



Е.Н. Корнева,
аналитик, руководитель аналитической службы журнала
«Территория и Планирование», к. б. н.

М.Д. Твердохлебова,
экономист-маркетолог, к. э. н.

Анализ маркетинговых характеристик сайтов администраций субъектов Российской Федерации (время проведения — август 2010 г.)

Сайт — один из главных коммуникационных элементов, необходимых для начального знакомства с территорией. Его восприятие во многом определяет первое впечатление потенциального инвестора, бизнес-партнёра, туриста.

Трудно сказать, какая доля информации, необходимой для принятия решений в различных областях административного управления и бизнеса, черпается из интернет-источников. Однако можно с уверенностью говорить о том, что для подготовки предварительных решений главным источником информации являются именно интернет-ресурсы. Знакомство инвестора с интересующим его регионом начинается (а иногда

и заканчивается) изучением сайта администрации. Кроме того, интернет постепенно становится средством общения власти с населением региона. В режиме он-лайн появляются и обсуждаются новости, проблемы жизни и развития территорий. Поэтому очень важно понять, насколько результативно власть использует интернет-пространство для создания имиджа региона, привлечения инвесторов, решения социальных проблем.

Анализ маркетинговых характеристик сайтов администраций субъектов РФ

Мы постарались создать систему оценки качества официальных интернет-порталов субъектов РФ с позиций эффективности выполнения ими роли инструмента, обеспечивающего развитие территории. Для анализа маркетинговых характеристик сайтов администраций субъектов Российской Федерации были использованы следующие позиции.

I. Блок социальной оценки

1. Образ региона на сайте (графическое изображение).
2. Актуальность и частота обновления новостей.
3. Контакты, отражающие открытость и доступность администрации.
4. Возможность обратной связи или наличие альтернативных общественных сайтов.

II. Блок экономической оценки

1. Актуальность и полнота экономической информации, представленной в отчётах, программах и т. д.
2. Наличие информации об инвестиционных площадках.
3. Доступность экономических документов (программ СЭР и т. д.).

III. Блок градостроительной оценки

1. Наличие информации по утверждённым градостроительным документам (СТП, ГП, ПЗЗ и т. д.).
2. Наличие дополнительных блоков (программы комплексного благоустройства, развития туризма и т. д.).

Виды оценок: отлично (5), хорошо (4), удовлетворительно (3).

В этом номере мы оцениваем сайты администраций краёв и областей регионов ЦФО, СЗФО, ПФО и ЮФО РФ.

**I
место**

Контакты, отражающие открытость и доступность администрации

**154
балла**

**II
место**

Актуальность и частота обновления новостей

**153
балла**

**III
место**

Возможность обратной связи или наличие альтернативных общественных сайтов

**150
баллов**

**IV
место**

Актуальность и полнота экономической информации, представленной в отчётах, программах и т. д.

**142
балла**

**V
место**

Доступность экономических документов (программ СЭР и т. д.)

**138
баллов**

**VI
место**

Наличие информации об инвестиционных площадках

**127
баллов**

**VII
место**

Наличие дополнительных блоков (программы комплексного благоустройства, развития туризма и т. д.)

**126
баллов**

**VIII
место**

Образ региона на сайте (графическое изображение)

**107
баллов**

**IX
место**

Наличие информации по утверждённым градостроительным документам (СТП, ГП, ПЗЗ и т. д.)

**105
баллов**



Анализ показал:

- большинство сайтов администраций не предоставляют информацию о «Наличии утверждённых градостроительных документов» (СТП, ГП, ПЗЗ и т. д.) (105 баллов, IX место);
- сайты почти всех администраций плохо отработаны по позиции «Образ региона на сайте (графическое изображение)». Их первые страницы выглядят однообразно и «глухо» с точки зрения узнаваемости региона, а также отражения его специфики (107 баллов, VIII место);
- слабо представлена информация о «Наличии дополнительных блоков (программ комплексного благоустройства, развития туризма и т. д.)» (126 баллов, VII место).

Все сайты администраций в полной мере отвечают требованию социальной ориентированности:

- отлично представлена информация о «Контактах, отражающих открытость и доступность администрации» (154 балла, I место);
- неплохо отражена тема «Актуальность и частота обновления новостей», свидетельствующая о готовности администра-

ций информировать население о значимых событиях и мероприятиях, происходящих в регионе (153 балла, II место);

- все официальные сайты предоставляют посетителям возможность обратной связи, но не у всех администраций есть альтернативные общественные сайты (150 баллов, III место).

Лидером нашего информативного рейтинга стал блок социальной информации; позицию «крепкого середняка» занял блок экономической информации, в удовлетворительном объёме представленный на сайтах всех администраций; аутсайдером оказался блок градостроительной информации.

Нужно отметить, что почти все сайты администраций указанных субъектов РФ созданы по некоему шаблону. Они похожи не только по дизайну, но и по структуре и способам подачи информации. По оформлению выделяются только два сайта — Липецкой и Курской областей, а по информативности — Новосибирской области и Санкт-Петербурга.

Анализ маркетинговых характеристик сайтов администраций ЦФО, СЗФО, ПФО и ЮФО РФ показал, что суммы набранных ими баллов мало отличаются друг от друга. Москва набрала высшее количество — 45 баллов, Псковская область — 33 балла. К Москве приближаются Приморский край, Курская, Новосибирская



и Ярославская области (по 43 балла), Санкт-Петербург и Калининградская область (по 42 балла), Ивановская и Костромская области (по 41 баллу), Калужская и Рязанская области (по 40 баллов). К Псковской области тяготеют Волгоградская, Московская области и Краснодарский край (по 34 балла), остальные субъекты РФ занимают промежуточные места с суммами от 36 до 39 баллов.

В ходе анализа маркетинговых характеристик сайтов отмечалось наличие исклю-

Цитата дня

сайта администрации Вологодской области
13.07.2010. Об открытии персонального сайта губернатора области.

«Интеграция в интернет-пространство — это не дань моде, а ещё один эффективный способ общения с людьми, ещё один способ узнать проблемы и настроения граждан».

В.Е. Позгалёв,
губернатор Вологодской области

Слабое внимание администрации к интернет-облику управляемой территории резко снижает её инвестиционную привлекательность.

зивных возможностей и предложений, не встречающихся (или редко встречающихся) на сайтах других администраций:

1. На сайте администрации **Архангельской области** размещена актуальная информация:
 - летняя оздоровительная кампания «Дети-2010»,
 - поддержка малого предпринимательства,
 - снижение напряжённости на рынке труда Архангельской области,
 - инвестиционный портал Архангельской области,
 - УК «Энергия Белого моря».
2. Сайт администрации **Белгородской области** изобилует разнообразными отчётами и программами. Его посетителю трудно представить реальное состояние белгородской экономики.
3. На сайте администрации **Брянской области** представлена схема её территориального планирования.
4. Сайт администрации **Владимирской области** до сих пор предлагает посетителям стать участниками опроса «Как Вы оцениваете уровень информационной открытости деятельности органов государственной власти Владимирской области в 2009 году?»

Информация о развитии экономики представлена скудно.

5. Сайт администрации **Волгоградской области** не содержит информации об инвестициях, его основная тема — сельское хозяйство.
6. На сайте администрации **Вологодской области** есть оригинальный раздел «Цитата дня». Предусмотрена возможность общения населения с представителями администрации.
7. На сайте администрации **Воронежской области** предусмотрена ссылка на блог губернатора А.В. Гордеева.
8. Оформление сайта администрации **Ивановской области** оставляет желать лучшего. Хорошо освещена информация, касающаяся инвестиций; есть схема территориального планирования области. Посетители сайта могут стать участниками опроса «Что Вы считаете брендом Ивановской области?».
9. Сайт администрации **Калининградской области** отвечает критерию информативности, хорошо представлен инвестиционный блок. Градостроительная документация отсутствует.

Сайт администрации субъектов РФ	Сумма баллов, полученных субъектами РФ в ходе анализа маркетинговых характеристик сайтов их администраций
Москва	45
Курская область	43
Новосибирская область	43
Приморский край	43
Ростовская область	43
Ярославская область	43
Ивановская область	42
Калининградская область	42
Санкт-Петербург	42
Костромская область	41
Калужская область	40
Липецкая область	40
Орловская область	40
Рязанская область	40
Брянская область	39
Воронежская область	39
Пензенская область	39
Тамбовская область	39
Мурманская область	38
Архангельская область	37
Белгородская область	37
Кировская область	37
Смоленская область	37
Вологодская область	36
Кемеровская область	36
Тверская область	36
Владимирская область	35
Волгоградская область	35
Краснодарский край	34
Московская область	34
Псковская область	33



10. На сайте администрации **Калужской области** представлена карта экологического мониторинга. Градостроительная документация отсутствует.

11. Сайт администрации **Кемеровской области** предлагает посетителям стать участниками двух важных социологических интернет-опросов:

«Оценка населением деятельности органов власти» и «Противодействие коррупции».

12. На сайте администрации **Кировской области** отсутствует градостроительная документация.

13. Сайт администрации **Костромской области** содержит интересный раздел «Кострома — душа России». Градостроительная документация отсутствует.

на информация об инвестиционных площадках. Градостроительная документация отсутствует.

16. Сайт администрации **Липецкой области** прекрасно проработан с точки зрения создания образа региона, отражения его специфики. Есть интересные разделы «Анонсы» и «Липецкая область на пути к информационному обществу». Информацию о градостроительной документации найти трудно.

17. Сайт правительства **Москвы** отличается удобством доступа к любому из блоков информации.

18. Сайт администрации **Московской области** предоставляет возможность записи граждан на онлайн-приём к представителям власти. Трудно найти экономическую и градостроительную документацию.

19. Сайт администрации **Мурманской области** содержит разделы «Инвестиционная политика» и «Инновационная политика». Привлекает внимание раздел «Коренные малочисленные народы Севера». Информация о градостроительной документации отсутствует.

На сайтах субъектов РФ практически никак не обсуждается и не обыгрывается тема их единства в Российской Федерации. Такое позиционирование ослабляет и страну, и самих субъектов, лишает их ощущения принадлежности к неделимому государству и провоцирует негативную конкуренцию.

14. Сайт администрации **Краснодарского края** предоставляет посетителям возможность общения с губернатором и его заместителями посредством электронных писем. (При этом оговаривается, что «коммерческие предложения от юридических лиц не относятся к категории «Обращение граждан».)

15. Сайт администрации **Курской области** интересно оформлен, хорошо представле-

на информация об инвестиционных площадках. Сайт администрации **Новосибирской области** размещён отдельный «Инвестиционный портал НСО».

21. Сайт администрации **Орловской области** не в полной мере соответствует заявлению «Портал Орловской области — публичный информационный центр», так как в открытом доступе отсутствует градостроительная документация.

22. Сайт администрации **Пензенской области** имеет раздел «Парк высоких технологий». Градостроительная документация отсутствует.

23. На сайте администрации **Приморского края** в разделе «Экономика края» представлены перечни ежегодно утверждаемых инвестиционных проектов:

- «Перечень Приоритетных инвестиционных проектов на 2009 год утверждён распоряжением Администрации Приморского края от 4 мая 2009 года №217-ра „О Перечне инвестиционных проектов, приоритетных в условиях кризиса, поддерживаемых Администрацией Приморского края“».

- «Перечень Приоритетных инвестиционных проектов на 2010 год утверждён распоряжением Администрации Приморского края от 11.02.2010 № 74-ра „О Перечне инвестиционных проектов, поддерживаемых Администрацией Приморского края, на 2010 год“».

24. На сайте администрации **Псковской области** имеется интересный раздел «О регионе», но очень слабо освещены проблемы экономического развития. Информация о градостроительной документации отсутствует.

25. Раздел «Экономика» сайта администрации **Ростовской области** предоставляет возможность ознакомиться с информацией об инвестиционных площадках. На сайте есть ссылка на итоги сводного рейтинга информативной открытости исполнительных органов государственной власти субъектов РФ. (В 2009 г. Ростовская область заняла в нём 2-е место.)

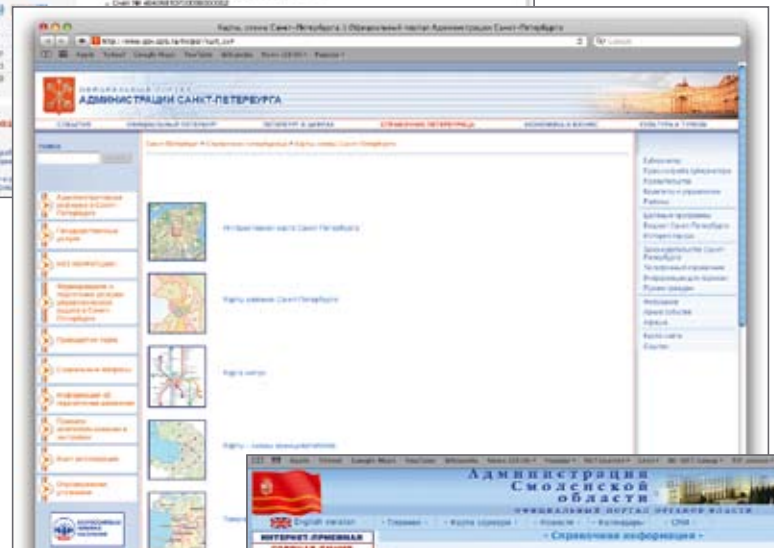
26. На сайте администрации **Рязанской области** есть актуальный раздел «Помощь пострадавшим от пожаров». Почти все новости освещают пожарную обстановку. Градостроительная документация отсутствует.

27. Сайт администрации **Санкт-Петербурга** содержит полезный для туристов и жителей города раздел «Карты СПб».

28. Сайт администрации **Смоленской области** содержит полезную справочную информацию.



29. На сайте администрации **Тамбовской области** имеется раздел «Инвестиционный паспорт Тамбовской области». Градостроительная документация представлена слабо.



30. На сайте администрации **Тверской области** много информации об официальных лицах, но мало новостей.

31. Сайт администрации **Ярославской области** не отображает образ региона. В разделе «Общество» есть подраздел «Конфессии, религиозные объединения Ярославской области, справочное пособие». В свободном доступе экономическая, инвестиционная, градостроительная документация.



В следующих номерах журнала мы расскажем об итогах анализа маркетинговых характеристик сайтов остальных администраций краёв и областей Российской Федерации. 🇷🇺