методы региональных исследований

Объектом исследования регионального менеджмента являются регионы. Термин «регион» имеет латинское происхождение - «regio» - область, местность, страна, т.е. определенная территория.

Основные теоретические трактовки понятия регион представлены в таблице 1.1.

Таблица 1.1.

Теоретические трактовки понятия «регион»

| Автор | Определение региона |
|----------------------------------|--|
| И.В. Арженовский | выделившаяся в процессе общественного разделения труда часть территории страны, которая характеризуется специализацией на производстве тех или иных товаров и услуг, общностью и специфическим по отношению к другим территориям характером воспроизводственного процесса; комплексностью и целостностью хозяйства; наличием органов управления, обеспечивающих решение стоящих перед регионом задач |
| А.Г. Гранберг | определенная территория, отличающаяся от других территорий по ряду признаков и обладающая некой целостностью, взаимосвязанностью составляющих ее элементов |
| Г.В. Гутман | Территориальное образование, имеющее четко очерченные административные границы, в пределах которых воспроизводятся социальные и экономические процессы обеспечения жизни населения, обусловленные местом региона в системе территориального и общественного разделения труда |
| А. И. Добрынин | территориально специализированную часть народного хозяйства страны, характеризующуюся единством и целостностью воспроизводственного процесса |
| В.Н. Лексин, А.Н. Швецов | субъект РФ, административно-территориальное образование и даже город |
| А.С. Маршалов, А.С. Новоселов | подсистема социально-экономического комплекса страны и относительно самостоятельная его часть с законченным циклом воспроизводства, особыми формами проявления стадий воспроизводства и специфическими особенностями протекания социальных и экономических процессов |
| Н.Н. Некрасов | крупная территория страны с более или менее однородными природными условиями и характерной направленностью развития производительных сил на основе сочетания комплекса природных ресурсов с соответствующей сложившейся и перспективной материально-технической базой, производственной и социальной инфраструктурой |
| Э.А. Уткин | часть территории, обладающая общностью природных, социально-экономических, национально-культурных и иных условий» |



Рис. 1.2. Характерные черты региона

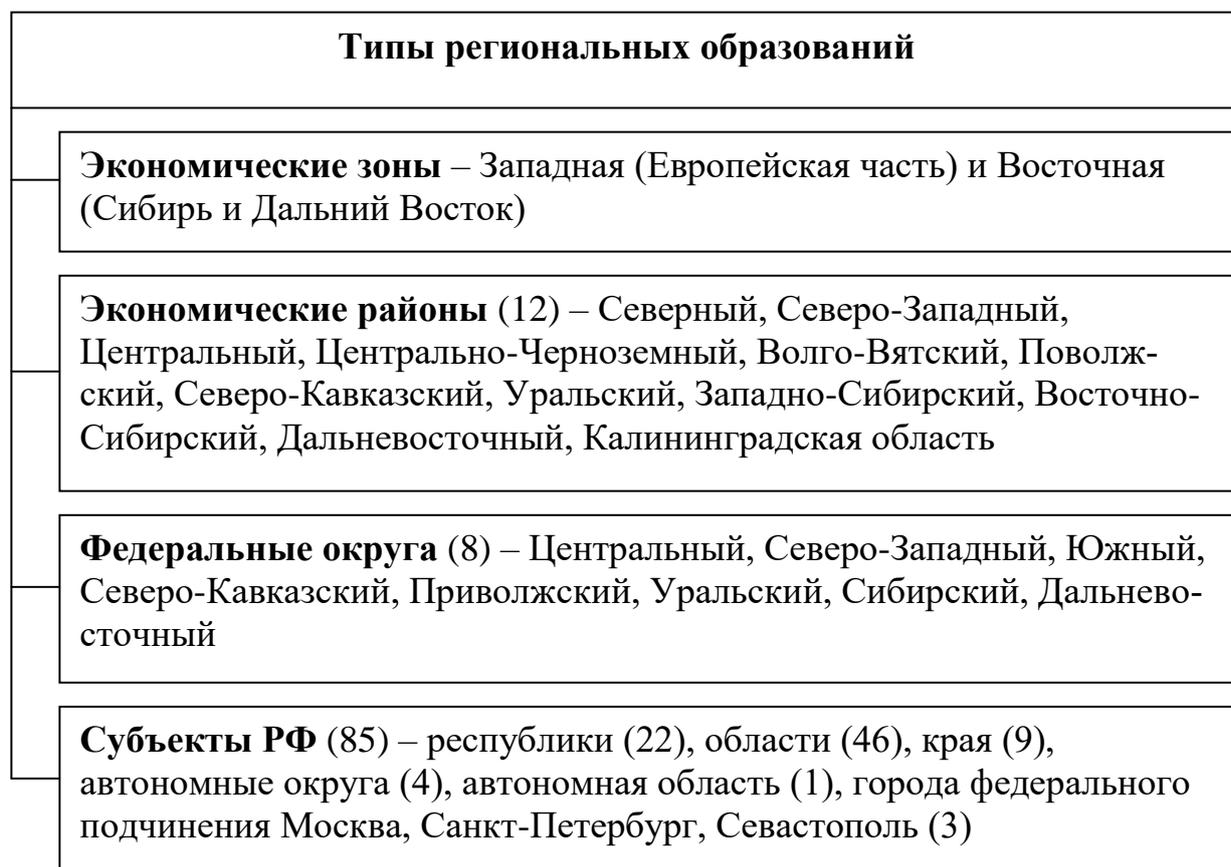


Рис. 1.3. Типы региональных образований



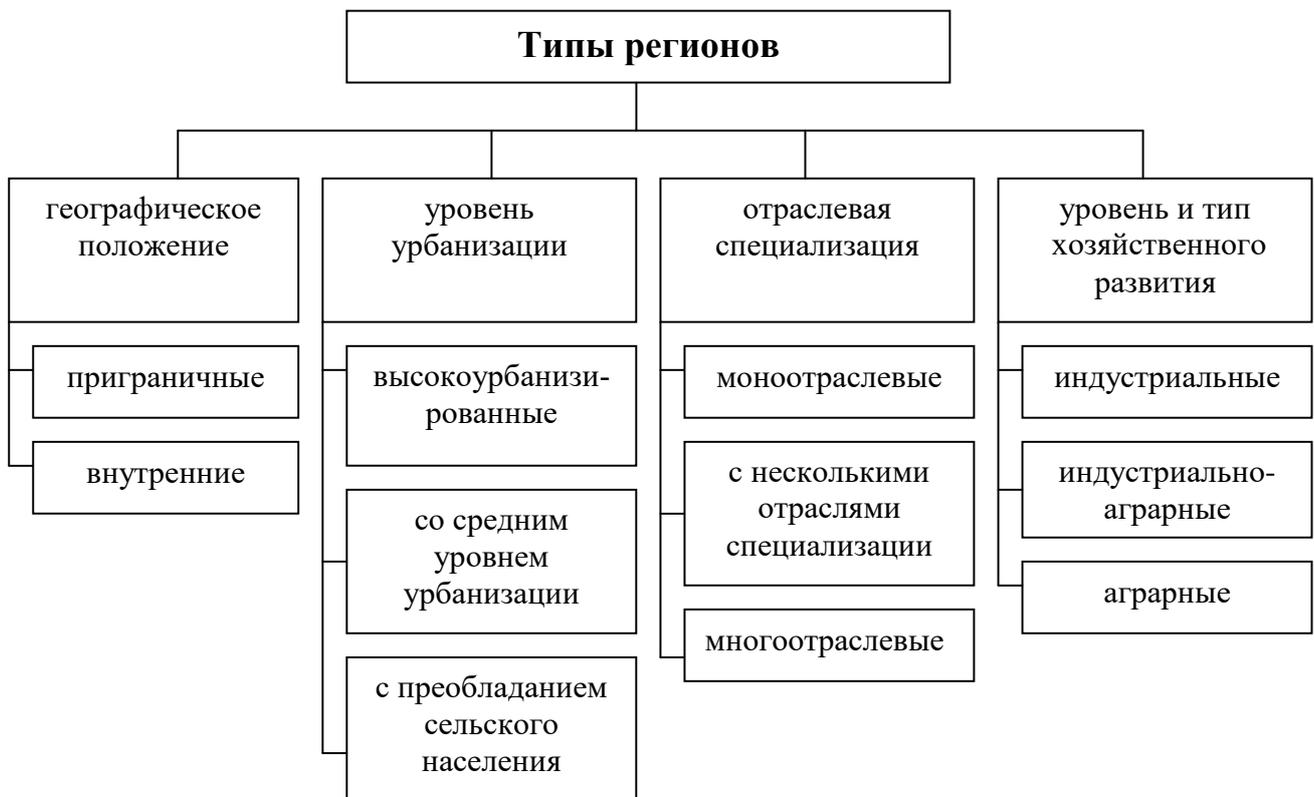


Рис. 1.5. Типологизация регионов

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятия «регион».
2. Охарактеризуйте основные черты регионов.
3. Какие типы регионов выделяются в РФ?
4. Назовите основные методы региональных экономических исследований.
5. Перечислите субъекты РФ.

Практические задания

Задание 1. Укажите субъекты РФ.

| | Субъекты РФ |
|------------------------------|-------------|
| Республики | |
| Края | |
| Области | |
| Автономная область | |
| Автономные округа | |
| Города федерального значения | |

Задание 2. Укажите центр и состав федерального округа.

| Название федерального округа | Центр федерального округа | Состав федерального округа |
|------------------------------|---------------------------|----------------------------|
| Центральный | | |
| Северо-Западный | | |
| Южный | | |
| Северо-Кавказский | | |
| Приволжский | | |
| Уральский | | |
| Сибирский | | |
| Дальневосточный | | |

Задание 3. Используя данные Федеральной службы государственной статистики РФ провести типологизацию субъектов РФ по уровню и динамике заработной платы работников предприятий и организаций (2011-2017гг.).

| | Субъекты РФ, в которых в 2017 г. средняя заработная плата была выше среднероссийской | Субъекты РФ, в которых в 2017 г. средняя заработная плата была ниже среднероссийской |
|--|--|--|
| Субъекты РФ, в которых в 2011 г. средняя заработная плата была выше среднероссийской | | |
| Субъекты РФ, в которых в 2011 г. средняя заработная плата была ниже среднероссийской | | |

Задание 4. Используя данные Федеральной службы государственной статистики РФ провести типологизацию субъектов РФ по динамике промышленного производства и доходов населения.

| Динамика доходов, % | 1 (>110) | 2 (100-110) | 3 (90-100) | 4 (<90) |
|--------------------------|-------------|----------------|---------------|------------|
| Динамика производства, % | | | | |
| 1 (>110) | | | | |
| 2 (100-110) | | | | |
| 3 (90-100) | | | | |
| 4 (<90) | | | | |

Тема 2. Основные факторы регионального развития

Региональное развитие – это режим функционирования региональной системы, который ориентирован на позитивную динамику параметров уровня и качества жизни населения, обеспеченную устойчивым и сбалансированным воспроизводством ресурсного потенциала региона.

Существует три типа регионального развития: ассиметричный, симметричный (гармоничный) и нейтральный (рис. 2.1).

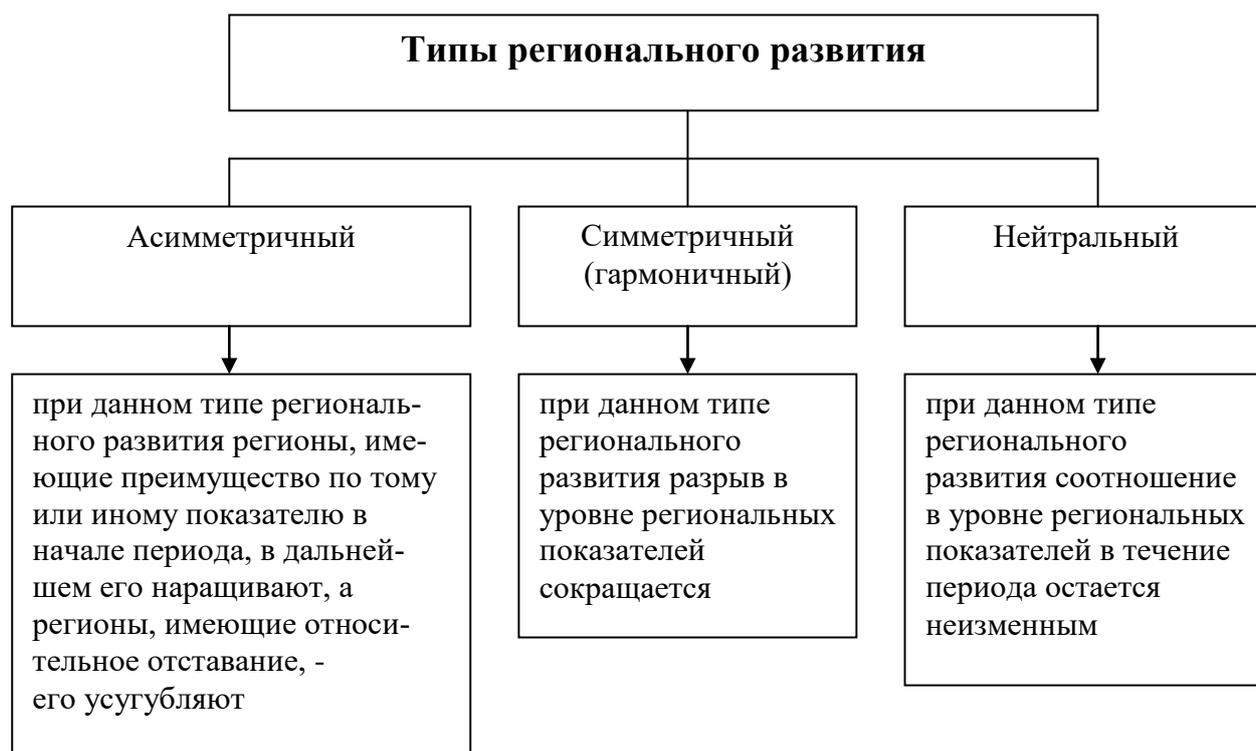


Рис. 2.1. Типы регионального развития

Региональное развитие во многом зависит от величины и эффективности применения ресурсного потенциала региона.

Под **ресурсным потенциалом региона** понимается совокупность всех видов ресурсов, формирующихся на данной территории, которые могут быть использованы в процессе общественного производства.

Ресурсный потенциал региона подразделяется на экологический, социальный и экономический (рис. 2.2.).

Экологический (природно-ресурсный) потенциал региона – это природные ресурсы, доступные для использования при данном уровне развития технологий и социально-экономических отношений с учетом приемлемой антропогенной нагрузки на территорию.

Социальный потенциал региона – это совокупность возможностей, которыми располагает регион для достижения основной цели своего развития - обеспечения наиболее благоприятных условий жизнедеятельности населения. Социальный потенциал региона во многом определяется развитием

социального комплекса территории, включающего в себя прежде всего социальную инфраструктуру и демографическую обстановку в регионе.

Экономический потенциал региона отражает уровень развития производительных сил региона, его способность производить продукцию, выполнять работы и оказывать услуги.

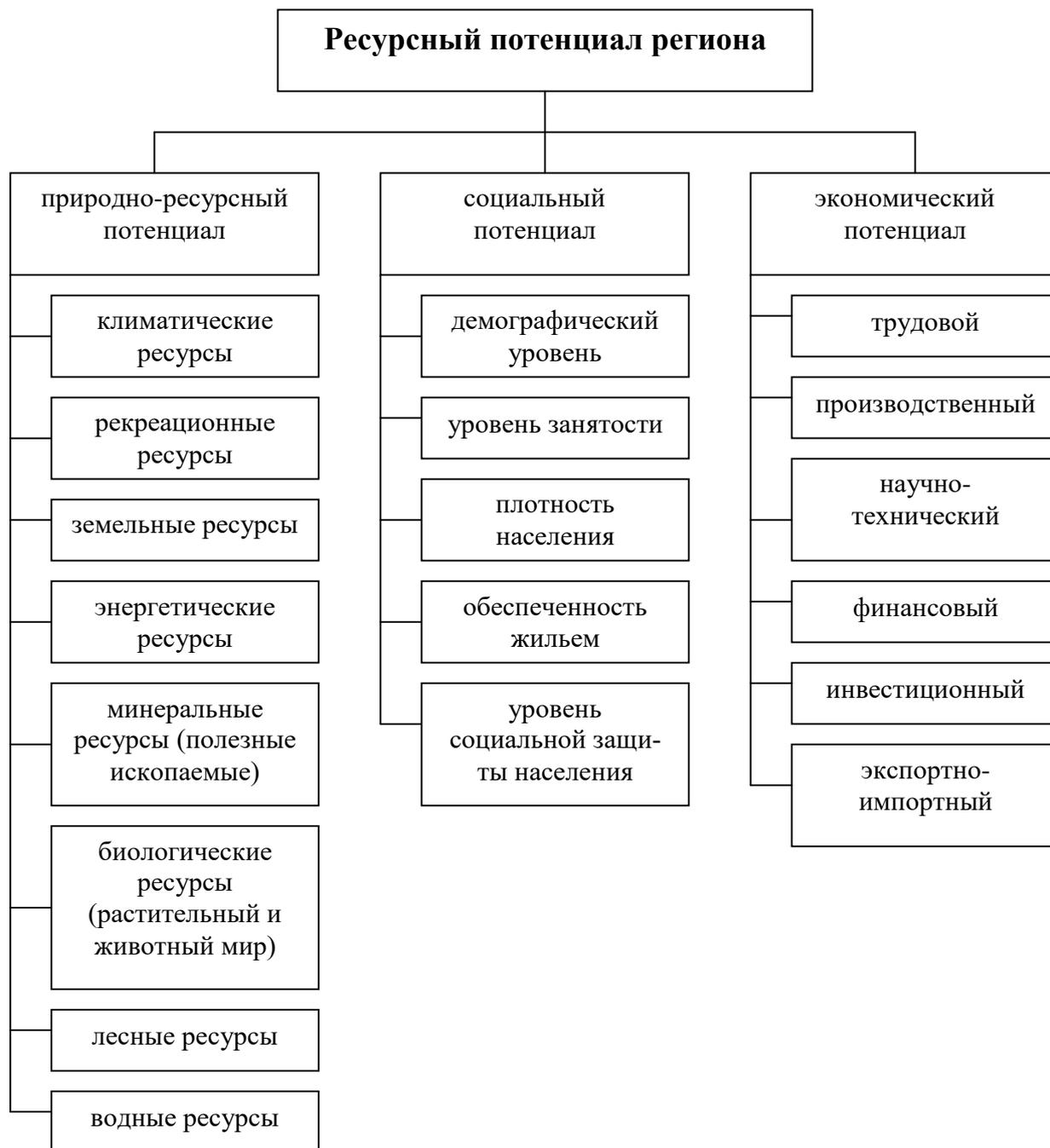


Рис. 2.2. Структура ресурсного потенциала региона

Каждому региону присуще внутреннее хозяйственное единство, которое формирует его материально-производственная основа – хозяйственный комплекс региона.

Хозяйственный комплекс региона – целенаправленно складывающееся динамичное и устойчивое региональное или локальное сочетание предприятий, объединенных тесными внутренними связями.

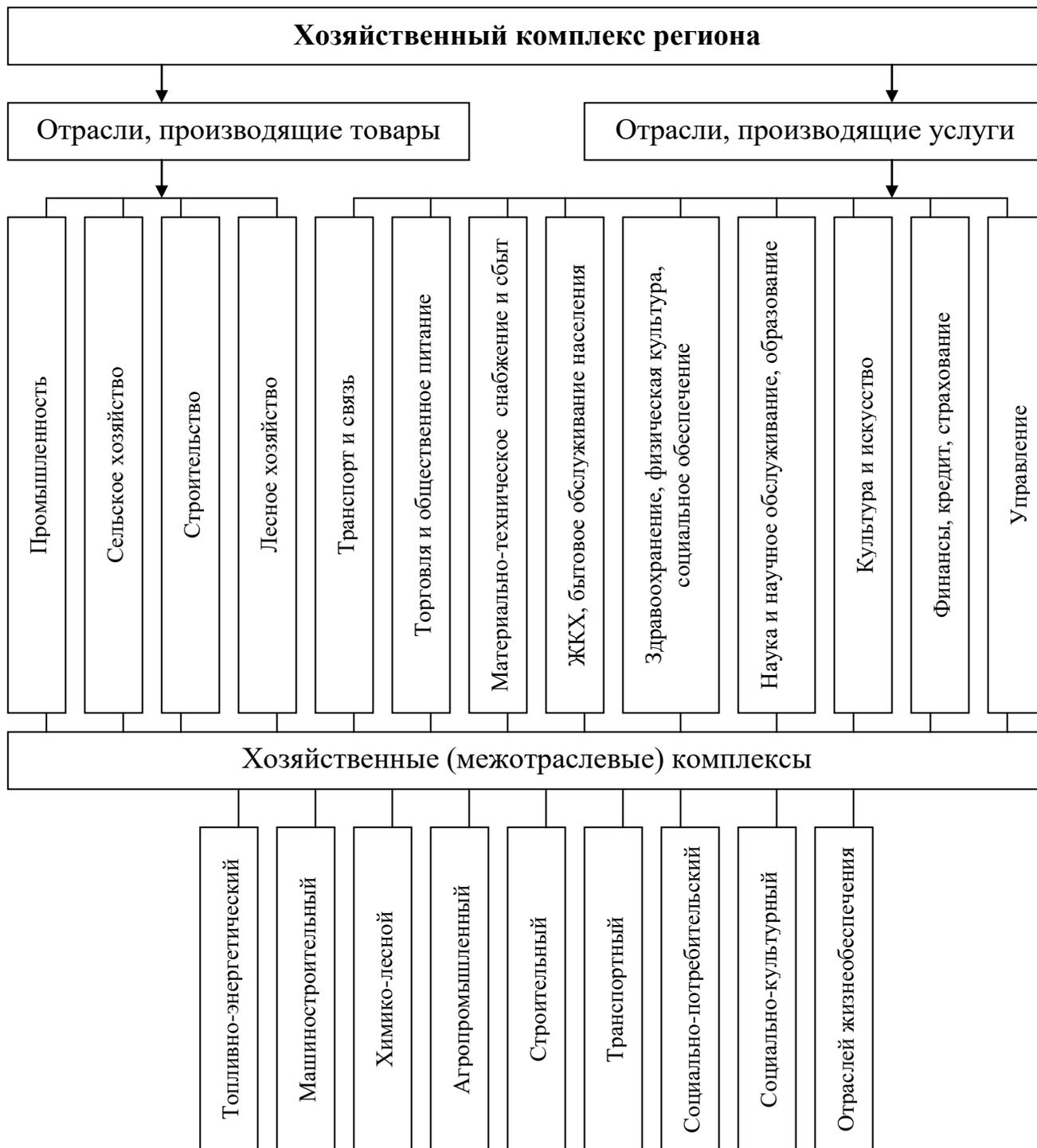


Рис. 2.3. Структура регионального хозяйственного комплекса

В составе хозяйственного комплекса региона выделяют функциональные группы отраслей - специализирующие и обслуживающие.

Отрасли специализации играют ведущую роль в экономике региона, составляют основу регионального хозяйственного комплекса. Специализация регионального комплекса обусловлена территориальными особенностями.

Обслуживающие отрасли обеспечивают потребности основных отраслей хозяйства и населения региона. К ним относятся: строительство, транспорт, связь, торговля, рыночная инфраструктура, жилищно-коммунальное хозяйство, образование, здравоохранение.

Комплексное развитие региона предполагает обеспечение наиболее рациональных отраслевых и территориальных пропорций, установление и поддержание оптимального соотношения между отраслями специализации и обслуживающими отраслями.

Контрольные вопросы:

1. Какова структура регионального хозяйственного комплекса.
2. Что представляет собой специализация региона?
3. Охарактеризуйте методы отраслевой специализации региона.
4. Охарактеризуйте понятие «комплексное развитие региона».

Практические задания

Задание 1. Охарактеризуйте хозяйственный комплекс Нижегородской области. Опишите его структуру, укажите крупные предприятия области по плану:

- экономика отдельного региона;
- промышленность;
- сельское хозяйство;
- строительство;
- лесное хозяйство;
- транспорт и связь;
- торговля и общественное питание;
- жилищно-коммунальное хозяйство;
- бытовое обслуживание населения;
- образование;
- здравоохранение;
- социальное обеспечение;
- культура;
- финансы;
- страхование;
- управление.

Задание 2. Используя данные Федеральной службы государственной статистики РФ, определите отраслевую специализацию Нижегородской области.

Тема 3. Основные направления региональной политики

Под **региональной политикой** понимается система целей и задач по управлению экономическим и социальным развитием регионов, а также механизм их реализации.

Цели региональной политики:

- повышение однородности экономического пространства;
- развитие единых общероссийских рынков;
- усиление экономической интеграции регионов за счет стимулирования поставок товаров между территориями и развитие производственной кооперации;
- сглаживание экономических противоречий между регионами;
- создание специальных условий для развития северных территорий.



Рис.3.1. Элементы региональной политики



Рис. 3.2. Методы региональной политики

Правовое обеспечение региональной политики в РФ:

Конституция РФ определяет принципы государственного устройства, основы экономических взаимоотношений федерации, субъектов РФ и местного самоуправления, правовые рамки осуществления экономической политики.

Федеральные законы и подзаконные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие важные сферы регионального развития. Основными среди них являются: ФЗ от 6.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации», ФЗ от 28.06. 2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации».

Федеральные законы и подзаконные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие основные направления экономической и социальной политики с региональными аспектами: Бюджетный кодекс РФ, Налоговый кодекс РФ, Градостроительный кодекс РФ, Земельный кодекс РФ, ФЗ от 19.06.200 № 82-ФЗ «О минимальном размере оплаты труда» и др.

Федеральные законы и подзаконные нормативно-правовые акты РФ, регулирующие развитие «особых» территорий: ФЗ от 22.07.2005 №116-ФЗ «Об

особых экономических зонах в Российской Федерации», ФЗ от 3 декабря 2011 г. № 392-ФЗ «О зонах территориального развития Российской Федерации», ФЗ от 29 декабря 2014 года № 473-ФЗ «О территориях опережающего социально-экономического развития в РФ» и др.

Федеральные законы и подзаконные нормативно-правовые акты РФ, устанавливающие дифференцированные по субъектам РФ социальные нормативы, являющиеся целевыми ориентирами в региональной политике. Например, ФЗ от 24.10.1997 №134-ФЗ «О прожиточном минимуме в Российской Федерации».

Значительная роль в региональном развитии территорий принадлежит региональным нормативным правовым актам – конституция (устав) субъекта РФ, законы субъектов РФ и подзаконные нормативно-правовые акты субъектов РФ.

Контрольные вопросы:

1. Что представляет собой «региональная политика»?
2. Назовите основные цели и задачи региональной политики в РФ.
3. Какие нормативно-правовые акты регулируют региональное развитие в РФ?
4. Охарактеризуйте основные направления региональной политики в РФ.
5. Назовите основные методы реализации региональной политики в РФ.
6. Назовите основные направления реформирования региональной экономической политики.

Практические задания

Задание 1. Проанализируйте основные направления экономической политики Нижегородской области:

- управление собственностью субъекта РФ;
- управление финансами;
- промышленная политика;
- бюджетно-налоговая политика;
- тарифная политика;
- инвестиционная политика.

Задание 2. Укажите, какие налоговые льготы применяются в Нижегородской области.

Заполните таблицу.

| Виды налоговых льгот | Характеристика налоговых льгот |
|--|--------------------------------|
| 1. Снижение ставки налога на прибыль | |
| 2. Полное или частичное освобождение от уплаты налога на имущество организаций | |
| 3. Полное или частичное освобождение от уплаты транспортного налога | |

Задание 3. Сравните методы реализации региональной политики Нижегородской области и Московской области.

Заполните таблицу.

| Методы | Нижегородская область | Московская область |
|---|-----------------------|--------------------|
| 1) налоговые льготы | | |
| 2) инвестиционный налоговый кредит | | |
| 3) реализация программ социально-экономического развития | | |
| 4) создание специальных фондов регионального развития | | |
| 5) установление льготных ставок арендной платы | | |
| 6) возможности получения государственных гарантий субъекта РФ | | |

Тема 4. Организация управления экономикой региона

Под **региональным управлением** понимают государственное управление, которое осуществляется органами государственной власти субъектов РФ в административно-территориальных границах всеми подведомственными отраслями и сферами, входящими в их компетенцию, и в соответствии с разграничением предметов ведения и полномочий на основе федеративных отношений.

Главной целью регионального управления является повышение степени удовлетворения социально-экономических потребностей населения, проживающего на территории конкретного региона, на основе комплексного развития.

Основным законом, регулирующим вопросы организации государственного управления в субъектах РФ, является ФЗ от 6.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации». Данный закон определяет принципы деятельности органов государственной власти субъекта РФ, систему органов государственной власти субъекта РФ, порядок формирования, функционирования и полномочия законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ, порядок их досрочного прекращения.



Рис. 4.1. Принципы регионального управления



Рис. 4.2. Система органов государственной власти субъекта РФ

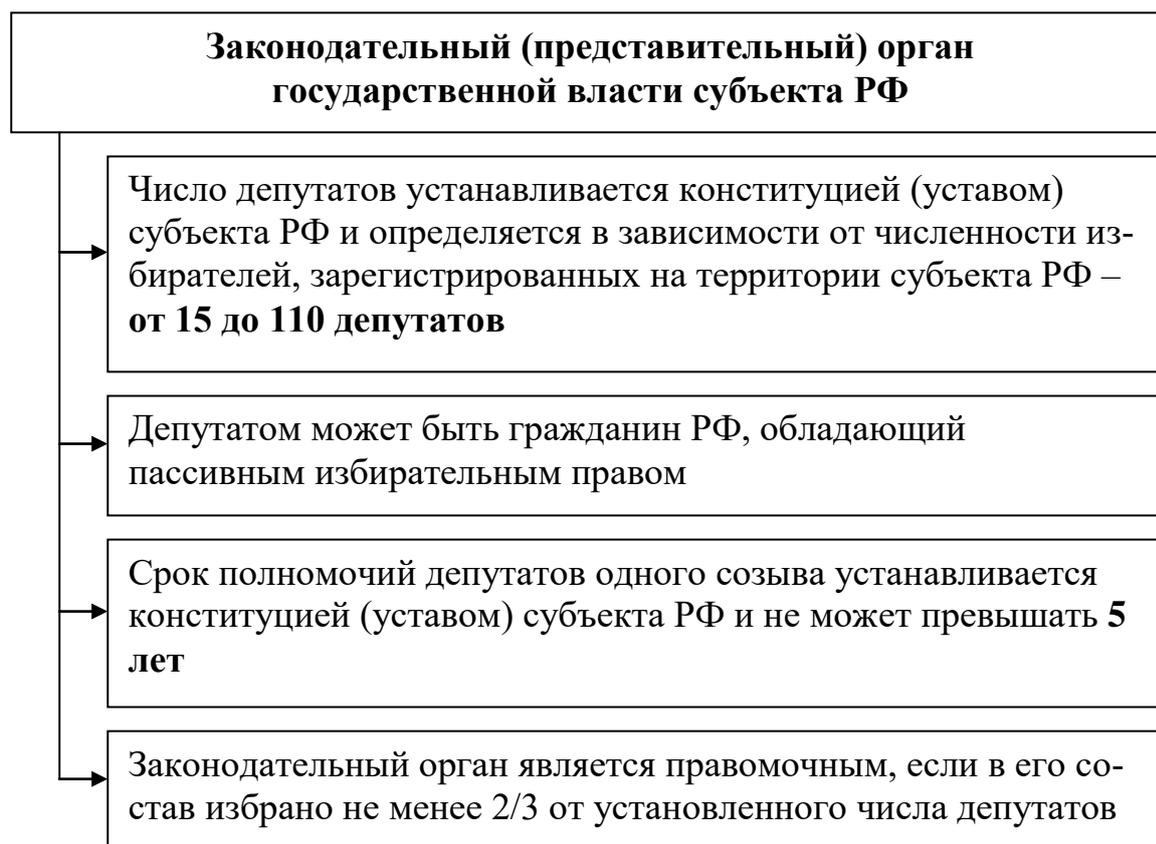


Рис. 4.3. Основы статуса законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта РФ

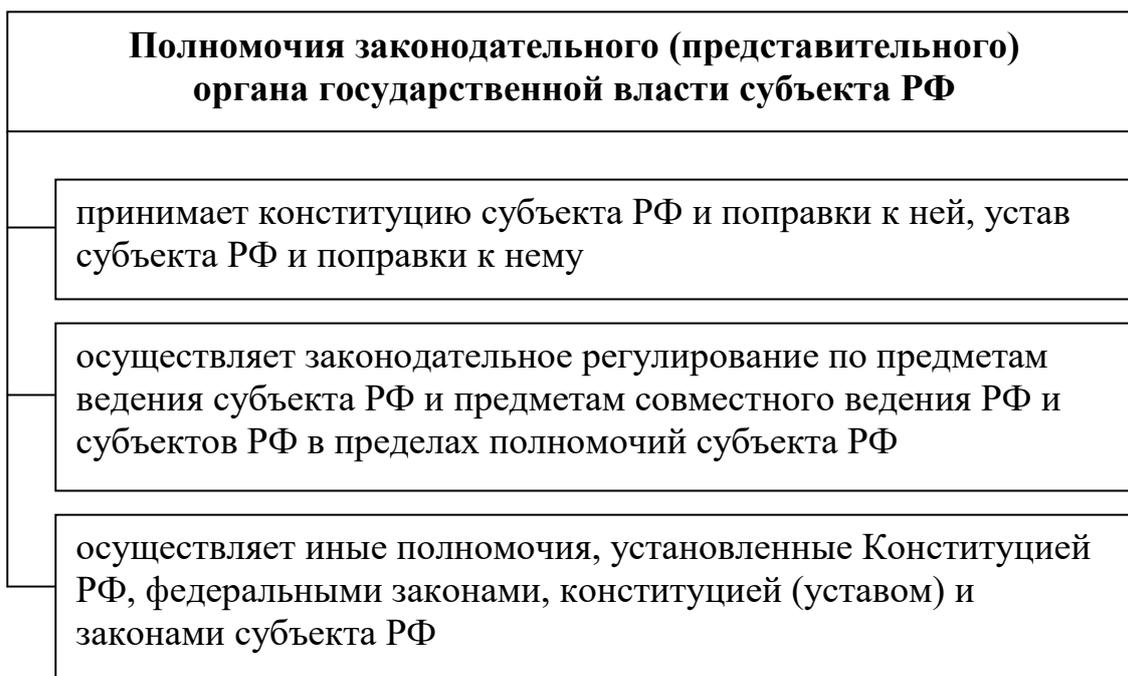


Рис. 4.4. Основные полномочия законодательного органа государственной власти субъекта РФ

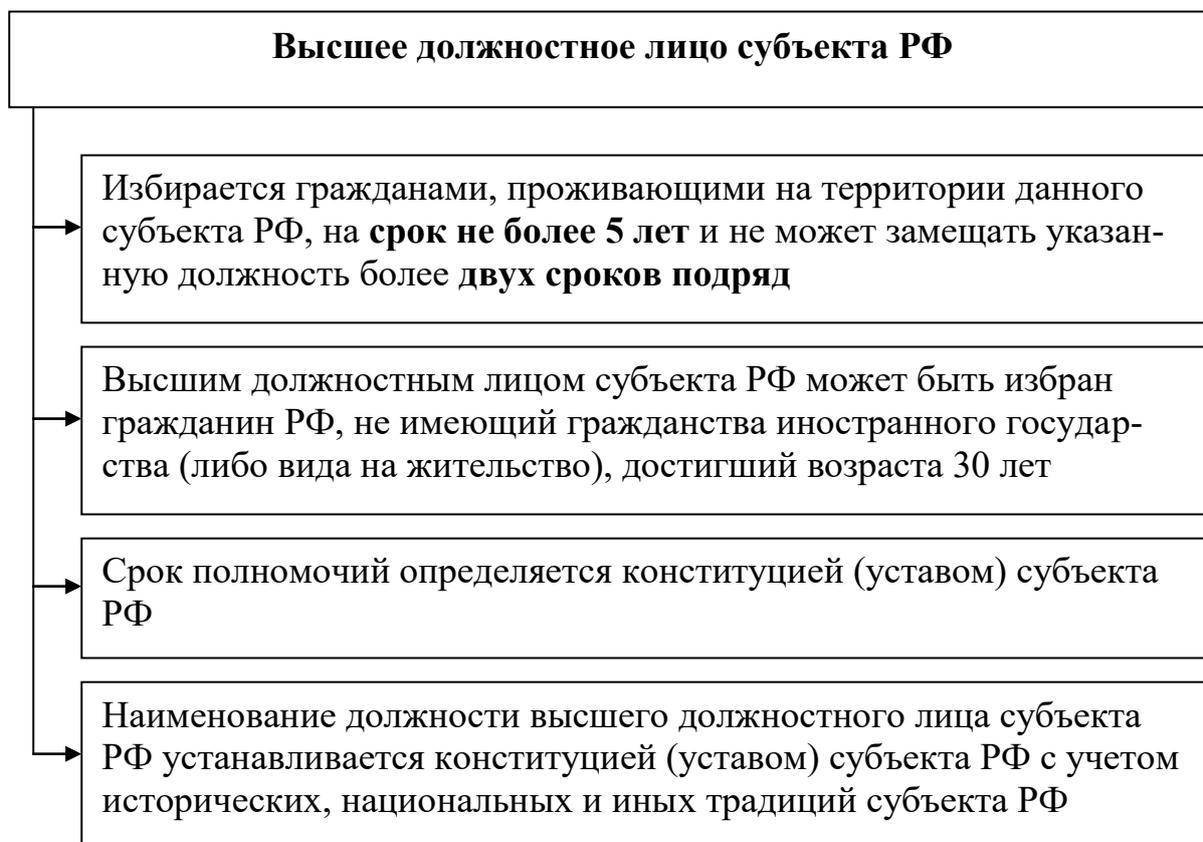


Рис. 4.5. Основы статуса высшего должностного лица субъекта РФ

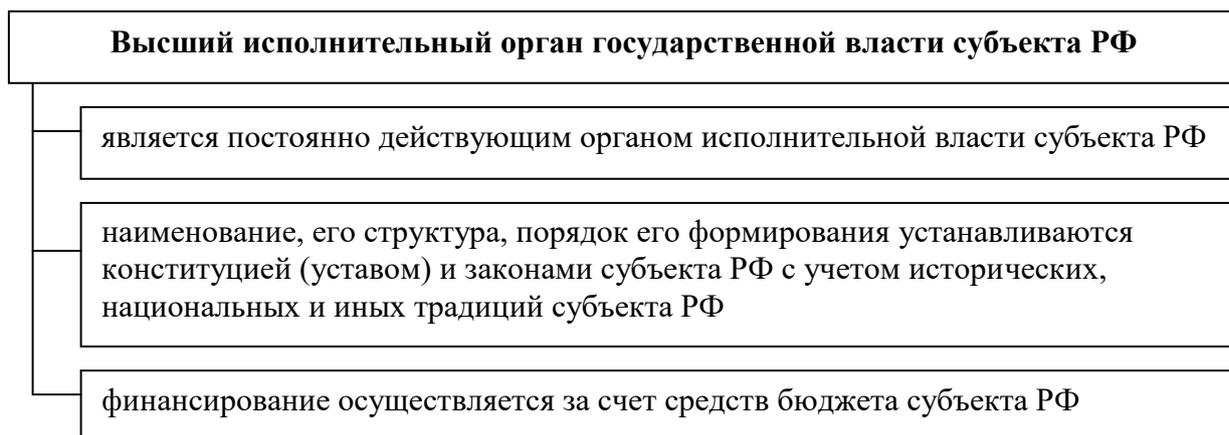


Рис. 4.6. Основы деятельности высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ

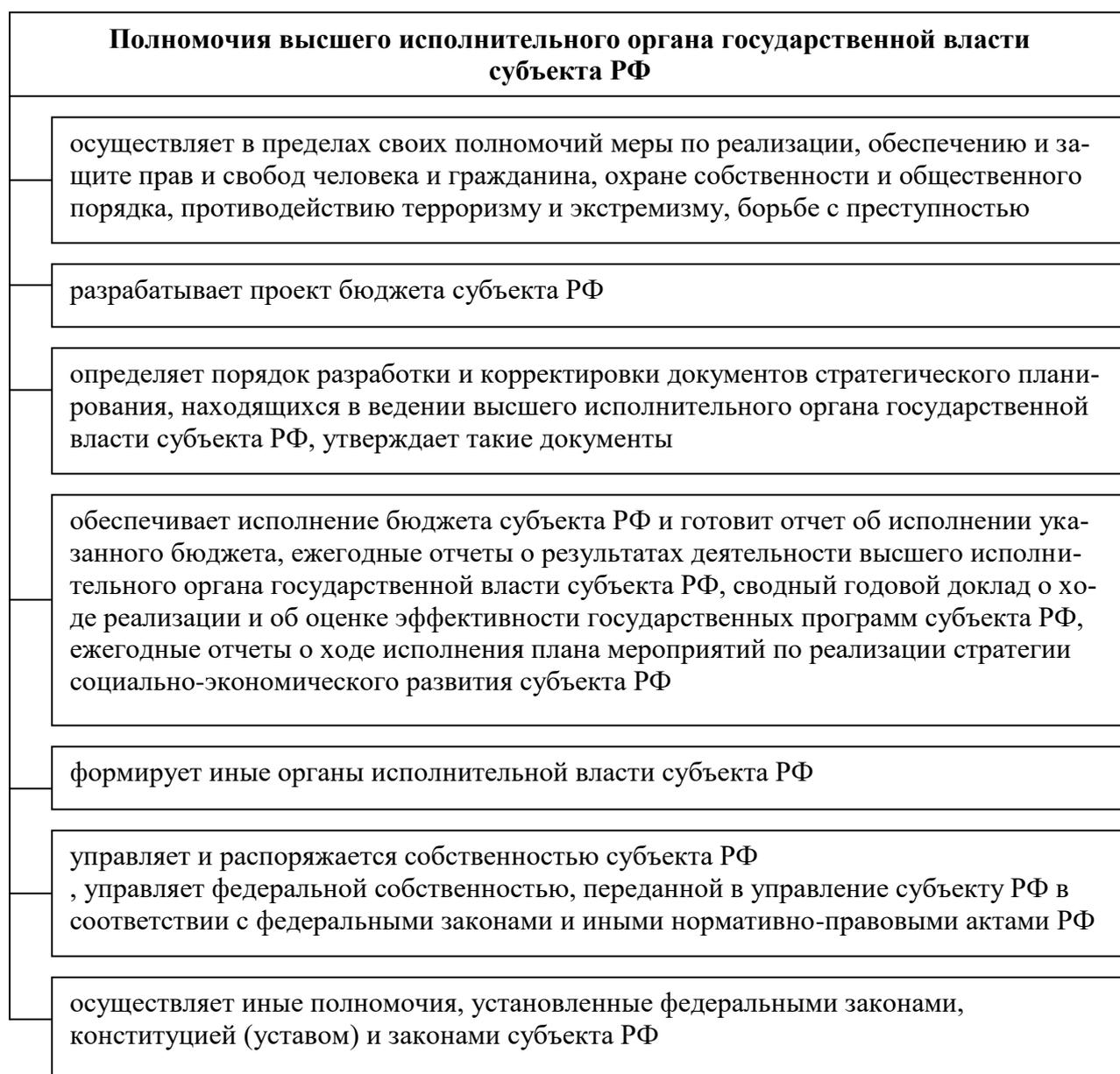


Рис. 4.7. Основные полномочия высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ

Перечень показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ

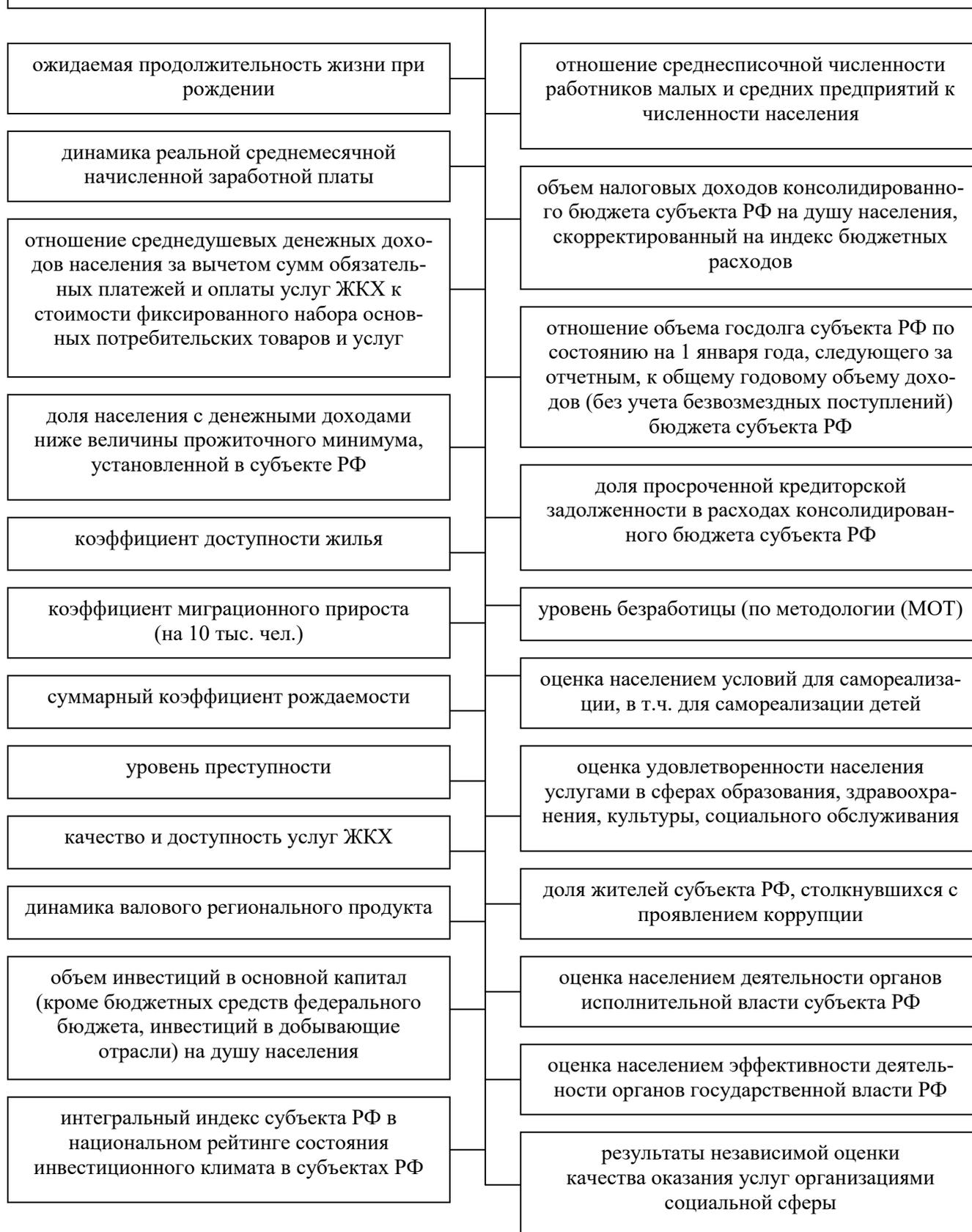


Рис. 4.8. Перечень показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ

На рис. 4.8. представлен перечень показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ, который утвержден Указом Президента РФ от 14.11.2017 № 548 «Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ».

Доклады о фактически достигнутых значениях показателей для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ и их планируемых значениях на трехлетний период необходимо ежегодно представлять в Правительство РФ до 1 октября года, следующего за отчетным .

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятия «региональное управление».
2. Назовите основные задачи и объекты регионального управления.
3. Охарактеризуйте порядок формирования и функционирования законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта РФ.
4. Охарактеризуйте порядок формирования и функционирования высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ.
5. Назовите принципы организации региональных органов государственной власти РФ.
6. Какие показатели применяются для оценки эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов РФ?

Практические задания

Задание 1. Характеристика деятельности Законодательного Собрания Нижегородской области.

1. На основании Устава Нижегородской области проанализировать процесс организации деятельности и полномочия Законодательного Собрания Нижегородской области.

2. Проанализировать структуру Законодательного Собрания Нижегородской области.

3. На основании Регламента Законодательного Собрания Нижегородской области охарактеризуйте:

- формы работы Законодательного Собрания;
- порядок проведения заседаний Законодательного Собрания;
- порядок голосования и принятия решений Законодательного Собрания;
- порядок рассмотрения законопроектов Законодательного Собрания;
- подготовки и принятия постановлений Законодательного Собрания.

4. Проанализировать проблемы функционирования законодательного органа государственной власти субъекта РФ в современный период.

Задание 2. Характеристика деятельности Правительства Нижегородской области.

1. На основании Устава Нижегородской области проанализировать процесс организации деятельности и полномочия Правительства Нижегородской области.

2. Проанализировать структуру Правительства Нижегородской области.

3. Проанализировать проблемы функционирования высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ в современный период.

Задание 3.

Какие показатели применяются для оценки эффективности деятельности исполнительных органов государственной власти субъектов РФ. Охарактеризуйте методику их оценки.

Проанализируйте достигнутые значения показателей для оценки эффективности деятельности исполнительных органов государственной власти Нижегородской области (по итогам 2017 г.).

Тема 5. Инструменты регулирования регионального развития

Прогнозирование - представляет собой целенаправленную деятельность государства, органов управления, хозяйствующих субъектов по разработке перспектив развития страны, регионов, отраслей, предприятий различных форм собственности.

Прогноз – это комплекс научно обоснованных предположений (выраженных в качественной и количественной формах) относительно будущих параметров экономической системы.

Планирование – это проектирование желаемого будущего и эффективных путей его достижения, конечным результатом которого являются плановые решения, лежащие в основе целенаправленной деятельности органов управления различных уровней.

План – это документ, который содержит систему показателей и комплекс мероприятий по решению социально-экономических задач.

В плане устанавливаются пути и средства развития в соответствии с поставленными задачами, обосновываются принимаемые управленческие решения.

Прогноз и план взаимно дополняют друг друга.

Формы сочетания прогноза и плана могут быть самыми разными:

- прогноз может предшествовать разработке плана (в большинстве случаев);
- следовать за ним (прогнозирование последствий принятого в плане решения);
- проводиться в процессе разработки плана;
- самостоятельно играть роль плана, т.е. план приобретает вероятностный характер и практически превращается в прогноз.

Принципы прогнозирования и планирования:

- альтернативности;
- своевременности;
- системности;
- комплексности;
- непрерывности;
- адекватности и обоснованности;
- целенаправленности и приоритетности;
- социальной ориентации;
- оптимальности;
- сбалансированности и пропорциональности;
- сочетания отраслевого и регионального аспектов;
- информативности.

Основные методы прогнозирования и планирования территориального развития представлены на рис. 5.1.



Рис. 5.1. Методы прогнозирования и планирования

Основные документы регионального развития:

- стратегия социально-экономического развития субъекта РФ;
- прогноз социально-экономического развития региона на среднесрочный период;
- прогноз социально-экономического развития региона на долгосрочный период;
- бюджетный прогноз в регионе на долгосрочный период;
- государственные программы в регионе;
- схема территориального планирования региона.

Стратегия социально-экономического развития субъекта РФ разрабатывается на период, не превышающий периода, на который разрабатывается прогноз социально-экономического развития субъекта РФ на долгосрочный период, в целях определения приоритетов, целей и задач социально-экономического развития субъекта РФ, согласованных с приоритетами и целями социально-экономического развития РФ.

Процесс разработки стратегии включает:

- выявление и анализ основных проблем экономического развития региона в среднесрочной и долгосрочной перспективе;
- комплексную оценку ключевых внешних и внутренних факторов, оказывающих влияние на социально-экономическое развитие региона;

- разработку нескольких сценариев социально-экономического развития региона на долгосрочную перспективу;
- выявление и анализ рисков и ресурсных возможностей региона;
- выбор целевого сценария развития региона;
- разработку системы приоритетных направлений развития региона в рамках выбранного сценария.

Основные элементы стратегии социально-экономического развития субъекта РФ представлены на рис. 5.2.

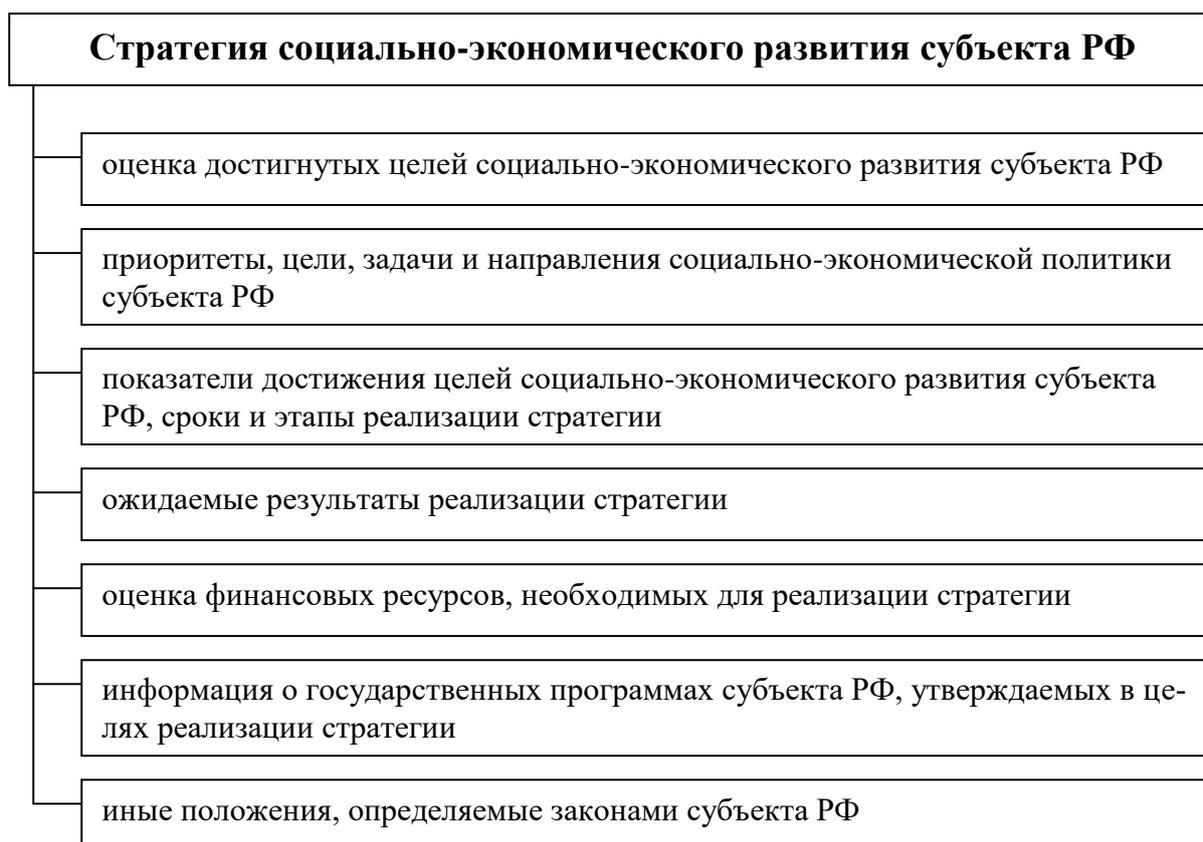


Рис. 5.2. Структура стратегии социально-экономического развития субъекта РФ

Прогноз социально-экономического развития субъекта РФ на долгосрочный период разрабатывается каждые шесть лет на двенадцать и более лет на основе прогноза социально-экономического развития РФ на долгосрочный период с учетом прогноза научно-технологического развития РФ и данных, представляемых органами исполнительной власти субъекта РФ и органами местного самоуправления.

Структура прогноза социально-экономического развития субъекта РФ на долгосрочный период представлена на рис. 5.3.

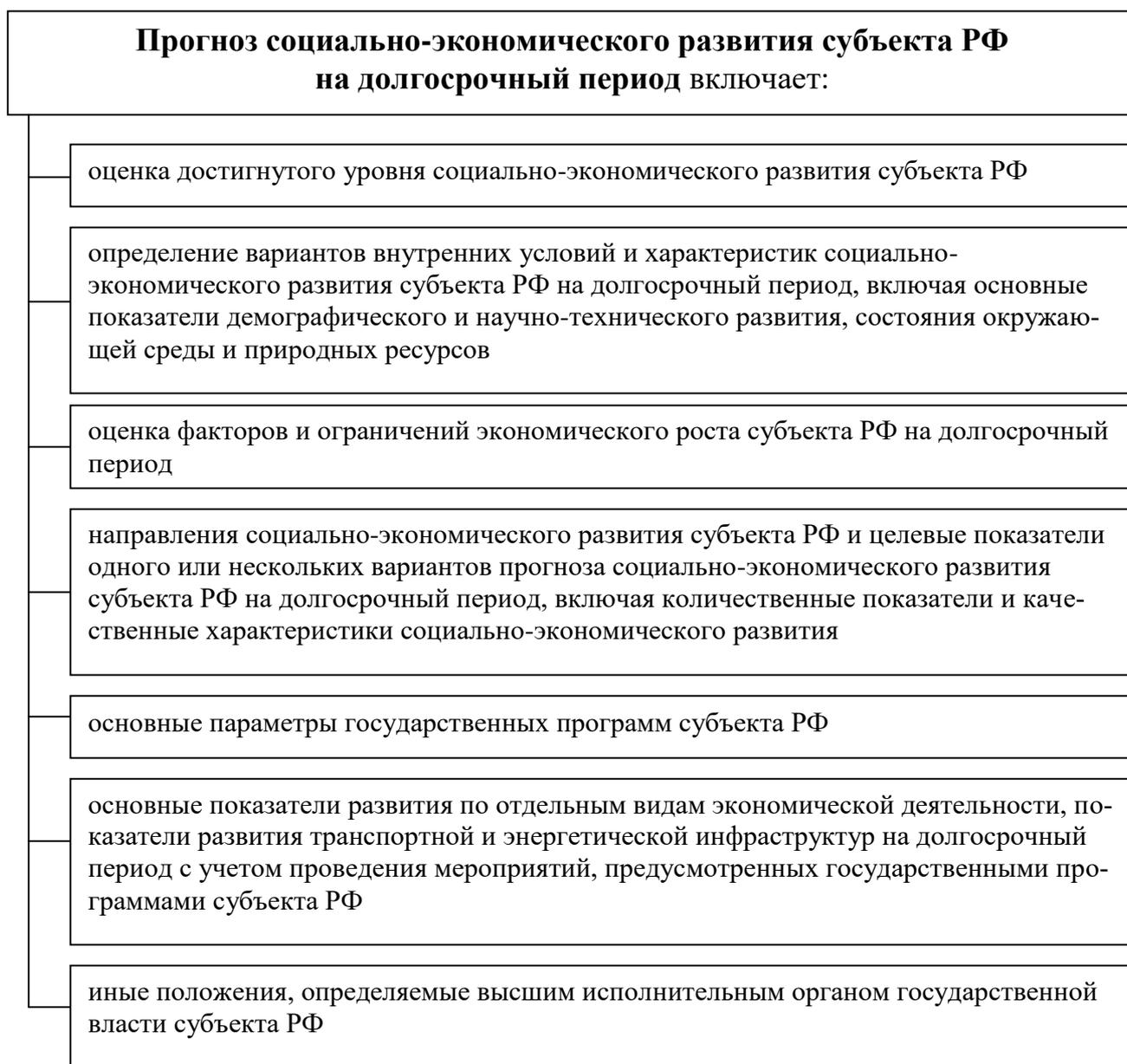


Рис. 5.3. Структура прогноза социально-экономического развития субъекта РФ на долгосрочный период

Государственные программы субъекта РФ разрабатываются в соответствии с приоритетами социально-экономического развития, определенными стратегией социально-экономического развития субъекта РФ с учетом отраслевых документов стратегического планирования РФ и стратегий социально-экономического развития макрорегионов, на период, определяемый высшим исполнительным органом государственной власти субъекта РФ.

Типовая структура государственной программы субъекта РФ представлена на рис. 5.4.

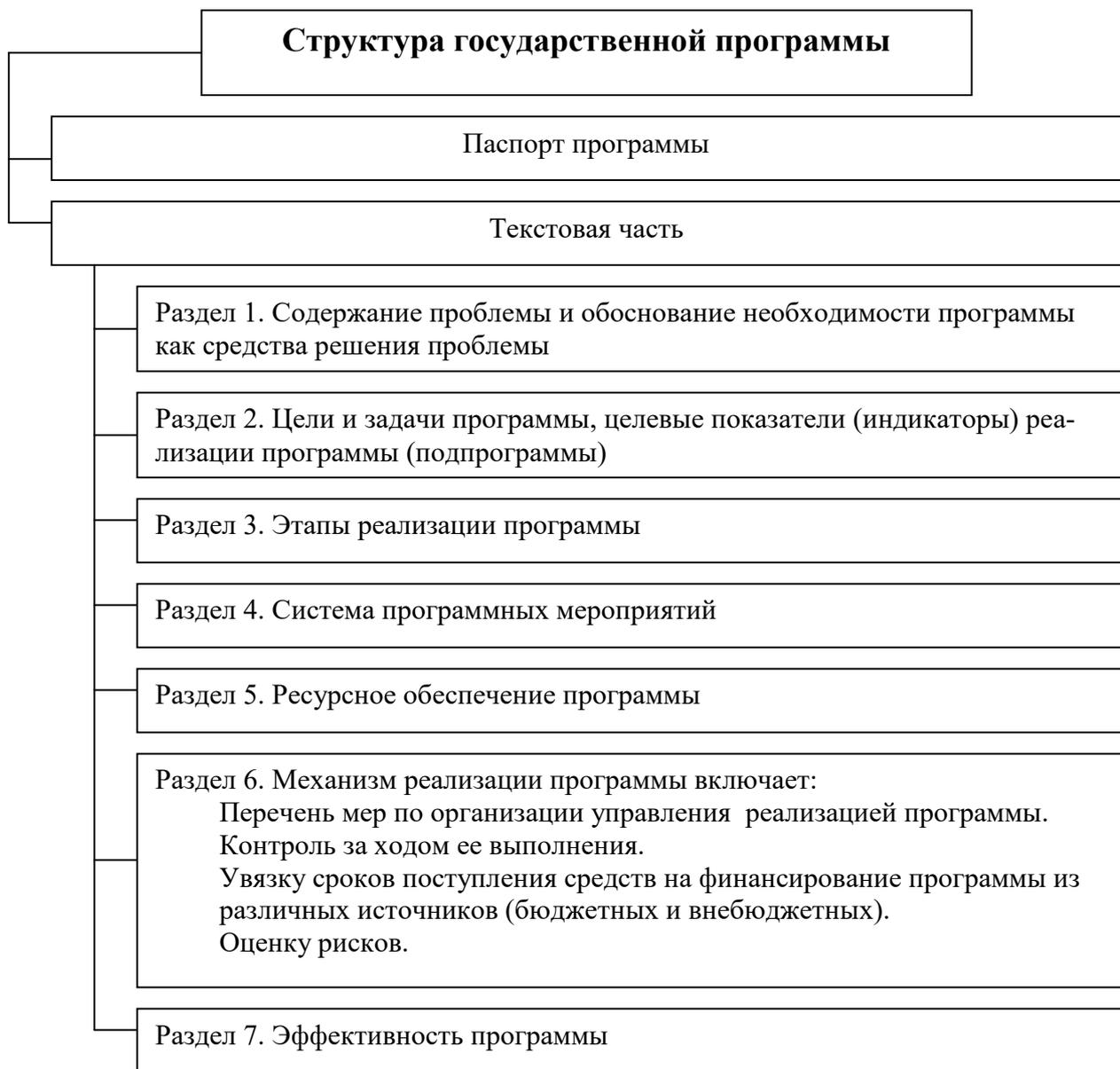


Рис. 5.4. Структура государственной программы субъекта РФ

Контрольные вопросы:

1. Перечислите инструменты регулирования регионального развития.
2. Каков состав прогнозных документов региона?
3. Охарактеризуйте структуру стратегии социально-экономического развития субъекта РФ.
4. Назовите основные задачи разработки государственных программ субъекта РФ.
5. Какие проблемы, по Вашему мнению, должны решать государственные программы субъекта РФ?
6. Перечислите этапы разработки и реализации государственных программ субъекта РФ.

7. Охарактеризуйте ресурсное обеспечение государственных программ субъекта РФ.
8. Каковы источники финансирования государственных программ субъекта РФ.
9. Назовите критерии оценки государственных программ субъекта РФ.

Практические задания

Задание 1. Сравнительный анализ стратегий социально-экономического развития субъектов РФ.

Сравните стратегические документы двух субъектов РФ.

План анализа:

1. Общее состояние социально-экономической системы регионов.
2. Сценарии развития.
3. Целевые установки.
4. Приоритетные направления экономической политики.
5. Приоритетные направления социальной политики.
6. Оценка реалистичности: по ресурсам, срокам, используемым методам, согласованность применяемых инструментов регулирования социально-экономического развития.

Задание 2. Оцените социально-экономическую эффективность любой действующей государственной программы Нижегородской области по следующему плану:

1. Наименование и общая характеристика программы:

- обоснованность проблемы;
- цели, задачи, этапы реализации; оценка логичности задач и мероприятий программы;
- методы социально-экономического регулирования территориального развития, используемые при реализации программы.

2. Ресурсы, необходимые для реализации программы:

- общий объем финансирования;
- источники финансирования;
- оценка обоснованности затрат;
- сравнение с объемом финансирования других программ Нижегородской области.

3. Результаты реализации программ:

- перечень результатов и их количественная оценка;
- экономический эффект от реализации программы;
- влияние программы на социальное развитие территории.

4. Сопоставление ресурсов и ожидаемых результатов.

Вывод об эффективности программы.

Задание 3. Разработайте программу по решению конкретной проблемы. В разрабатываемой программе необходимо отразить следующее:

- содержание проблемы и обоснование необходимости программы как средства решения проблемы;
- цели и задачи программы;
- индикаторы достижения целей;
- план финансового обеспечения программы;
- оценка в предлагаемой программе соотношения планируемого результата и затрачиваемых ресурсов;
- план реализации программы, включающий описание конкретных мероприятий;
- описание рисков реализации социально-экономической программы;
- процедура контроля над реализацией предлагаемой программы;
- оценка социально-экономической эффективности предлагаемой программы.

Наименования программ для разработки:

1. Развитие образования в Нижегородской области.
2. Развитие здравоохранения в нижегородской области.
3. Развитие культуры Нижегородской области.
4. Развитие промышленности и инноваций.
5. Развитие предпринимательства и туризма Нижегородской области.
6. Развитие физической культуры, спорта и молодежной политики Нижегородской области.
7. Социальная поддержка граждан Нижегородской области.
8. Содействие занятости населения Нижегородской области.
9. Развитие транспортной системы Нижегородской области.
10. Развитие энергетики Нижегородской области.
11. Развитие внешнеэкономической деятельности Нижегородской области.
12. Повышение инвестиционной привлекательности Нижегородской области.

Тема 6. Управление региональными финансами

В состав региональных финансов входят:

- региональные бюджеты, которые являются финансовой базой территориальных органов власти;
- финансовые ресурсы субъектов хозяйствования;
- территориальные внебюджетные фонды.

Бюджетная система региона должна выполнять следующие функции:

- создание условий повышения уровня и качества жизни населения региона;
- содействие справедливому распределению доходов между отдельными группами населения, проживающего на территории региона;
- развитие деловой активности в регионе путем направления региональных инвестиций в «точки роста» регионального хозяйственного комплекса через бюджет развития региона или путем прямых государственных инвестиций;
- выравнивание условий предпринимательства в территориальных образованиях региона путем развития производственной, социальной и рыночной инфраструктур.

Региональный бюджет - форма образования и расходования денежных средств, предназначенных для обеспечения задач и функций, отнесенных к предметам ведения субъекта Федерации.

Доходы бюджета – поступающие в бюджет денежные средства, за исключением средств, являющихся источниками финансирования дефицита бюджета.

Расходы бюджета – выплачиваемые из бюджета денежные средства, за исключением средств, являющихся источниками финансирования дефицита бюджета.

Дефицит бюджета – превышение расходов бюджета на его доходами.

Дотации – межбюджетные трансферты, предоставляемые на безвозмездной и безвозвратной основе без установления направлений их использования.

Субсидии бюджетам субъектов РФ из федерального бюджета – межбюджетные трансферты, предоставляемые бюджетам субъектов РФ в целях финансирования расходных обязательств, возникающих при выполнении полномочий органов государственной власти субъектов РФ по предметам ведения субъектов РФ и предметам совместного ведения РФ и субъектов РФ, и расходных обязательств по выполнению полномочий органов местного самоуправления по вопросам местного значения.

Субвенции бюджетам субъектов РФ из федерального бюджета – межбюджетные трансферты, предоставляемые бюджетам субъектов РФ в целях финансового обеспечения расходных обязательств субъектов РФ и (или) муниципальных образований, возникающих при выполнении полномочий РФ, переданных для осуществления органам государственной власти субъектов РФ и (или) органам местного самоуправления в установленном порядке.

Бюджетный кредит – денежные средства, предоставляемые бюджетом другому бюджету бюджетной системы РФ, юридическому лицу (за исключением государственных и муниципальных учреждений), иностранному государ-

ству, иностранному юридическому лицу на возвратной и возмездной основе.

Принципы формирования бюджетной системы региона представлены на рис. 6.1.

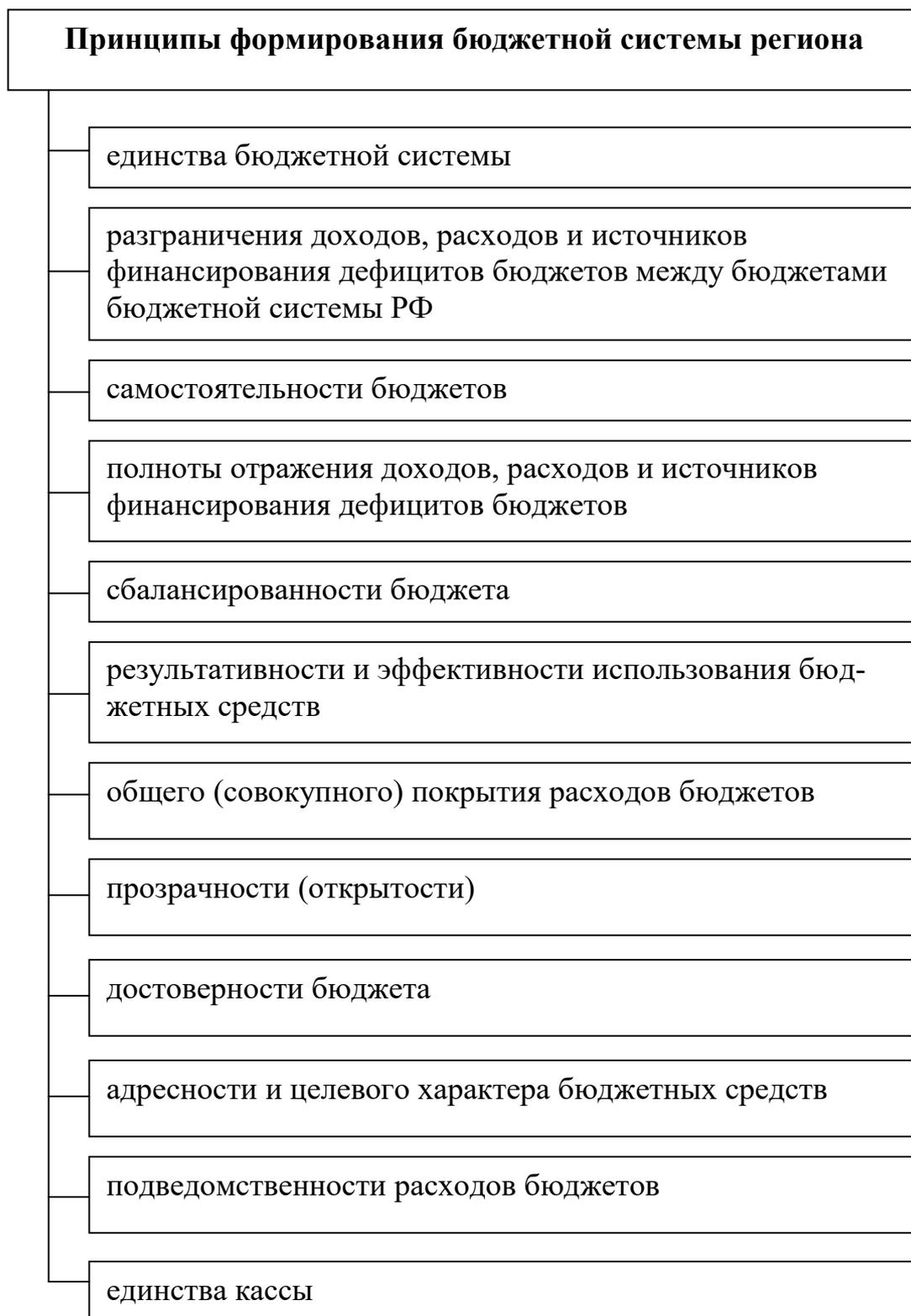


Рис. 6.1. Принципы формирования бюджетной системы региона

Бюджет субъекта РФ состоит из доходов и расходов. Структура доходов бюджета субъекта РФ представлена на рис. 6.2.



Рис. 6.2. Доходы бюджета субъекта РФ

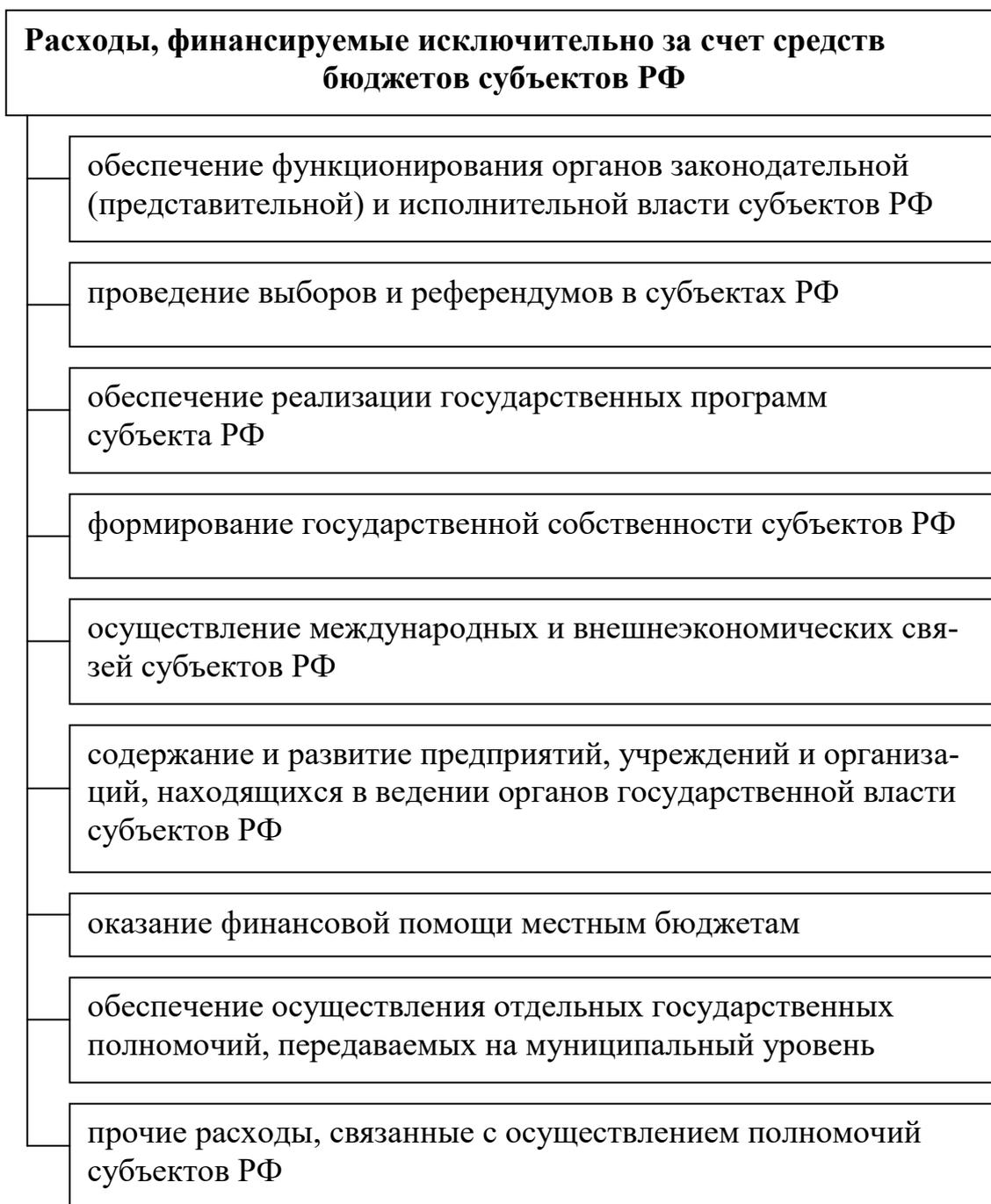


Рис. 6.3. Расходы, финансируемые исключительно за счет средств бюджета субъекта РФ

Контрольные вопросы:

1. Дайте определение понятия «региональный бюджет».
2. Перечислите функции региональных бюджетных систем.
3. Охарактеризуйте принципы формирования регионального бюджета.
4. Охарактеризуйте структуру доходов регионального бюджета.
5. Охарактеризуйте структуру расходов регионального бюджета.
6. Каков предельный размер дефицита регионального бюджета?

7. Каковы источники покрытия дефицита регионального бюджета?
8. Назовите формы финансовой помощи субъекта РФ из федерального бюджета.

Практические задания

Задание 1. Проанализируйте бюджет Нижегородской области за отчетный период по доходам и расходам.

Сравните соотношение основных статей расходов и доходов бюджета Нижегородской области.

Каковы источники покрытия дефицита бюджета Нижегородской области?

Проанализируйте и обоснуйте возможности расширения налогооблагаемой базы Нижегородской области.

Задание 2. При прогнозировании исполнения доходов бюджета субъекта РФ планируется установить дополнительные задания по увеличению поступлений в 2019 году:

1) направление средств от приватизации имущества, находящегося в собственности субъекта РФ, на погашение долговых обязательств субъекта РФ (+100 млн. руб.).

2) организация взаимодействия в целях привлечения к декларированию доходов физических лиц и получения информации о физических лицах, уклоняющихся от декларирования доходов, полученных от сдачи имущества в аренду, от продажи имущества, а также других доходов, подлежащих налогообложению (+25 млн. руб.).

Сравните два указанных мероприятия и оцените их преимущества и недостатки. Являются ли данные мероприятия эффективными? Дайте развернутый ответ.

Тема 7. Анализ и диагностика социально-экономического развития территории в системе регионального управления

Целью анализа социально-экономического развития региона является выявление диспропорций и неиспользуемых возможностей экономического роста для последующего обоснования вариантов стратегии социально - экономического развития региона. Анализ социально-экономического развития региона проводится по следующим разделам представленным в таблице 7.1.

Таблица 7.1.

Структура анализа социально-экономического развития региона

| Раздел | Показатели |
|--------------------------------|--|
| Общий уровень развития региона | объем ВРП, ВРП на душу населения, темпы роста ВРП, коэффициент уровня покупательной способности |
| Трудовой потенциал | общая численность и национальный состав, динамика естественного прироста населения региона, динамика уровня образования занятого населения региона, уровень безработицы, уровень преступности, уровень дифференциации доходов населения |
| Природно-ресурсный потенциал | перечень имеющихся в регионе природных ресурсов, количественные характеристики отдельных видов природных ресурсов (величина запасов, сроки их исчерпания и т.п.), качественные характеристики отдельных видов природных ресурсов, условия добычи |
| Развитие промышленности | объем производства, индекс промышленного производства, сальдированный финансовый результат по видам экономической деятельности, количество убыточных предприятий, инвестиции в основной капитал |
| Уровень жизни населения | среднедушевые денежные доходы, средняя заработная плата, доля лиц с доходами ниже прожиточного минимума, отношение среднего дохода и средней заработной платы к прожиточному минимуму, средний размер начисленной пенсии, обеспеченность населения жильем, обеспеченность объектами социально-культурного, медицинского, образовательного назначения |
| Экологический потенциал | лимиты годовых объемов выбросов, лимиты предельно допустимого использования природных ресурсов по отдельным территориям |
| Финансовый потенциал | бюджетная обеспеченность региона, налоговые поступления в региональный бюджет, состояние кредиторской и дебиторской задолженностей региона |
| Внешнеэкономический потенциал | величина, динамика и структура экспорта и импорта |

Контрольные вопросы:

1. Какова роль диагностики социально-экономического развития региона?
2. Каковы методы анализа и диагностики социально-экономического развития региона?
3. Охарактеризуйте интегральные показатели социально-экономического развития региона.

Практические задания

Задание 1. Проанализируйте дифференциацию субъектов РФ по производству валового регионального продукта (ВРП) на одного жителя. Объясните имеющиеся различия.

Задание 2. Проанализируйте различия между субъектами РФ по вкладу в экспорт страны и по доле в импорте страны. Выделите регионы, из которых идет основная доля российского импорта, и регионы, почти не поставляющие продукцию в зарубежные страны. Объясните имеющиеся различия.

Проанализируйте соотношение экспорта и импорта в субъектах РФ. Назовите регионы, где экспорт намного превышает импорт (экспортно-ориентированные) или импорт намного превышает экспорт (импортно-ориентированные).

Задание 3. Проанализируйте дифференциацию регионов РФ по численности населения. Укажите регионы с максимальной и минимальной численностью населения.

Выделите: а) группы регионов со стабильным увеличением численности населения за период 2012–2018 гг.; б) группы регионов со стабильным сокращением численности населения за период 2012–2018 гг.

Задание 4. Проанализируйте различия между субъектами РФ по уровню безработицы. Объясните имеющиеся различия. Укажите регионы с максимальными и минимальными значениями уровня безработицы.

Задание 5. Проанализируйте территориальные различия в динамике доходов населения РФ. Укажите субъекты РФ с минимальным и самым быстрым темпом роста доходов населения в 2015-2018 гг.

Задание 6. Проанализируйте различия между округами России по объемам промышленного производства. Определите различия в динамике производства за период 2012-2018 гг. между округами, построив соответствующие графики. Укажите федеральные округа с высоким индексом промышленного производства.

РАЗДЕЛ 2. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ

Тема 1. Определение и сущность территориального маркетинга

Под *территориальным маркетингом* понимают маркетинг в интересах территории, ее внутренних и внешних субъектов.

Любая территория имеет свою определенную структуру. Выделяют природную структуру территории (реки, леса, полезные ископаемые, горы и др.), производственную структуру (промышленные, коммунальные, строительные и др. предприятия) и социальную структуру (различные некоммерческие организации).

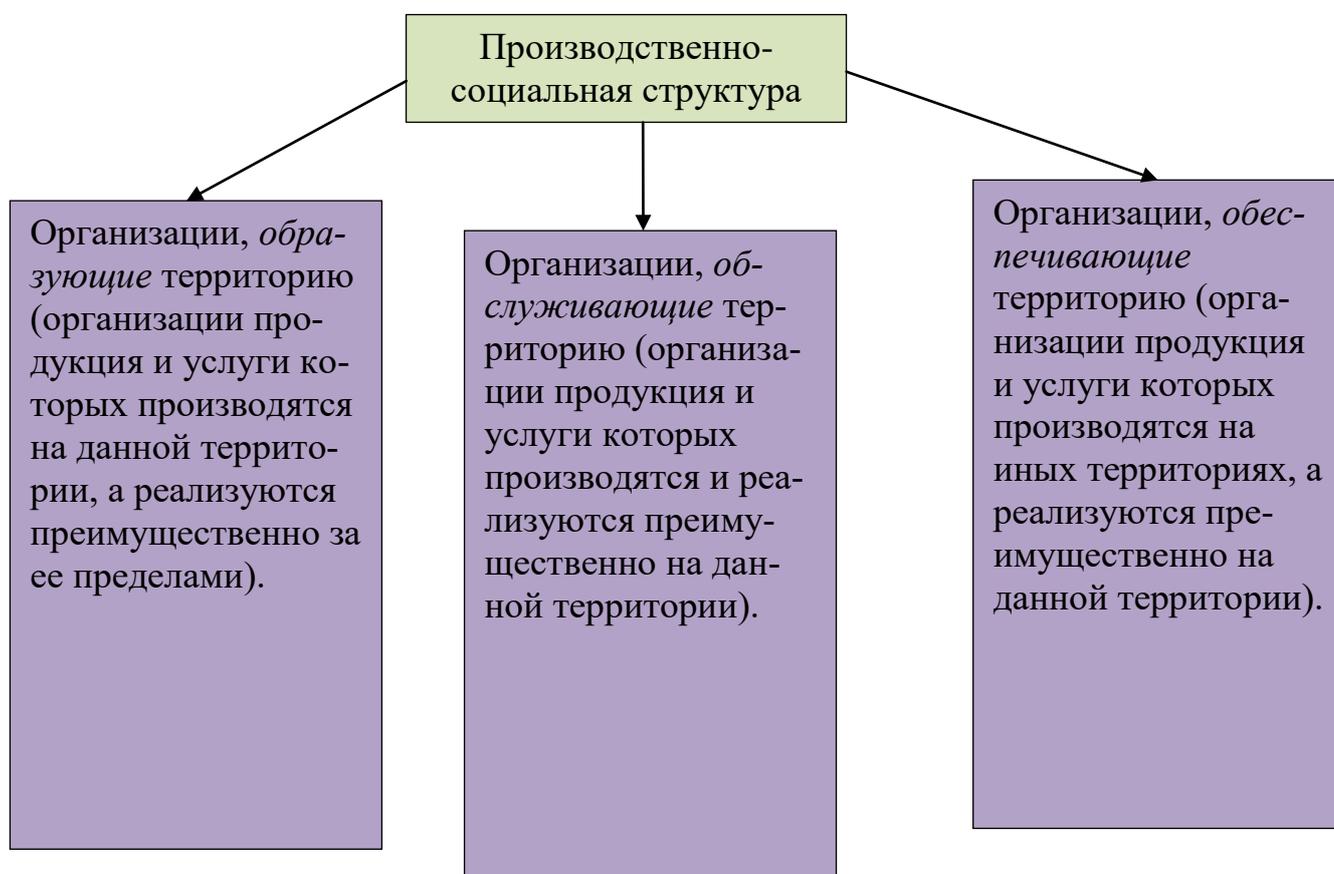


Рис.1.1. Организации составляющие производственно-социальную структуру территории.

Важнейшей характеристикой территории с позиции маркетинга является ее *имидж*.

Имидж территории – это упрощенное обобщение большого числа ассоциаций и кусков информации, связанной с данным местом. Он является продуктом ума, пытающегося обработать и выбрать существенную информацию.



Рис. 1.2. Виды имиджа территории.

Типы технологий создания имиджа территории:

- **возрожденческая**, которая опирается на интересную историю, исторические факты и знаменитостей территории. (например, Кубань - казачий край). Данный тип как раз подходит в продвижении Нижегородской области, имеющей богатую историю и культуру;
- **самовозвеличивающая**, которая опирается на представление о роли территории как более значимой (Саратов - столица Поволжья, Красноярск - центр Азии, Краснодар - южная столица);
- **подражательная**, которая опирается на ассоциации с известными зарубежными центрами.

Главными инструментами средств массовой коммуникации в формировании имиджа являются коммуникационные мероприятия и средства, демонстрирующие открытость территории для контактов и позволяющие внешним субъектам лучше узнать ее, удостовериться в существовании имеющихся у нее преимуществ.

При описании имиджа необходимо учитывать объективные характеристики состояния и развития территории, так как именно посредством отношения к ним у человека и формируется образ.

Классифицировать городские характеристики можно по-разному, но суть от этого не изменится: на образ территории влияют они все. Имидж территории складывается из представления о следующих составляющих:

1) население (демографические характеристики, этническое и конфессиональное разнообразие);

2) экономика (структура рынка труда, экономические показатели, такие как уровень зарплаты и прочее);

3) образование, культура, наука (мировоззрение, мораль, индустрия развлечений и прочее);

4) средства массовой информации;

5) здравоохранение, спорт;

6) политика, властные структуры (региональные лидеры, отношения между ними и прочее);

7) нормативно-правовая база;

8) быт, коммунальное и транспортное хозяйство;

9) архитектура, эстетический облик;

10) географические особенности (климат, ландшафт, флора, фауна, наличие полезных ископаемых, соседство с другими регионами и т.п.);

11) историческое прошлое.

Изменение этих характеристик, а также представлений о них происходит как стихийно, так и целенаправленно в процессе имиджевой политики региона.

Также важнейшей характеристикой территории является ее *конкурентоспособность*.

Подходы к определению конкурентоспособности



1. Государства торгуют (конкурируют) между собой в силу разницы в производительности труда в различных отраслях. Теория абсолютных и сравнительных преимуществ (А.Смит, Д.Рикардо).
2. Государства продают (конкурируют) друг другу товары, в которых наилучшим образом использованы избыточные факторы производства, и покупают товары, в которых использованы дефицитные факторы (теорема Э.Хекшера – Б.Олина).
3. Государства торгуют (конкурируют) потому, что имеют высокую производительность труда, понимаемую как эффективное использование факторов производства, выражающееся в большей величине национального дохода на душу населения (М.Портер).

Рис. 1.3. Определение конкурентоспособности территории.

Конкурентоспособность территории лучше всего раскрывается так называемым «конкурентным ромбом» Портера (рис.1.4).

В соответствии с этим подходом конкурентоспособность территории определяется четырьмя составляющими: факторные условия производства; условия внутреннего спроса; родственные и поддерживающие отрасли; конкуренция и соперничество на территории.

Перечисленные составляющие действуют не изолированно, а в тесном взаимодействии друг с другом. Изменение одной может повлиять на остальные.

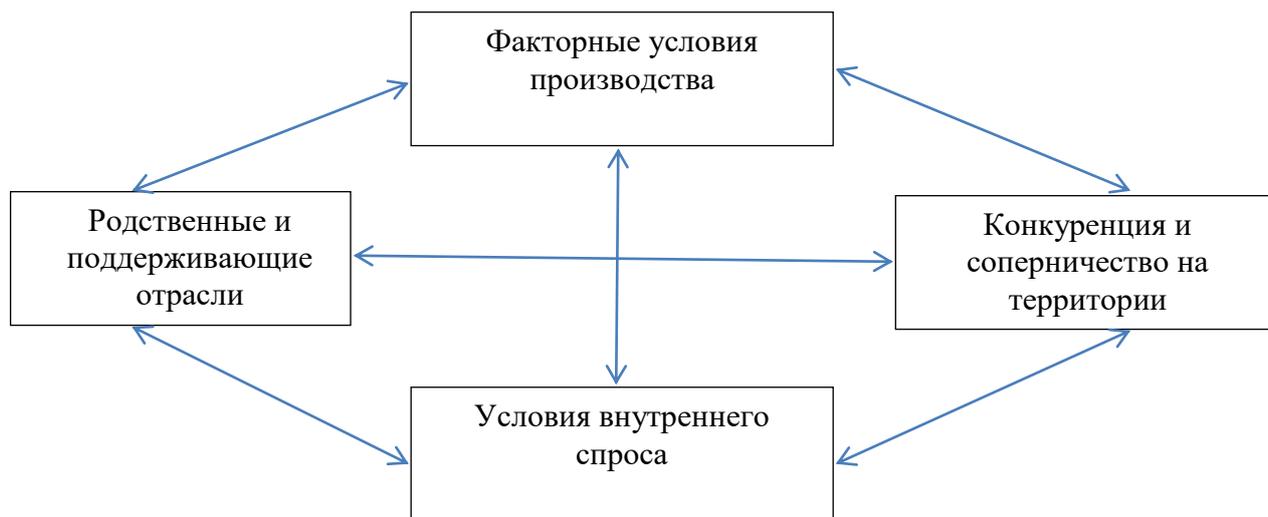


Рис.1.4. Детерминанты конкурентного преимущества территории М.Портера.

Контрольные вопросы:

1. Назовите основные отличительные черты территориального маркетинга от коммерческого маркетинга.
2. Какие существуют основные технологии формирования имиджа территории? Приведите примеры по каждой технологии.
3. Как менялся в ретроспективе взгляд на конкурентоспособность территории?
4. Назовите и приведите примеры случайных факторов, влияющих на конкурентоспособность территории.

Практические задания

Задание 1. Проанализируйте природную структуру Нижегородской области. Определите, какими маркетинговыми преимуществами, по природному фактору, обладают те или иные города области по отношению друг к другу.

Задание 2. Проанализируйте социальную структуру городов Нижегородской области. Укажите наименее развитые города Нижегородской области по социальному обслуживанию населения.

Задание 3. Рассмотрите производственную специализацию городов Нижегородской области. Определите, в каких городах Нижегородской области хорошо развиты деревообрабатывающая, кожевенная и машиностроительная отрасли.

Задание 4. Проведите анализ конкурентоспособности Нижегородской области по модели М. Портера. Объясните факторы, повышающие и понижающие конкурентоспособность Нижегородской области.

Тема 2. Концепции продвижения интересов муниципального хозяйства в регионах РФ



Рис.2.1. Виды маркетинговых стратегий развития территории.

С точки зрения органов МСУ может использоваться один из следующих механизмов продвижения интересов территории:

1. Город в конкурентном поле.

Любой город вынужден вступать в конкуренцию с другими городами (за инвестиции, талантливых специалистов, информационные потоки, туристов). Важным является не просто реклама города, а реклама территории на фоне соседних муниципальных образований.

Одна из главных задач такого подхода – привлечь государственные инвестиции на территорию.

2. Город на продажу.

В данной концепции город воспринимается как «товар», который можно с выгодой продать «потребителям».

Если фирма продает свои продукты, то город свою инфраструктуру и свои услуги.

3. Маркетинг как инструмент решения конкретных городских проблем.

Согласно данной концепции маркетинг территорий не более чем набор управленческих инструментов, в которых возникает необходимость при появлении проблем в городе.

4. Маркетинг «для себя» (внутренний маркетинг).

Данный маркетинг направлен на «рекламу» города для самих горожан.

Позволяет решать трудные муниципальные задачи:

- Рост местного самосознания и городского патриотизма
- Рост интереса горожан к истории города, его традициям и культуре
- Снижение уровня социальной напряженности
- Рост взаимного доверия и уважения между бизнесом и обществом
- Более бережливое отношение горожан к городским объектам и городской среде
- Развитие волонтерства при решении городских проблем
- Высокий авторитет органов МСУ
- и др.

Контрольные вопросы:

1. Какие четыре маркетинговых стратегии развития территории используют в территориальном маркетинге?
2. В чем отличия между маркетингом привлекательности и маркетингом инфраструктуры?
3. Что собой представляет концепция «город в конкурентном поле»?
4. Каким образом выстраивается маркетинг территории в концепции «маркетинг населения»?

Практические задания

Задание 1. Изучите, каким образом реализуется на территории Нижегородской области концепция «маркетинг имиджа». Приведите примеры городов, в которых ярко прослеживается данная концепция.

Задание 2. Исследуйте, как используется, в настоящее время, на территории подход «маркетинг как инструмент решения конкретных проблем». Определите, какие городские проблемы сейчас решаются с помощью маркетинговых инструментов.

Задание 3. Проанализируйте развитие волонтерской деятельности в Нижегородской области. Определите основные приоритеты волонтерской деятельности.

Задание 4. Рассмотрите применяемые органами МСУ подходы к формированию городского патриотизма у населения.

Тема 3. Классификация стратегий развития территорий

Все городские маркетинговые стратегии можно классифицировать по двум основаниям: по способу реализации и по содержанию стратегии.

По способу реализации можно выделить группы стратегий представленные на рис.3.1.

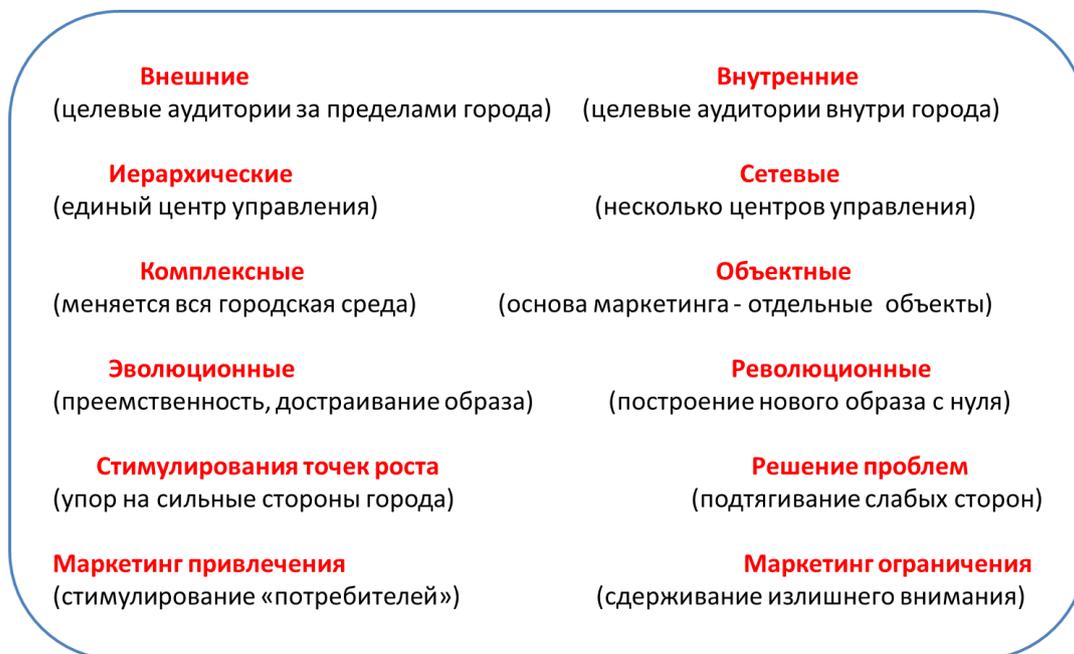


Рис.3.1. Классификация городских маркетинговых стратегий по способу реализации.



Рис.3.2. Деление стратегий на внутренние и внешние.

Эволюционные стратегии

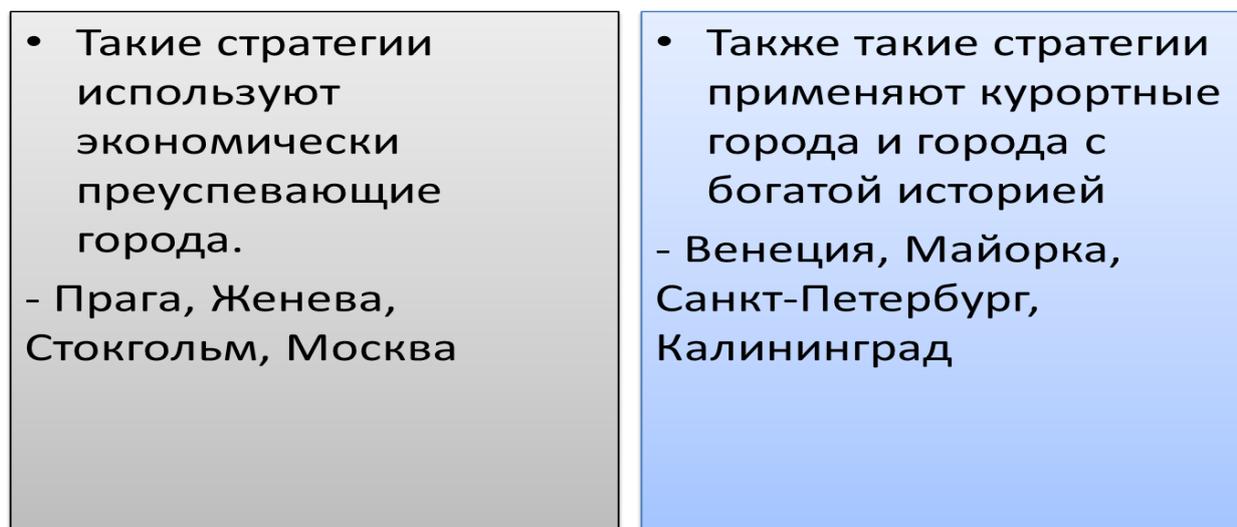


Рис.3.3. Эволюционные стратегии развития территории.



Рис.3.4. Революционные стратегии развития территории.

По содержанию можно выделить следующие 7 групп стратегий (рис.3.5.):

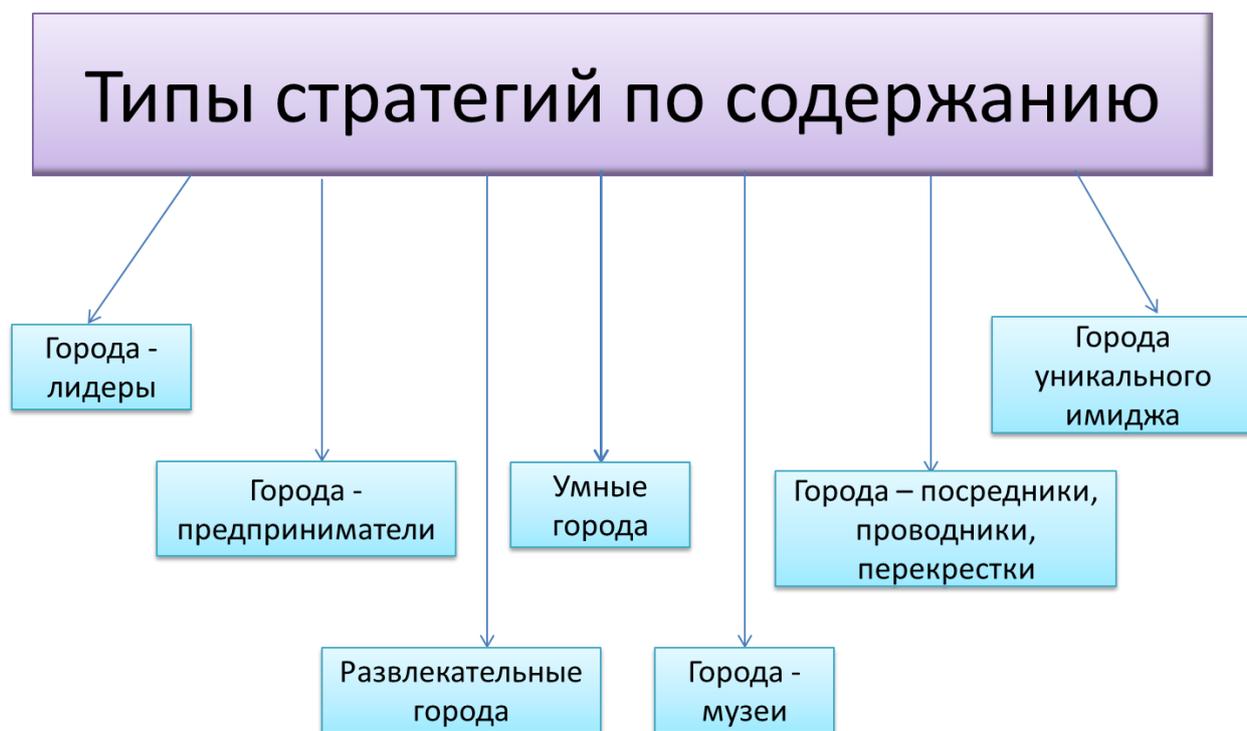


Рис.3.5. Городские стратегии по содержанию.



Рис.3.6 Виды городов-лидеров.



Рис.3.7. Разновидности городов-предпринимателей.

Развлекательные стратегии включают в себя:

- Театральные (Лондон, Милан, Эдинбург)
- Тематические парки (Брайтон, Копенгаген)
- Ботанические (Бланес)
- Курортные
- Музыкальные (Вена, Эмшер-Парк)
- Ландшафтные (Женева, Сидней, Ниагара-Фоллс)
- Города при «событиях» (Берлин, Рио-де-Жанейро)
- Горнолыжные (Горные города Европы, США)
- Спортивные (Афины, Сочи, Манчестер, Турин)
- Столицы шоу-бизнеса (Канны, Сан-Ремо, Париж)
- Игровые (Лас-Вегас, Монако и др).



Рис.3.8. Виды территорий-музеев.

Таблица 3.1.

«Умные» территории

| | | | | |
|--------------------------------|---|--|---|---|
| Города – научные центры | Города при лабораториях, исследовательских центрах | Целевая аудитория: заказчики научно – исследовательских разработок | Кембридж, Ульм, Бангалор | Томск, Дубна, Обнинск |
| Города-университеты | Университеты – ядро формирования города и основа его имиджа | Талантливые преподаватели и студенты | Кембридж, Оксфорд, Пало-Альто, Сан-Хосе, Бостон | Казань, Екатеринбург, Москва |
| Фабрики инноваций | Города изобретателей, новых идей и решений | Компании инвестирующие в венчурный капитал | Города Силиконовой долины в США | Наукограды: Обнинск, Королев, Дубна, Реутов и др. |

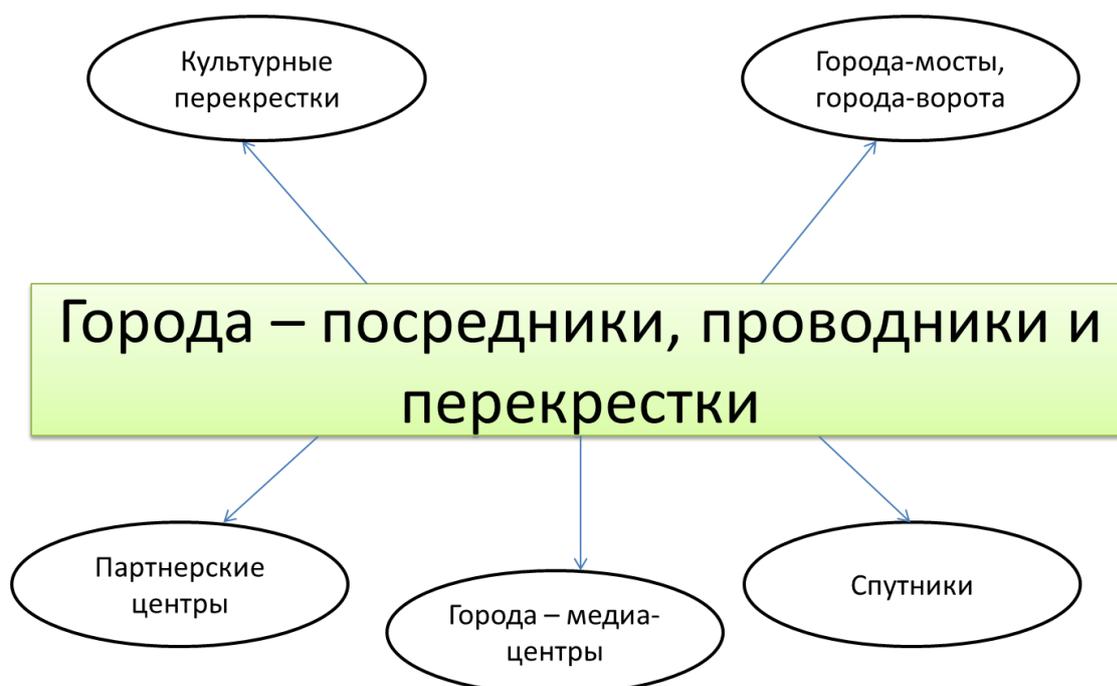


Рис.3.9 Стратегии городов посредников, проводников и перекрестков.



22

Рис. 3.10. Виды территорий уникального имиджа.

Контрольные вопросы:

1. Какие выделяют виды маркетинговых стратегий по содержанию и по способу реализации?
2. В чем сущность прогрессивной маркетинговой технологии? Приведите примеры таких технологий в Нижегородской области.
3. В каких случаях реализуется иерархическая маркетинговая стратегия?
4. К какой категории стратегий можно отнести маркетинг крупных городов?

5. Какие развлекательные стратегии можно выделить в городах Нижегородской области?

Практические задания

Задание 1. Проанализируйте стратегии, применяемые на территории Нижегородской области. Определите, какими основными стратегиями пользуются города в Нижегородской области.

Задание 2. Рассмотрите, какие города в Нижегородской области используют стратегию города-персонажей. Какие персонажи использованы на территории Нижегородской области.

Задание 3. Проведите SWOT-анализ города Нижегородской области (на выбор) и определите, какую стратегию может использовать территория для дальнейшего развития.

Задание 4. Проанализируйте, какие стратегии развития территории появляются, в настоящее время, в Нижнем Новгороде.

Тема 4. Этапы разработки маркетинговой стратегии развития региона

Главная задача планирования заключается не в том, чтобы составить четкий перечень взаимосвязанных целей и мероприятий, а в том, чтобы правильно определить направления действий, предугадать какие из возможных вариантов решений с наибольшей вероятностью будут эффективными.

При таком подходе необходимо проводить гибкое планирование, чтобы можно было быстро внести корректировки в разрабатываемую стратегию, приспособить ее к меняющимся обстоятельствам.

Алгоритм планирования маркетинговой стратегии состоит из двух блоков работ (рис. 4.1).



Рис.4.1. Элементы планирования маркетинговой стратегии.

При планировании стратегии и в процессе ее реализации необходимо использовать большой объем информации, который собирается традиционными статистическими приемами:

1. Измерение (сбор статистических данных)
2. Наблюдение (подборка документов, текстов, публикаций)
3. Опрос (Анкетирование)
4. Собеседование (интервью, фокус-группа)

Информация собирается по трем направления (см.рис.4.2).

Маркетинговые исследования



Рис.4.2 Виды информации для планирования стратегии.

Контрольные вопросы:

1. Какие основные критерии успешности проекта Вы знаете?
2. Что подразумевает сегментирование рынка в территориальном маркетинге?
3. Какие используются инструменты маркетинговой коммуникации?
4. Какие применяются способы сбора информации при планировании маркетинговой стратегии?
5. Какая информация необходима при разработке маркетинговой стратегии?

Практические задания

Кейс-задача. «ПРОБЛЕМНЫЙ БАЙКАЛЬСК»

Описание ситуации

Город Байкальск находится в самой южной части Иркутской области, на берегу Байкала (отсюда его название), возле Транссибирской магистрали, в 161 км (по железной дороге) от областного центра и в 35 км от районного. Входит в состав Слюдянского района и относится к городским поселениям районного уровня. Занимает площадь 52 км² (5,2 тыс. га).

Своим появлением на берегу Байкала город обязан целлюлозному комбинату, к строительству которого приступили в 1959 г. Через год в составе строительно-монтажного управления сформировали участок жилищного строительства. С этого момента началось целенаправленное возведение Байкальска.

В начале 1950-х гг. с развитием реактивной авиации возникла необходимость в высококачественных сортах целлюлозы для производства сверхпрочного авиационного корда. В то время такая продукция вырабатывалась только в США, где доля вискозного корда достигала 75 % (для сравнения: в СССР в этот период свыше 90 % корда получали на хлопчатобумажной основе).

Продукция, выпускаемая в США, сразу попала в список стратегических товаров, запрещенных к продаже в СССР. Поэтому советское правительство в 1954 г. приняло решение наладить аналогичное отечественное производство. Для этого требовалась вода особого качества (с минерализацией не выше 20 мг/л и содержанием двуоксида кремния не более 2 мг/л). Будущий завод необходимо было разместить на одном из крупных пресноводных озер страны — Байкале, Ладожском, Онежском или Телецком. Выбрали Байкал.

Строительство завода мощностью 100 тыс. т целлюлозы в год началось Иркутским совнархозом в 1959 г. Чуть позже, в 1961 г., было решено увеличить его мощность до 200 тыс. т, а строительство поручить Минсредмашу СССР.

С середины 1990-х гг. Байкальский ЦБК перестал работать на оборонную промышленность, а его продукция почти полностью стала продаваться за рубеж.

Предприятие было остановлено в 2008 г. после того, как ему запретили сбрасывать в озеро очищенные промышленные стоки и использовать хлор при отбеливании целлюлозы.

В июне 2010 г. Президент России Дмитрий Медведев исключил Байкальский ЦБК из списка стратегических предприятий (гриф «стратегический» снят с принадлежащих Росимуществу 49 % акций БЦБК, остальными акциями владеют администрация города Байкальска, лесопромышленная компания «Континенталь менеджмент» и частные лица).

Правительство РФ в сентябре 2013 года решило судьбу Байкальского ЦБК, а именно принято решение о постепенном закрытии Байкальского ЦБК с переносом завода.

Во Внешэкономбанке (ВЭБ), который является крупнейшим кредитором предприятия, сообщили, что готовится ТЭО рекультивации и санации территории. Она может быть включена в ОЭЗ рекреационного типа «Ворота Байкала», где будут построены отели, курорты или производства экологически чистых продуктов. Частично эти меры будут реализовываться в рамках ФЦП «Байкал». Обсуждается вопрос переквалификации работников предприятия и уже создан центр занятости населения. Есть вероятность того, что может возникнуть дефицит рабочей силы в связи с планами по развитию территории. Закрытие ЦБК может стоить 12-15 млрд. руб. Остановка производства потребует не менее двух лет, а ликвидация накопленных отходов БЦБК — четыре-шесть лет.

Население города в 2013 г. – чуть больше 13 тысяч жителей.

Таблица 4.1.

Динамика численности населения Байкальска, тыс. чел.

| Год | 1960 | 1970 | 1980 | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2005 | 2010 |
|-----------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| население | 1,2 | 13,3 | 15,5 | 15,8 | 16,4 | 17,3 | 17,1 | 15,6 | 14,4 |

БЦБК является не просто основным работодателем Байкальска — все коммунальные и энергетические службы города напрямую завязаны на комбинат. Как Байкальск будет существовать после закрытия БЦБК?

Благоприятный микроклимат в районе Байкальска позволяет получать сравнительно высокий по региональным меркам урожай садовой земляники (клубники). Байкальская клубника — очень крупная, сочная и красивая ягода, ценный пищевой и диетический продукт. Предполагаемый сбор этой ягоды (со всех участков) оценивается в 800-1 500 т в год, а общий доход от ее реализации — в 1,5 млн. дол. Такие объемы позволяют рассматривать выращивание клубники как одно из возможных направлений специализации города Байкальска. Но для этого необходимо решить вопрос с ее реализацией и переработкой. В настоящее время сбыт ягоды происходит стихийно: ее продают вдоль федеральной дороги, возят в Иркутск, Улан-Удэ и даже Читу. Оптовой реализацией занимаются преимущественно мелкие перекупщики.

Байкальская горнолыжная база «Гора Соболиная» действует с ноября по май и способна ежедневно принимать до тысячи отдыхающих и туристов, которые могут остановиться в комфортабельных гостиницах или в прекрасно оборудованном профилактории, расположенном у подножия горы. Рядом находится стоянка для автомобилей. Имеется пункт проката лыж и камера хранения. Горнолыжная база имеет несколько сертифицированных трасс: две широкие (по 40 м) спортивные трассы длиной 1 870 и 2 100 м, две слаломные — 500 и 800 м, ночную освещенную трассу — 1 000 м, три специально подготовленных склона для начинающих — по 200 м каждый. Имеются также трассы для беговых лыж по 5 и 10 км, тюбинговая трасса, сноупарк (два трамплина с уклоном 30°). На вершину отдыхающих доставляют четыре буксировочно-канатные дороги длиной от 400 до 1 000 м и три детских подъемника — для обучения катанию на склонах длиной 200 м. На базе имеется кафе и бар, есть прокат горнолыжного инвентаря, в котором более 200 пар горных лыж.

Задание 1. Проведите SWOT- анализ г. Байкальска, используя информацию из кейса. Выявите основные конкурентные преимущества данной территории.

Задание 2. Предложите основные маркетинговые стратегии, за счет которых развивается г.Байкальск.

Задание 3. Проведите позиционирование территории г. Байкальск.

Задание 4. Проанализируйте, какие маркетинговые коммуникации могут применяться при развитии территории г. Байкальска.

Тема 5. Механизм осуществления маркетинговой коммуникации

На этапе маркетинговой коммуникации определяются методы и каналы донесения сообщения до целевой группы.

Используют 4 метода донесения информации: реклама, прямое общение, стимулирование продаж и работа через посредников. Каждый имеет свои преимущества и недостатки. Рассмотрим их подробнее.

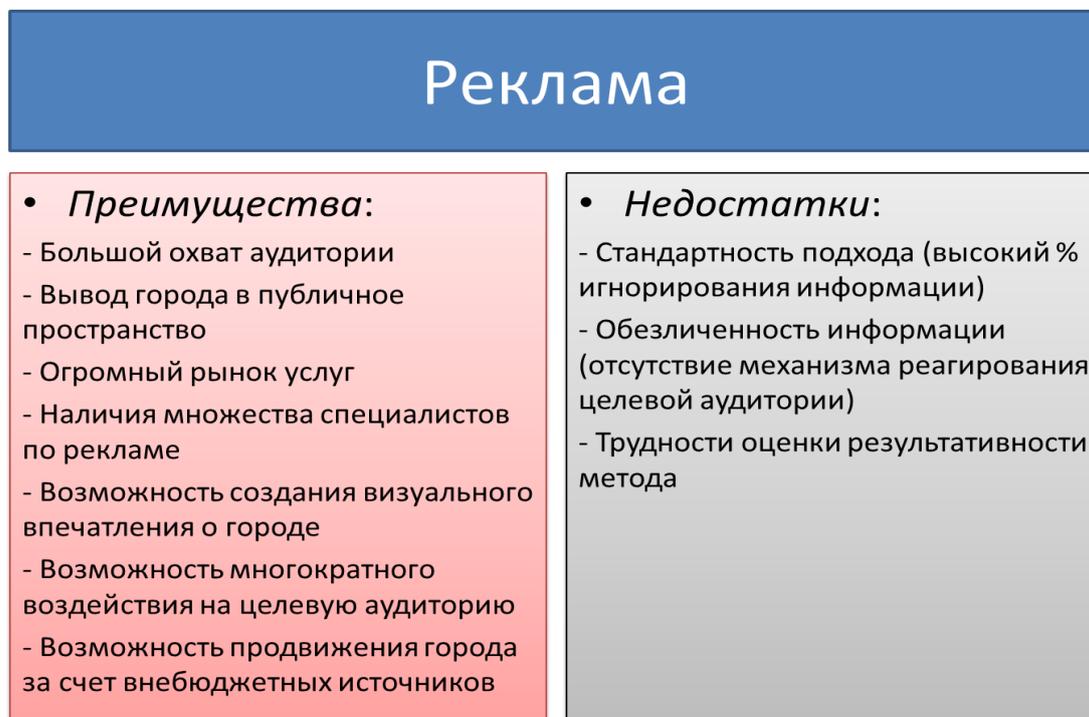


Рис.5.1. Плюсы и минусы рекламы.

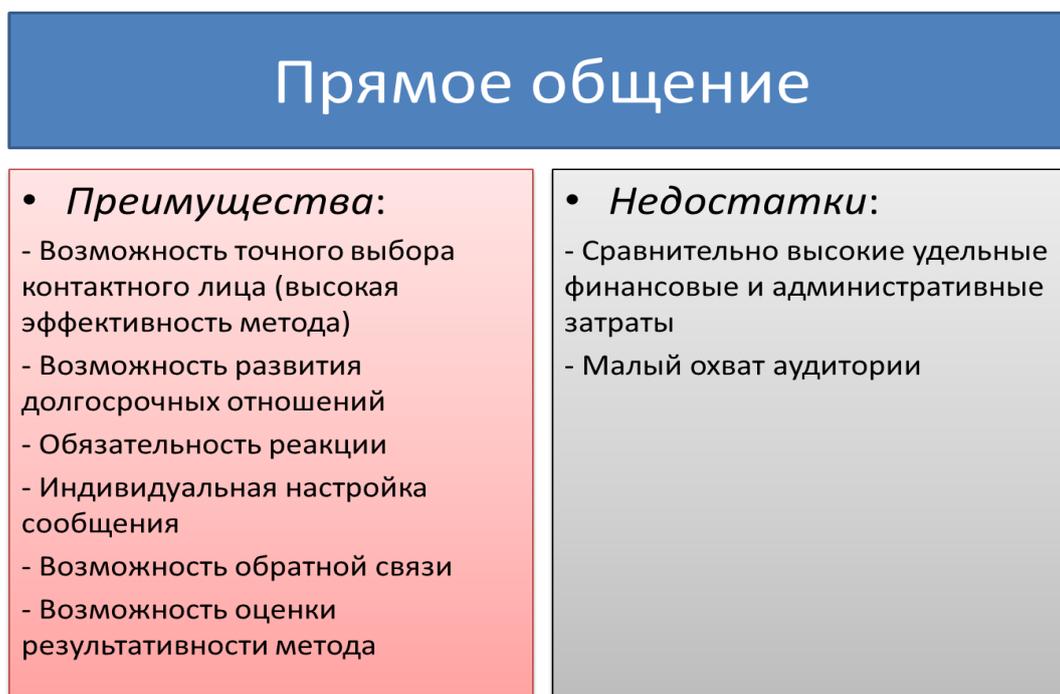


Рис. 5.2. Особенности прямого общения.

Стимулирование продаж

- **Преимущества:**

- Наличие дополнительных персональных стимулов к «покупке» территории
- Точный выбор контактного лица (высокая эффективность метода)

- **Недостатки:**

- Высокие риски при получении долгосрочных результатов
- Малый охват аудитории
- Высокие административные расходы

Рис.5.3. Специфика метода стимулирования продаж.

Работа с посредниками и агентами влияния

- **Преимущества:**

- Возможность переложить часть работ по продвижению на посредников и агентов влияния
- Выход на многих потенциальных клиентов
- Убедительность информации, поступающей опосредованно
- Публичность (вовлечение населения в продвижение города)

- **Недостатки:**

- Отсутствие прямого контакта с целевой аудиторией
- Невозможность оценить результативность

Рис.5.4. Преимущества и недостатки работы с посредниками и агентами влияния.

Возможно применение следующих каналов распространения информации (см.рис.5.5.).

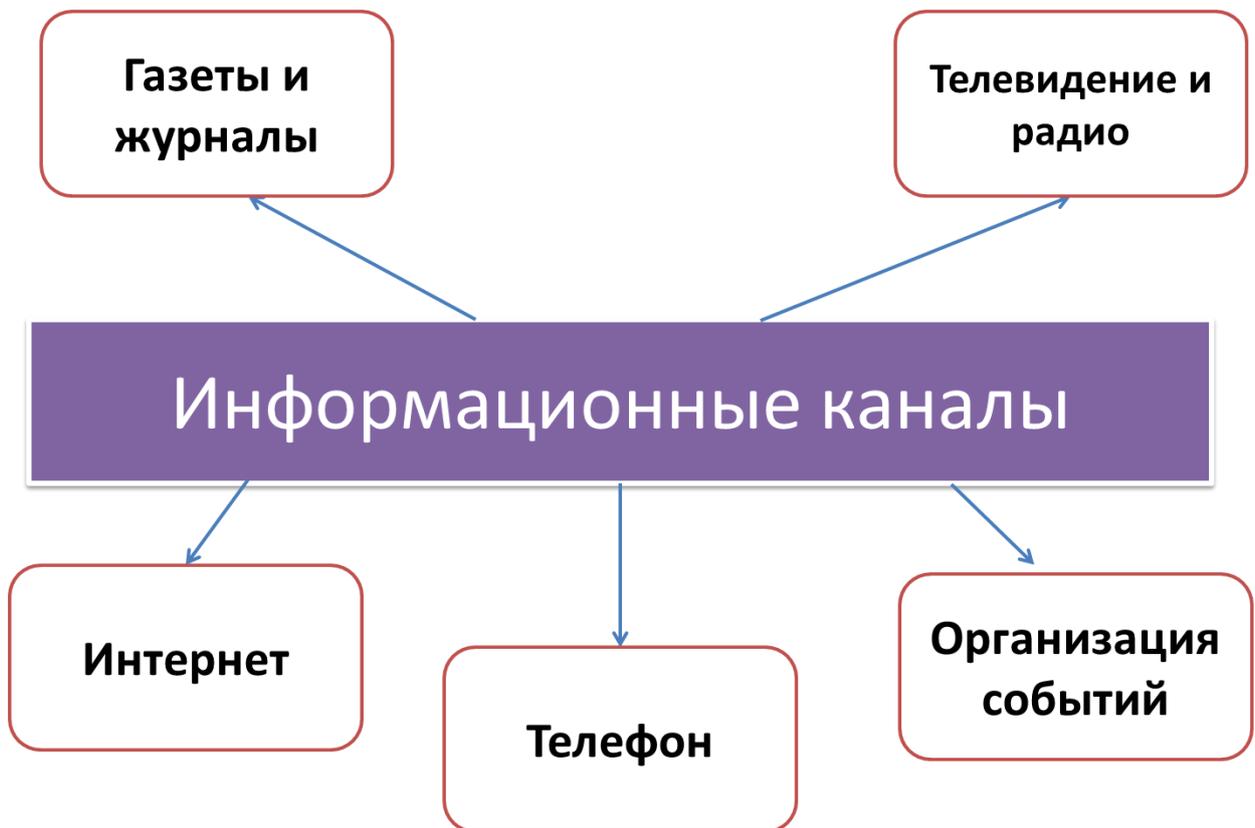


Рис.5.5. Канала распределения маркетинговой информации.

Каналы маркетинговой коммуникации

1. Линейная структура. Нулевой уровень



2. Линейная структура. Первый уровень



3. Линейная структура. Второй уровень



4. Сетевая структура. Второй уровень



Рис.5.6. Каналы маркетинговой коммуникации.

Контрольные вопросы:

1. Какие применяются информационные каналы при донесении информации до целевой группы?

2. Какие есть преимущества у Интернета по сравнению с другими каналами передачи информации?
3. В чем состоят основные недостатки прямого общения с целевой группой?
4. Что представляет собой сетевая структура маркетинговой коммуникации?

Практические задания

Задание 1. Проанализируйте какие Интернет-технологии используются в территориальном маркетинге (на примере Нижегородской области). Дайте свои рекомендации по применению Интернет-технологий.

Задание 2. Используя Интернет-ресурс оцените инвестиционную стратегию и привлекательность региона по следующим критериям:

- инвестиционные приоритеты региона (территории, отрасли, технологии опережающего развития, осваиваемые виды продукции, работ и услуг, планируемые к реализации проекты);
- проблемы в инвестиционной сфере и меры по их решению;
- основные цели управления инвестиционными процессами на территории региона;
- отдельные проекты, обеспечивающие рост инвестиций в регионе;

Задание 3. Рассмотрите общие принципы сотрудничества органов государственной власти региона и органов местного самоуправления в области улучшения инвестиционного климата региона (на примере Нижегородской области).

Задание 4. Опишите практический случай использования сетевой структуры маркетинговой коммуникации на территории Нижегородской области. Какие, на Ваш взгляд, имеются недостатки такого маркетинга?

Тема 6. Использование Интернет-маркетинга для продвижения региона

В маркетинге у Интернета есть две функции (рис.6.1.).



Рис.6.1. Функции Интернет-маркетинга.

Основные преимущества данного маркетинга заключаются:

1. Возможность интерактивного общения с целевой аудиторией;
2. Распространение информации на любое расстояние;
3. Точное попадание в целевую аудиторию;
4. Отсутствие ограничений по объему передаваемой информации и по виду информации;
5. Относительно низкая стоимость передачи информации.

Инструменты Интернет-маркетинга представлены в таблице 6.1.

Таблица 6.1.

Инструменты Интернет-маркетинга

| Задачи маркетинговой коммуникации | Технологии Интернет – коммуникации | Целевые аудитории | Формы коммуникаций |
|--|--|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> - Создание благоприятного имиджа - Разъяснение политики властей - Освещение происходящих изменений | <ul style="list-style-type: none"> - Web-сайт(WWW) - Электронная почта - Проведение видеоконференций | Потребители ресурсов города, его товаров и услуг | <ul style="list-style-type: none"> - Размещение кратких сведений на популярных серверах - Регистрация сайта в поисковых системах - Обмен ссылками с другими городскими сайтами - Размещение ссылок на положительные отзывы о городе в прессе и других источниках информации |
| <ul style="list-style-type: none"> - Изучение рынка - Анализ ожиданий и предпочтений потребителей ресурсов города - Мониторинг общественного мнения | <ul style="list-style-type: none"> - WWW - Электронная почта - Почтовые реестры в электронной почте - Электронные доски объявлений - Личные сайты граждан - Счетчики посещений сайта | Целевые аудитории инвестиционного и туристического маркетинга | <ul style="list-style-type: none"> - Комплектование обзоров прессы, статистической информации, аналитических материалов, размещенных на различных серверах - Списки рассылки - Дискуссионные листы - Опросы, голосование, анкетирование, интервью в режиме он-лайн - Наблюдение и сотрудничество |
| <ul style="list-style-type: none"> - Завязывание и поддержание деловых контактов с партнерами - Связи с общественностью | <ul style="list-style-type: none"> - Web-сайт(WWW) - Электронная почта - Голосовая связь - Проведение видеоконференций - Показ беседы в Интернете | Потребители ресурсов территории Субъекты регионального и муниципального управления | <ul style="list-style-type: none"> - Списки рассылки - Рассылки новостей сервера - Ответы на наиболее часто задаваемые вопросы - Консультационная поддержка - Профессиональные форумы - Управленческие игры, тренинги |
| <ul style="list-style-type: none"> - Поддержка городских производителей - Стимулирование спроса населения | <ul style="list-style-type: none"> - Электронная почта - Электронные доски - Счетчики посещений сайта | Инвесторы, туристы, потребители ресурсов территории, сторонние группы влияния | Экстранет-серверы Виртуальные выставки Электронные магазины Аукционы Размещение банеров |

Контрольные вопросы:

1. Какую функцию выполняет Интернет на этапе позиционирования территории?
2. Какие задачи маркетинговой коммуникации можно решать с помощью Интернета?

3. Какие формы коммуникаций используются для мониторинга общественного мнения?
4. С помощью каких Интернет технологий разъясняется политика властей

Практические задания

Задание 1. Проанализировать с помощью Интернета туристический рынок Нижегородской области. Определить основные трудности развития туризма.

Задание 2. Используя Интернет - ресурс проанализировать текущее положение промышленного туризма в Нижегородской области и дать свои предложения по дальнейшему его развитию.

Задание 3. С помощью интернета рассмотрите, какие направления туризма характерны для Нижегородской области. Проанализируйте динамику численности туристов за последние три года.

Задание 4. Пользуясь Интернетом, опишите пример развития агротуризма на территории Нижегородской области?

Итоговый тест

1. Основоположителем региональной науки считается:

- а) У. Изард;
- б) А. Вебер;
- в) Й. Тюнен;
- г) В. Лаунхардт.

2. Этот метод позволяет наглядно представлять особенности размещения:

- а) системный анализ;
- б) картографический метод;
- в) метод систематизации;
- г) балансовый метод.

3. Этот метод связан с разделением изучаемых явлений (исходя из целей исследования) и избранных критериев на совокупности, характеризующиеся определенной общностью и отличительными признаками (классификация, типология, концентрация):

- а) балансовый метод;
- б) метод систематизации;
- в) картографический метод;
- г) системный анализ.

4. Этот метод включает: стандартизированные интервью, индивидуальные собеседования с представителями разных отраслей и сфер социально-экономического комплекса региона; контент-анализ интервью и публичных выступлений руководящей элиты регионов, ученых и специалистов:

- а) вариантный метод;
- б) методы социологических исследований;
- в) метод таксонирования;
- г) метод сопоставления региональных уровней жизни населения.

5. Этот метод чаще всего используется при разработке схем размещения производства по территории региона на первых этапах планирования и прогнозирования. Он предусматривает рассмотрение вариантов различных уровней развития хозяйства тех или иных регионов, вариантов территориальных экономических пропорций по регионам:

- а) вариантный метод;
- б) методы социологических исследований;
- в) метод таксонирования;
- г) метод сопоставления региональных уровней жизни населения.

6. Сколько субъектов входят в состав РФ:

- а) 83;
- б) 85;
- в) 87;
- г) 89.

7. Сколько в составе субъектов РФ выделяют республик:

- а) 19;
- б) 20;

- в) 21;
- г) 22.

8. Сколько в составе субъектов РФ выделяют автономных округов:

- а) 4;
- б) 7;
- в) 10;
- г) 11.

9. Сколько в составе субъектов РФ выделяют областей:

- а) 46;
- б) 47;
- в) 48;
- г) 49.

10. В современной России существует следующее количество федеральных округов:

- а) 7;
- б) 8;
- в) 9;
- г) 10;
- д) 11.

11. Какие факторы характеризуют условия поведения людей в области размещения производства в зависимости от наличия, многообразия и качества полезных ископаемых?

- а) природные факторы;
- б) демографические факторы;
- в) организационные факторы;
- г) транспортные факторы.

12. Какие факторы характеризуют возможность размещения и хозяйствования в зависимости от плотности населения на территории региона?

- а) природные факторы;
- б) демографические факторы;
- в) организационные факторы;
- г) транспортные факторы.

13. Какие факторы определяют размещение производительных сил с учетом возможности доставки и поставки грузов различными путями?

- а) природные факторы;
- б) демографические факторы;
- в) организационные факторы;
- г) транспортные факторы.

14. Определите понятие: «Система целей и задач органов государственной власти по управлению политическим, экономическим и социальным развитием регионов страны, а также механизм их реализации – это...»:

- а) региональная политика;
- б) региональное развитие;
- в) региональные факторы.

15. В рамках какого направления региональной политики возможно предоставление на различных условиях хозяйствующим субъектам на своей территории кредитов, ссуд, дотаций и т. д.?

- а) ценовая политика;
- б) кредитно-денежная политика;
- в) налоговая политика;
- г) трансфертная политика.

16. В рамках какого направления региональной политики регион обладает определенной самостоятельностью и может разрабатывать собственные модели за счет всех видов налогов?

- а) ценовая политика;
- б) кредитно-денежная политика;
- в) налоговая политика;
- г) трансфертная политика.

17. Какой вид региональной политики заключается в контроле и регулировании всех видов цен и тарифов при постоянном мониторинге рыночного ценообразования:

- а) ценовая политика;
- б) кредитно-денежная политика;
- в) налоговая политика;
- г) трансфертная политика.

18. Какое направление региональной политики определяется потребностью обеспечения жизнедеятельности населения, находящегося в трудных жизненных условиях, развития социальной инфраструктуры и социального партнерства между работодателями и работниками и социальной ответственности управляющего механизма региона перед своим населением?

- а) инновационно-инвестиционная;
- б) социальная;
- в) экологическая;
- г) структурно-хозяйственная;
- д) институциональная.

19. Какой вид региональной политики заключается в определении направлений по защите окружающей среды от вредных воздействий жизнедеятельности человека, в сохранении растительного и животного мира, гидросферы, атмосферы и улучшении экологических условий обитания людей?

- а) инновационно-инвестиционная;
- б) социальная;
- в) экологическая;
- г) структурно-хозяйственная;
- д) институциональная.

20. В систему органов государственной власти субъектов РФ входят:

- а) Федеральное Собрание РФ;
- б) высшее должностное лицо субъекта РФ;
- в) законодательный орган государственной власти субъекта РФ;
- г) высший исполнительный орган государственной власти субъекта РФ;

д) федеральные суды.

21. К законодательным (представительным) органам государственной власти субъектов РФ относятся:

- а) Администрация;
- б) Федеральное Собрание;
- в) Государственная Дума РФ;
- г) республиканские парламенты, краевые, законодательные собрания, областные думы, городские думы, представительные органы власти автономных округов и областей.

22. К полномочиям законодательных органов власти субъекта РФ относятся:

- а) утверждение бюджета субъекта РФ;
- б) обеспечение исполнения бюджета субъекта РФ;
- в) разработку программ социально-экономического развития региона;
- г) определение порядка назначения и проведения референдума.

23. Финансирование деятельности законодательных (представительных) органов государственной власти субъекта РФ осуществляется за счет средств:

- а) федерального бюджета;
- б) бюджета субъекта РФ;
- в) местного бюджета;
- г) все ответы правильные.

24. Срок полномочий депутатов законодательного (представительного) органа государственной власти субъекта РФ определяется конституцией (уставом) субъекта РФ и не может превышать:

- а) четыре года;
- б) пять лет;
- в) шесть лет;
- г) семь лет.

25. При численности избирателей менее 500 тысяч человек число депутатов законодательного органа государственной власти субъекта РФ должно составлять:

- а) не менее 15 и не более 50 депутатов;
- б) не менее 25 и не более 70 депутатов;
- в) не менее 35 и не более 90 депутатов;
- г) не менее 45 и не более 110 депутатов.

26. Число депутатов законодательного органа государственной власти субъекта РФ устанавливается:

- а) федеральным законом;
- б) законом субъекта РФ;
- в) конституцией (уставом) субъекта РФ;
- г) уставом муниципального образования.

27. Законы субъекта РФ принимаются:

- а) большинством не менее двух третей голосов от установленного числа депутатов;

- б) большинством не менее трех четвертей голосов от установленного числа депутатов;
- в) большинством голосов от установленного числа депутатов, если иное не предусмотрено ФЗ.

28. Структура исполнительных органов государственной власти субъекта РФ определяется:

- а) Правительством РФ;
- б) высшим должностным лицом субъекта РФ (руководителем высшего исполнительного органа государственной власти субъекта РФ);
- в) законодательным органом субъекта РФ.

29. К полномочиям исполнительных органов власти субъекта РФ относят:

- а) обеспечение исполнения бюджета субъекта РФ;
- б) утверждение отчета об исполнении бюджета субъекта РФ;
- в) разработку и реализацию программ социально-экономического развития региона;
- г) утверждение программ социально-экономического развития региона.

30. Высшее должностное лицо субъекта РФ избирается:

- а) Президентом РФ;
- б) Советом Федерации;
- в) депутатами законодательного органа государственной власти субъекта РФ;
- г) гражданами РФ, проживающими на территории данного субъекта РФ и обладающими активным избирательным правом.

31. На должность высшего должностного лица субъекта РФ может быть избран гражданин РФ достигший возраста:

- а) 25 лет;
- б) 30 лет;
- в) 35 лет.

32. Высшее должностное лицо субъекта РФ избирается на срок не более:

- а) четырех лет;
- б) пяти лет;
- в) шести лет.

33. Региональный бюджет – это:

- а) бюджет субъекта РФ;
- б) бюджет муниципального района;
- в) бюджет городского округа.

34. К неналоговым доходам регионального бюджета относятся:

- а) доходы от сдачи в аренду находящегося в собственности субъекта имущества;
- б) проценты за пользование бюджетными средствами;
- в) налог на доходы физических лиц;
- г) акцизы;
- д) государственная пошлина.

35. Главным показателем, характеризующим общий уровень развития региона (субъекта РФ) является:

- а) ВРП на душу населения;

- б) численность населения;
- в) капитальные вложения на душу населения;
- г) производство электроэнергии на душу населения.

36. Показатель, отражающий долю незанятого населения в общей численности экономически активного населения:

- а) ВРП на душу населения;
- б) устойчивость развития;
- в) уровень безработицы.

Список литературы

1. Андреев, А.В. Основы региональной экономики [Электронный ресурс]: Учебное пособие / А.В. Андреев, Л.М. Борисова, Э.В. Плучевская. – Электрон. дан. – М.: КноРус, 2014. – 334 с. – [Режим доступа: <http://e.lanbook.com>].
2. Белокрылова, О.С. Региональная экономика и управление [Текст]: Учебное пособие. / О.С. Белокрылова, Н.Н. Киселева, В.В. Хубулова. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 240 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
3. Брагина, З.В. Развитие регионов: диагностика региональных различий [Текст]: Монография / З.В. Брагина, И.К. Киселев. – М.: ИНФРА-М, 2014. – 152 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
4. Галямов, Ю.Ю. Управление региональным промышленным комплексом в современной экономике России [Текст]: Монография / Ю.Ю. Галямов. – М.: Издательство «Палеотип», 2012 – 136 с. [Режим доступа: <http://e.lanbook.com>].
5. Плисецкий, Е.Л. Региональная экономика (для бакалавров) [Электронный ресурс]: Учебное пособие / Е.Л. Плисецкий, И.Л. Черкасов. – Электрон. дан. – М.: КноРус, 2014. – 268 с. - [Режим доступа: <http://e.lanbook.com>].
6. Полтарыхин, А.Л. Региональная экономика [Текст]: Учебное пособие / А.Л. Полтарыхин, И.Н. Сычева. – М.: Альфа-М: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 400 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
7. Попов, Р.А. Региональное управление и территориальное планирование [Текст]: Учебник / Р.А. Попов. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – 288 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
8. Региональная экономика [Текст]: Учебное пособие / ред. В.Я. Позднякова. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 576 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
9. Региональная экономика [Текст]: Учебное пособие / В.Д. Никифорова, Ю.Е. Путихин, А.А. Никифоров. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 304 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
10. Региональная экономика и управление [Текст]: Учебное пособие / ред. В.П. Орешин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 200с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
11. Рыкалина, О.В. Развитие региональной инфраструктуры и связей между округами Российской Федерации [Текст]: Монография / О.В. Рыкалина. – М.: ИНФРА-М, 2015. – 228 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
12. Селищева, Т.А. Региональная экономика [Текст]: Учебник / Т.А. Селищева. – М.: ИНФРА-М, 2016. – 470 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
13. Соменкова, Н.С. Региональная экономика: Учебное пособие. / Н.С. Соменкова. – Н.Новгород: ННГУ им. Н.И. Лобачевского, 2017. – 77 с. [Электронный ресурс; Режим доступа – <http://www.unn.ru/books/resources.html>].

14. Фетисов, Г.Г. Региональная экономика и управление [Текст]: Учебник. / Г.Г. Фетисов, В.П. Орешин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2015. – 416 с. [Режим доступа – <http://www.znaniium.com>].
15. Нижегородская область в цифрах. 2016: Крат. стат. сб. / Нижегородстат - Нижний Новгород, 2016. - 367 с. [Режим доступа – <http://www.nizhstat.gks.ru>].

Наталия Сергеевна Соменкова

Александр Вячеславович Купцов

РЕГИОНАЛЬНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Учебно-методическое пособие

Федеральное государственное автономное образовательное
учреждение высшего образования
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный
университет им. Н.И. Лобачевского».
603950, Нижний Новгород, пр. Гагарина, 23.