



# ПРАВИТЕЛЬСТВО ИВАНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

## РАСПОРЯЖЕНИЕ

от 10.11.2016 № 224-рп  
г. Иваново

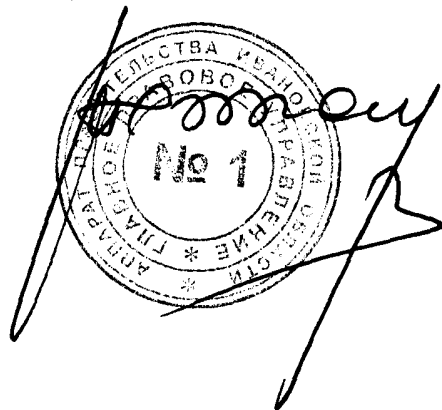
### Об утверждении Концепции развития социального маркетинга в Ивановской области на 2017 - 2019 годы

В соответствии со статьей 21 Федерального закона от 06.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации», статьей 10 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», в целях популяризации важнейших социально значимых решений и государственных программ Ивановской области, оптимизации и развития рынка социальной рекламы в регионе:

1. Утвердить Концепцию развития социального маркетинга в Ивановской области на 2017 – 2019 годы (прилагается).

2. Контроль за исполнением настоящего распоряжения возложить на заместителя Председателя Правительства Ивановской области Ильюшкина В.В.

Губернатор  
Ивановской области



П.А. Коньков

Приложение к распоряжению  
Правительства Ивановской области  
от 10.11.2016 № 227-рп

## **К О Н Ц Е П Ц И Я** **развития социального маркетинга в Ивановской области** **на 2017 - 2019 годы**

### **1. Общие положения**

Социальный маркетинг является разновидностью маркетинга, а именно процессом разработки, трансляции и оценки эффективности воздействия образов социально значимых решений, идей, а также деятельности государства в целом. Цель социального маркетинга определяется как повышение восприятия отдельными социальными слоями общества (далее – целевая аудитория) принимаемых и реализуемых государством на федеральном, региональном или муниципальном уровнях власти социально значимых государственных решений.

Правительство Ивановской области с 2006 года ведет системную работу по привлечению общественного внимания к способам и формам решения социально значимых задач. За этот период были реализованы три Концепции развития социальной рекламы на территории региона: Концепция развития социальной рекламы в Ивановской области на 2006 - 2008 годы, утвержденная распоряжением Правительства Ивановской области от 28.04.2006 № 71-рп, Концепция развития социальной рекламы в Ивановской области на 2009 - 2011 годы, утвержденная распоряжением Правительства Ивановской области от 03.09.2008 № 309-рп, Концепция развития социальной рекламы в Ивановской области на 2012 - 2014 годы, утвержденная распоряжением Правительства Ивановской области от 26.10.2011 № 299-рп.

Реализация указанных концепций способствовала формированию и развитию позитивных общественных явлений и процессов, росту информированности населения о социально значимых проектах и государственных программах Ивановской области (далее – программы), выявлению и снижению остроты социальных проблем, а также укреплению доверия жителей Ивановской области к органам государственной власти Ивановской области и органам местного самоуправления муниципальных образований Ивановской области, созданию позитивного имиджа региона.

Для определения приоритетных направлений социальной рекламы, размещаемой на территории Ивановской области, в 2006 году был создан Экспертный совет по социальной рекламе при Правительстве Ивановской области (далее – Экспертный совет). По результатам работы Экспертного совета за период с 2006 по 2014 годы было проведено 35 областных

рекламных кампаний по социально значимым темам. Основное внимание уделялось укреплению института семьи, пропаганде здорового образа жизни, профилактике социального сиротства, пропаганде духовных, нравственных и культурных ценностей, безопасности дорожного движения, обеспечению жителей региона информацией социального характера.

С 2007 года в соответствии с Концепцией развития социальной рекламы в регионе проводился областной конкурс социальной рекламы. Однако в 2010 году появилась тенденция снижения интереса к конкурсу, заметно снизилось количество и качество конкурсных работ. Идея привлечь к конкурсу другие регионы не увенчалась успехом. Необходимо было менять статус конкурса, сам подход к организации данного мероприятия. Это стало возможным в результате объединения усилий с оргкомитетом межрегионального фестиваля рекламы «Рекламной фишки». Таким образом, в рамках фестиваля рекламы появилась постоянная номинация «Социальная реклама». И соответственно, областной конкурс социальной рекламы с 2011 по 2015 годы проводился в рамках данного фестиваля.

С учетом текущей социально-экономической ситуации в Российской Федерации, невозможности существенного увеличения финансирования социальной сферы со стороны государства появляется острая необходимость оптимизации управления и использования уже имеющихся финансовых ресурсов на мероприятия по популяризации реализуемых государством социально значимых решений и программ. Повышение эффективности реализации социально значимых проектов и программ возможно посредством органичного совмещения и последующего внедрения элементов современного маркетинга, новых экономических технологий и политико-аналитических методик.

Маркетинговый подход к популяризации деятельности в социальной сфере позволяет, с одной стороны, на новом качественном уровне удовлетворять важнейшие социальные потребности членов общества, с другой, - наиболее рационально расходовать ресурсы государства, выделяемые на развитие социальной сферы. Все это в совокупности должно способствовать повышению уровня и качества жизни российских граждан через улучшение восприятия происходящих в обществе социальных процессов, побуждение к социально значимым действиям, а также изменение сложившихся стереотипных представлений об отдельных отраслях социальной сферы государства.

Потребность Ивановской области в социальном маркетинге обусловлена стремлением регулировать социальные процессы непрямым способом, с использованием позитивных образов в качестве инструмента убеждения и побуждения к социально значимым действиям, аккумуляцией нефинансовых ресурсов к продвижению инновационных социально значимых идей и проектов.

Настоящая Концепция развития социального маркетинга в Ивановской области на 2017 - 2019 годы (далее – Концепция) направлена на формирование системы позитивных образов реализуемых социально значимых решений с использованием маркетинговых технологий.

## **2. Цели и задачи Концепции**

2.1. Концепция ориентирована на достижение долгосрочных стратегических целей в области социально-экономической политики и поступательного развития региона. Важнейшими из них являются:

2.1.1. Оптимизация материальных и нематериальных ресурсов Ивановской области, участвующих в популяризации реализуемых в регионе социально значимых программ и проектов.

2.1.2. Популяризация важнейших социально значимых решений и программ, реализуемых в регионе.

2.1.3. Оптимизация и развитие рынка социальной рекламы в Ивановской области.

2.2. Для достижения указанных стратегических целей необходимо решение следующих задач:

2.2.1. Анализ и выявление неэффективных финансовых ресурсов и средств, выделяемых государством на популяризацию реализуемых на территории Ивановской области социально значимых программ и проектов.

2.2.2. Формирование позитивных образов социально значимых государственных решений, определение каналов трансляции указанных образов, а также специфики целевой аудитории.

2.2.3. Трансляция образов социально значимых решений с целью получения позитивного политического эффекта.

2.2.4. Формирование конкурентной креативной среды в сфере социальной рекламы на территории Ивановской области.

2.2.5. Разработка методики оценки эффективности воздействия позитивных образов на целевую аудиторию.

## **3. Основные этапы реализации Концепции**

Реализация Концепции предусматривает следующие основные этапы:

1 этап (январь - февраль 2017 года) – определение совокупности социально значимых решений, идей, проектов и программ для жителей Ивановской области;

2 этап (март - апрель 2017 года) – определение целевой аудитории социального маркетинга;

3 этап (апрель - май 2017 года) формирование позитивного образа социально значимого решения, социальной идеи;

4 этап (июнь 2017 года) определение каналов трансляции образов социально значимых решений;

5 этап (июль 2017 года) проведение социальных кампаний;

6 этап (август 2017 года – 2019 год) трансляция образов социально значимых решений, проведение социальных кампаний;

7 этап (сентябрь 2017 года – 2019 год) оценка эффективности воздействия позитивных образов социально значимых решений на целевую аудиторию.

#### **4. Организационное обеспечение реализации Концепции**

Реализация Концепции координируется межведомственной комиссией по социальному маркетингу при Правительстве Ивановской области, образуемой в соответствии с указом Губернатора Ивановской области от 16.01.2013 № 5-уг «Об утверждении Регламента Правительства Ивановской области».

#### **5. Ожидаемые результаты реализации Концепции**

Реализация Концепции в долгосрочной перспективе будет способствовать:

повышению информированности населения региона о реализуемых на территории Ивановской области социально значимых программах и проектах;

улучшению качества жизни населения региона в плане повышения удовлетворенности от получаемых гражданами социальных (государственных и муниципальных) услуг;

формированию позитивного имиджа руководства Ивановской области через транслируемые позитивные образы социально значимых решений;

повышению уровня участия граждан в жизни региона и принятию социально значимых решений;

оптимизации государственных расходов на популяризацию реализуемых в регионе социально значимых программ и проектов, повышению эффективности расходования бюджетных средств;

привлечению некоммерческого сектора к реализации ряда социально значимых программ;

созданию конкурентной среды в сфере социальной рекламы региона.