

Стратегический план: ожидания и реальность

Семинар

23 ноября 2001 г.

Мотивы разработки стратегического плана

- **Политические – достижение политических целей лидеров городского сообщества.**
- **Экономические – получение дополнительных ресурсов для финансирования городского хозяйства.**
- **Управленческие – использование программных подходов для управления городом**

«Идеальный» стратегический план

- **Обязательное наличие всех трех МОТИВОВ.**
- **Принятие решений – требует наличия политической воли.**
- **Реализация решений – требует объединения усилий различных городских сообществ, ресурсы становятся объединяющим мотивом.**
- **Достижение результатов – требует грамотного управления.**

Стратегический план как элемент маркетинга города



- **Маркетинг города – это улучшение качественных показателей города, повышение качества жизни населения, улучшение условий труда и развития экономики, разработка концепции и претворение её в жизнь в соответствии с интересами всех социальных групп жителей**

Шесть правил маркетинга города

- **Формирование стратегии развития в области или городе означает понимание и оценку местных сильных сторон, слабостей и возможностей.**
- **Постарайтесь рассматривать слабости как потенциальные возможности. Они часто являются сферами для инвестирования.**
- **Обращайтесь к аудитории, которая готова вас слушать.**
- **Будьте гибкими и прислушивайтесь к тому, что рынок и покупатели говорят вам.**
- **Используйте те средства связи которые, скорее всего, дойдут до вашей аудитории.**
- **Передайте ответственность за осуществление стратегии маркетинга, необходимые полномочия и деньги одной-единственной организации, но позаботьтесь о том, чтобы эта организация систематически отчитывалась о своей деятельности.**

Важно...



- **Маркетинг городского развития информирует, а не убеждает.**

«Продажа» города



- **«Продавая» город, не продавайте его как таковой, продавайте инвестору выгоду от того, что его бизнес будет в Вашем городе.**

Целевые группы

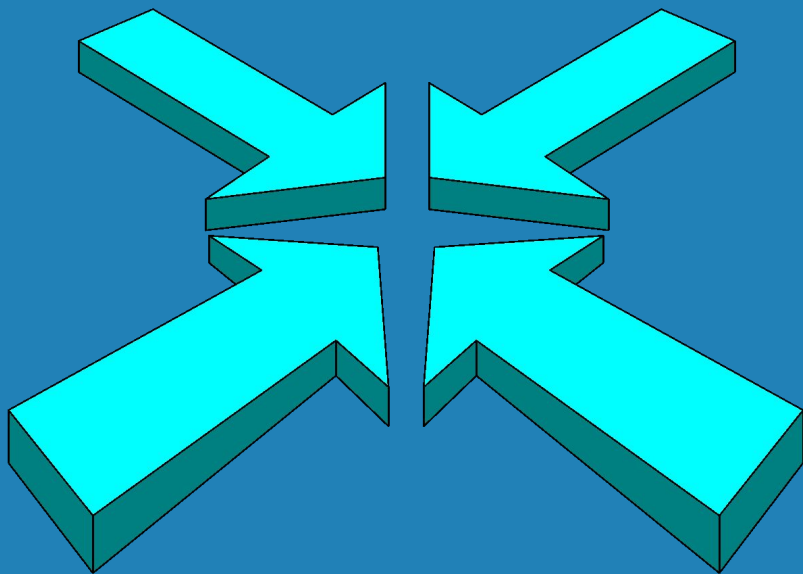


- **Внешняя - инвесторы, туристы, покупатели.**
- **Внутренняя - горожане.**

Стратегический план - это НЕ ...

- ... документ прямого действия;
- ... смета расходов;
- ... фантастический роман.

Стратегический план - это ...

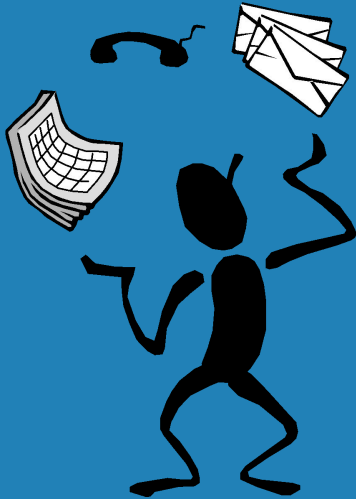


- ... механизм согласования интересов различных групп в целях экономического развития города.

Реализация стратегического плана

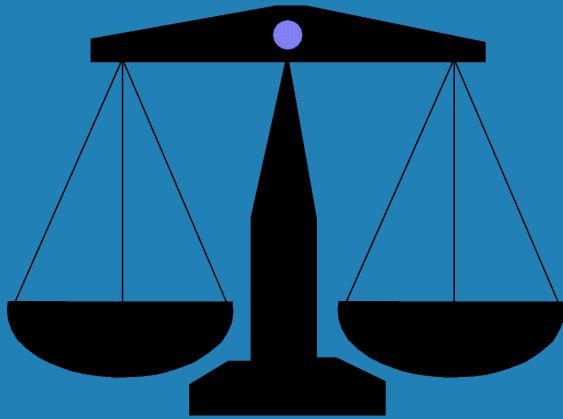
- **Программный подход**
- **Элемент программы - проект**
- **Проект - это последовательность каких-либо действий, объединенных внутренней логикой, увязанных по ресурсам, срокам и исполнителям, и направленных на решение конкретных задач. Реализация проекта заключается в осуществлении этих действий и достижении основных результатов проекта, которые являются одной из основных его характеристик. Кроме этого проект характеризуется наличием самостоятельной системы управления и бюджетом.**

Основные условия успеха



- **Наличие качественной программы.**
- **Государственная поддержка реализации программы.**
- **Наличие необходимых ресурсов для реализации программы.**
- **Поддержка программы городским сообществом.**
- **Эффективный МЕНЕДЖМЕНТ Программы**

Баланс



- **Комплексность программы/ наличие институциональной базы**
- **Идеология (желание)/ Рынок (возможности)**

Реализация программы развития города - ...



- ... функция несвойственная муниципалитету.

Ресурсы для реализации программы

- **Кадры**
- **Финансы (инвестиции)**
- **Преимущества (риски)**
- **Собственность**
- **Инфраструктура**

- **ВРЕМЯ**