

Министерство образования и науки РФ
Алтайский государственный университет

В. И. Беляев, С. Н. Бочаров,
О. А. Горянинская, Р. Г. Малахов

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ:
МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ОБОСНОВАНИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ

Монография



Барнаул

Издательство
Алтайского государственного
университета
2015

ББК 65.04-32

УДК 332.1

М 266

Авторский коллектив:

Беляев В. И., доктор экономических наук, профессор
(предисловие и заключение; гл. 1–3; гл. 4 п. 1–3; Бочаров С. Н.,
доктор экономических наук, доцент (гл. 4 п. 4; гл. 5 п. 1, 5);
Горянинская О. А., кандидат экономических наук, доцент (гл. 5 п. 2, 3);
Малахов Р. Г., кандидат экономических наук, доцент (гл. 5 п. 4, 6, 7)

Рецензенты:

доктор экономических наук, доцент *Е. Е. Шваков*;
доктор социологических наук, профессор *А. Я. Троцкий*

М 266 Маркетинг территорий: методология и методы обоснования стратегических решений развития регионов [Текст] : монография / В. И. Беляев, С. Н. Бочаров, О. А. Горянинская, Р. Г. Малахов. — Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2015. — 244 с.

ISBN 978-5-7904-1990-4

Монография посвящена вопросам использования маркетингового подхода при решении проблем развития региональной экономики. Маркетинг территорий становится устоявшимся термином, а практические результаты применения маркетинга свидетельствуют о его высокой эффективности и результативности. Понимание принципов маркетинга территорий позволяет расширить возможности региона для развития производительных сил, формирования новых инвестиционных программ и проектов, привлечения материальных и финансовых ресурсов, продвижения культурно-исторического потенциала.

Издание отражает исследования, проведенные при поддержке гранта РГНФ: Исследование № 14-12-22015 «Маркетинг территорий как фактор стратегического развития региона».

Монография адресована научным работникам, занимающимся исследованиями в указанном направлении, преподавателям и студентам, специализирующимся в области региональной экономики и маркетинга, для практического использования в управлении территориями.

ББК 65.01-32

УДК 332.1

ISBN 978-5-7904-1990-4

© Коллектив авторов, 2015
© Оформление. Издательство
Алтайского государственного
университета, 2015

ОГЛАВЛЕНИЕ

Предисловие	3
-------------------	---

Глава 1

МЕТОДОЛОГИЯ И ПРАКТИКА ПРОВЕДЕНИЯ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ НАУЧНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ ПО ПРОБЛЕМАМ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ МАРКЕТИНГОВОГО ПОДХОДА	7
1.1. Синтез методологии региональной экономики и методологии маркетинга территорий в междисциплинарных исследованиях проблем территориальных образований	8
1.2. Методология и метод исследований в экономике: общее и особенное	18
1.3. Методология и методы исследований в региональной экономике	26
1.4. Методология и методы исследований в маркетинге территорий	34
1.5. Методология маркетинга территорий: системное представление и принципы	41

Глава 2

МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ КАК АКТУАЛЬНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В ОБЛАСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ	55
2.1. Маркетинг: основная функция управления организационной системой (теория, практика, исторические корни)	55
2.2. Основные положения маркетинга территорий	64
2.3. Отечественный и зарубежный опыт применения маркетинга территорий для решения задач регионального развития	76
2.4. Поисковые маркетинговые исследования как инструмент выявления уникальных характеристик местности с целью воплощения их в потребительные свойства товара	95

Глава 3**ДИАЛЕКТИКА ГЛОБАЛЬНОГО И ЛОКАЛЬНОГО****В РЕГИОНАЛЬНОМ ВОСПРОИЗВОДСТВЕ:****РОЛЬ И МЕСТО МАРКЕТИНГА ТЕРРИТОРИЙ****В РЕШЕНИИ ПРОБЛЕМ РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ****НА ОСНОВЕ РАСШИРЕННОГО ВОСПРОИЗВОДСТВА..... 111**

- 3.1. Маркетинг территорий на локальных рынках:
роль и место в решении задач расширенного
регионального воспроизводства..... 111
- 3.2. Соотношение глобального и локального в развитии
регионов: актуальность исследования 119
- 3.3. Региональное воспроизводство
в глобальной экономике..... 127

Глава 4**МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ И РЕГИОНАЛЬНАЯ****ЭКОНОМИКА: МЕТОДОЛОГИЯ И ОРГАНИЗАЦИЯ****МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ****В АЛТАЙСКОМ КРАЕ..... 141**

- 4.1. Маркетинг территорий на локальных рынках
молочной продукции Алтайского края 141
- 4.2. Маркетинг территорий: возможности и пути
применения в развитии городских районов,
обладающих уникальными характеристиками 152
- 4.3. Маркетинговые исследования в решении задач
регионального воспроизводства отраслей
агропромышленного комплекса и обеспечения
продовольственной безопасности России
(на материалах рынка мясной продукции
в Алтайском крае)..... 156
- 4.4. Маркетинг территорий как важный фактор развития
регионального туризма 169

Глава 5**ТЕХНОЛОГИИ И МЕХАНИЗМЫ УПРАВЛЕНИЯ****МАРКЕТИНГОМ ТЕРРИТОРИЙ В РЕШЕНИИ АКТУАЛЬНЫХ****ЗАДАЧ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ..... 178**

- 5.1. Использование теоретических основ эволюционной
теории в продвижении характеристик территории 178

5.2. Организационно-экономические аспекты создания и управления сетевой межфирменной кооперацией на локальном рынке	186
5.3. Территориальный принцип развития экономики на основе сетевых предпринимательских структур: региональный аспект	189
5.4. Финансы маркетинга: понятие и общая логика управления	194
5.5. Мультипроектный подход в продвижении уникальных характеристик региона	201
5.6. Комплексы имущества: особенности применения подходов при оценке рыночной стоимости	213
5.7. Оценка эффективности регионального маркетинга	227
Заключение	240

Научное издание

В. И. Беляев, С. Н. Бочаров,
О. А. Горянинская, Р. Г. Малахов

**МАРКЕТИНГ ТЕРРИТОРИЙ:
МЕТОДОЛОГИЯ И МЕТОДЫ ОБОСНОВАНИЯ
СТРАТЕГИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ
РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ**

Монография

Редактор С. И. Тесленко
Подготовка оригинал-макета,
оформление обложки: О. В. Майер

Издательская лицензия ЛР 020261 от 14.01.1997.
Подписано в печать 02.11.2015.
Формат 60x84/16. Бумага офсетная. Печать трафаретная.
Усл.-печ. л. 14,2. Тираж 500 экз. Заказ 329.

Типография Алтайского государственного университета
656049 Барнаул, ул. Димитрова, 66