ЭКОНОМИКА И УПРАВЛЕНИЕ ПРОЕКТАМИ

УПРАВЛЕНИЕ МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫМ ПРОЕКТОМ В СИСТЕМЕ ИНФОРМАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНОВ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ВЛАСТИ

Муринович А. А.

старший преподаватель кафедры экономики, Уральский институт экономики, управления и права (Россия), 620026, Россия, г. Екатеринбург, ул. Луначарского, 194, murin.an.an@gmail.com

Кириллов Б. А.

кандидат исторических наук, действительный государственный советник РФ 2-го класса, заместитель полномочного представителя Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе, Аппарат полномочного представителя Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе (Россия), 620014, Россия, Екатеринбург, ул. Добролюбова, 11, murin.an.an@gmail.com

УДК 343
ББК 66.033.141

Предмет исследования: создание межрегионального телеканала

Цель исследования: Определение подходов к поддержанию уровня информационного сопровождения деятельности органов государственной власти в условиях сокращения бюджетного финансирования.

Методы. Исследование возможностей медиа рынка Уральского федерального округа, использование проектной методологии для создания и управления межрегиональным телеканалом.

Результаты. Определены основные подходы к информационной поддержке органов государственной власти на основе создания межрегионального телеканала.

Научная новизна. Предложен подход к созданию и управлению телевизионным каналом как межрегиональным проектом.

Ключевые слова: межрегиональный проект, медиа рынок, управление проектами, телевизионный канал.

MANAGEMENT OF THE INTERREGIONAL PROJECT IN THE SYSTEM OF INFORMATION MAINTENANCE OF ACTIVITY OF PUBLIC AUTHORITIES

Murinovich A. A.

The senior teacher of department of economy, the Ural institute of economy, management is also right (Russia), 620026, Yekaterinburg, Lunacharsky St., 194, murin.an.an@gmail.com

Kirillov B. A.

Candidate of Sciences (Historical), Valid state councilor of the Russian Federation of the 2nd class, Deputy Plenipotentiary Representative of the President of the Russian Federation in the Ural Federal District, Office of the Plenipotentiary Representative of the President of the Russian Federation in the Urals Federal District (Russia), 11 Dobrolyubova str., Ekaterinburg, Russia, 620014, murin.an.an@gmail.com

© Муринович А. А., Кириллов Б. А., 2017

Object of research: creation of interregional TV channel

Research objective: Definition of approaches to maintenance of level of information maintenance of activity of public authorities in the conditions of reduction of the budgetary financing.

Methods. A research of opportunities of media of the market of the Ural Federal District, use of design methodology for creation and management of interregional TV channel.

Results. The main approaches to information support of public authorities on the basis of creation of interregional TV channel are defined.

Scientific novelty. Approach to creation and management of television channel as the interregional project is offered.

Key words: interregional project, media market, project management, television channel.

Введение

В условиях осуществляющейся оптимизации государственных расходов и снижения долговой нагрузки на бюджеты всех уровней, в России на передний план выходят проблемы организации обратной связи между органами власти и гражданским обществом, необходимость развития информационного сопровождения деятельности законодательных и исполнительных ветвей власти.

Имеющиеся ограниченные ресурсы региональных и местных властей, в первую очередь, расходуются на выполнение социальных и бюджетных обязательств перед населением территории, и средств на создание объективной информационной картины региона зачастую не хватает.

Меняющиеся экономические и политические реалии заставляют государство создавать современные механизмы управления пропагандой и информационными освещением происходящих в обществе процессов. Одним из эффективных инструментов указанных механизмов выступают информационно-медийные проекты на различных уровнях: федеральном, межрегиональном, региональном, муниципальном.

В представленной статье рассмотрен межрегиональный уровень. Целью статьи является рассмотрение подходов к разработке межрегионального информационно-медийного проекта по организации деятельности телеканала.

Необходимо отметить, важность организационно-управленческих отношений, возникающих в межрегиональных социально-экономических системах в процессе формирования и реализации межрегиональных проектов по информационному сопровождению деятельности органов государственной власти, доведения до граждан сущности, происходящих в регионах политических, социальных и экономических событий.

В связи с чем, авторы рассматривают, управление телеканалом информационного сопровождения деятельности органов государственной власти с использованием проектной методологии, как управление межрегиональным проектом.

Предлагаемая статья является продолжением работ автора по данной тематике [1–7]. Проблемы межрегиональной кооперации, совместной реализации информационно-медийных проектов регионами в условиях как высокой конкуренции, так и кризисных явлений в экономике России требуют дополнительных исследований, являются актуальными для развития территорий регионов [8].

Описание проблемы

Вопрос о сокращении затрат на информационную поддержку органов власти был поставлен на Форуме действий ОНФ 5 декабря 2013 г. По итогам Форума 16 января 2014 г. Президент РФ подписал перечень поручений № Пр-78 , где губернаторам регионов рекомендовано проанализировать расходы на информационное освещение деятельности региональных органов власти и принять меры по оптимизации таких затрат. Цель этих изменений – повышение открытости и доступности сведений о расходах на информационное обеспечение региональных органов власти (согласно выступления И. Р. Холманских на заседании Совета по информационной политике при полномочном представителе Президента Российской Федерации в Уральском федеральном округе в формате совместного заседания с Советом главных редакторов (руководителей) средств массовой информации Уральского федерального округа, 2016).

Выступая на заседании Общественной палаты России 24 июня 2015 г. Президент отметил, что поручение по сокращению расходов на «пиар» органов власти нередко выполняется формально. Отмечается и стремление «спрятать» эти затраты, укрыть их от общественного контроля. «У нас народ изобретательный, тут же придумают какие-то другие источники, вроде как и внебюджетные. Поэтому общественный контроль и профессиональная оценка сообщества в высшей степени востребованы» – подчеркнул Глава государства.

Задача оптимизации затрат на информационное обеспечение органов власти находится на постоянном

контроле у Президента РФ. Посмотрим, как она решается в Уральском федеральном округе.

В целом по округу наблюдается устойчивое снижение бюджетных затрат на информационное сопровождение деятельности региональных органов власти. В 2014 году на эти цели было израсходовано более 972,9 миллионов рублей, а в 2015 году данная сумма составила 925,7 миллионов, в 2016 году – около 907 миллионов. Однако, по регионам УрФО можно выделить три группы:

Первую группу составляют регионы со значительным сокращением расходов на информационное обеспечение органов власти. В нее входят ХМАО – Югра и ЯНАО. Так, на Ямале подобные затраты в 2016 году по сравнению с 2014 годом сокращаются более чем 55 процентов, а в Югре – почти на 16 процентов.

Вторую группу образуют Тюменская Челябинская области. В этих территориях имеет место небольшое снижение расходов. В частности, на Южном Урале затраты с 2014 по 2016 годы сократились на 2,3 процента. В Тюменской области за тот же период уменьшение расходов составило 7,22 процента.

В третью группу входят те регионы, где устойчивого снижения затрат на информационное обеспечение органов власти не произошло. В частности, в Курганской области такие расходы в 2015 году по сравнению с предыдущим годом увеличились более чем на 9 процентов. В Свердловской области, подобные расходы в 2015 году уменьшились, зато в 2016 году произошел их ощутимый рост. В итоге за 2014–2016 годы общее увеличение данной категории затрат составит около одного процента. В таблице 1 представлен медиа рынок Уральского федерального округа.

Следует отметить, что снижение затрат на информационное обеспечение органов власти это болезненный для медиа-сообщества процесс, сочетающийся с общим сокращением рекламного рынка в регионах. В настоящее время вопрос о полном прекращении государственной поддержки СМИ не стоит, но финансирование масс-медиа из региональных бюджетов будет сокращаться. Следовательно, необходима адаптация к новым экономическим условиям.

Табл. 1. **Медиа-рынок Уральского федерального округа на 01.01.2017**

Область	**Всего**	**Печатные СМИ**	**Интернет-издания и информагентства**	**Традиционные электронные СМИ**
Свердловская	1046	654	40	352
Тюменская область, Ханты-Мансийский автономный округ – Югра, Ямало-Ненецкий автономный округ	856	430	32	394
Челябинская	714	503	7	204
Курганская	107	78	–	29
УРФО	**2723**	**2665**	**79**	**979**

Данные территориального управления Роскомнадзора

Создание телеканала

Развитие региональной экономики характеризуется текущим уровнем производственных отношений и производительности труда, качеством региональной инфраструктуры и услуг, наличием ресурсов и производств, финансовым и трудовым потенциалом региона, пересечением частных и общественных интересов предприятий, организаций и органов власти различных уровней и др.

Одной из основных функций органов власти является не только развитие экономики, создание благоприятных социально-экономических условий для привлечения инвестиций в регион, но правильное и своевременное информирование населения о происходящих улучшениях. Пренебрежение и недооценка важности информационного сопровождения деятельности органов региональной и местной власти в условиях современного информационно-открытого общества является недопустимым.

Предприятия и организации в рыночных условиях, существуют в условиях жесткой конкуренции, обусловленной присутствием на региональном рынке игроков как с различными формами собственностями, так и территориальной принадлежностью. Кроме того осознание необходимости преемственности в своём развитии вынуждают региональные власти максимально эффективно заниматься собственной рекламой и продвижением, завоеванием доверия избирателей.

Развитие экономики в регионах, требует не только комплексного развития территорий, но и региональной кооперации и государственной поддержки в части информирования населения. Для привлечения инвесторов региональным и муниципальным властям, необходимо создавать как нормативно-правовую основу, гарантирующие интересы инвестора, так и грамотно позиционировать регион как объект вложения инвестиций.

Получение синергетических эффектов за счет экономии на масштабе в крупных инвестиционных проектах, снижение предпринимательских рисков за счет

получения государственных инвестиций или предоставления гарантий, заинтересованность региональных и местных властей в создании новых рабочих мест и улучшения условий проживания населения, возможно при привлечении большого количества ресурсов в проекты. Всё это в полной мере касается и проектов в части информации вообще и деятельности современного телевидения в частности.

Не секрет, что современное телевидение очень дорогостоящий проект как в части его технического обеспечения, так и в части присутствия в эфире. Особенно ситуация обострилась после вступления в силу государственных гарантий двадцати общероссийским каналам в части их бесплатного вещания в цифровом качестве на территории всей страны. Эта ситуация ещё больше усложнила ситуацию присутствия регионального канала в эфире или кабельных сетях. Особенно это касается отдалённых региональных территорий.

Региональным властям очень дорого донести сигнал до каждого жителя, так стоимость договора распространения телевизионного канала у популярного спутникового провайдера в HD качестве составляет около 2,5 миллиона рублей в месяц. Стоимость современной студии с пятью монтажными местами и минимально необходимым набором студийных и репортёрских камер, автотранспорта стоит не менее 600 миллионов рублей. Скромный бюджет региональной редакции телевидения составит не менее 400 миллионов рублей в год.

Как правило, самостоятельно регион не в состоянии реализовать такой крупный проект, необходима кооперация как с другими регионами, так и участие в проектах федеральных структур. При этом информационные проекты оказываются, часто невостребованными из-за отсутствия финансовой доходности.

По мнению авторов, повышение конкурентоспособности региона, как самостоятельного субъекта, так и части экономики федерального округа в тесной кооперации с другими субъектами РФ невозможно без грамотной системы действий информационно-рекламного продвижения региона. Конкурентоспособность региона характеризуется прежде всего имиджем, а уже затем: производством, ресурсами, имеющимися активами, человеческим фактором, программой социально-экономического развития, инвестиционным климатом, наличием производственных и научных центров, уровнем развития коммуникаций и инфраструктуры и т.п.

С одной стороны, повышение конкурентоспособности региона осуществляется за счет создания, развития и донесения до потенциальных инвесторов всех своих конкурентных преимуществ: выгодное географическое положение и развития городская инфраструктура; наличие собственных значительных генерирующих электрических мощностей; высокие темы жилищного строительства; широкая сеть учебных заведений всех уровней; наличие земельных ресурсов; конкурентоспособные специалисты с высоким образовательным цензом; наличие научного, интеллектуального и культурного потенциала.

С другой стороны, грамотная информационная политика руководства региона, главный элемент стабильности региона в глазах его жителей.

Конкурентоспособность региональной экономики снижают противоречия объективного и субъективного характера, умело использующиеся в своих конкурентных целях другими регионами путём информирования об этих недостатках. Так же очень большой вред приносит отсутствие согласованности в экономической информационной политике мезо и макроуровней управления, муниципальные и межмуниципальные противоречия. Одним из методов решения многих противоречий и способом реализации интересов государства, регионов и муниципалитетов является методология кооперации – объединения ресурсов, в том числе информационных для решения стоящих перед любым регионом задач своего продвижения и завоевания места рейтинге регионов России.

Авторы рассматривают межрегиональный проекта, как элемент государственного управления, выполняемый в интересах нескольких субъектов (регионов) Российской Федерации, являющихся его заказчиками и осуществляющих реализацию мероприятий проекта на основе кооперации. Несмотря на то, что в реализации крупномасштабных проектов заинтересовано не только государство и государственные корпорации, но и частные компании и население охватываемых территорий, авторы сознательно делают акцент на государственности этого элемента управления.

На межрегиональном уровне используется потенциал территории, стимулируется развитие смежных производств, обеспечивается устойчивый рост занятости, вследствие чего будут улучшаться социальные условия жизни населения, т.е. выполняются государственные функции и решаются государственные задачи. Именно поэтому, элемент государственности немаловажен при создании реализации информационно-медийных проектов. Ведь кроме рекламной составляющей, любая медиактивность регионов должна обязательно проходить в русле государственной повестки, выполнять задачи идеологической направленности задаваемой Президентом РФ.

Заключение

Одним из наиболее затратных, но и наиболее эффективным медийным ресурсом для регионов, на взгляд авторов является собственный телеканал для Уральского федерального округа. С одной стороны,

опросы населения указывают на снижение популярности и значимости для общества печатных СМИ, с другой стороны важной остается эмоциональная составляющая в информационном поле.

Кроме того, именно телевидение по-прежнему является наиболее авторитетным ресурсом для большинства населения. Утверждение, что «в телевизоре врать не могут» по-прежнему актуален для большинства россиян, особенно в глубинных территориях.

С другой стороны, современные средства доставки телесигнала до потребителя (так называемая «последняя миля») сделали телевизионный охват глобальным, но чрезвычайно дорогим занятием для производителей, за исключением 20 мультиплексных каналов, доставка которых до потребителя является для производителей условно бесплатной за счет государственного субсидирования.

Телевидение очень ёмкий, но и очень эффективный пропагандистский ресурс. В условиях ослабления влияния централизованной власти именно он может оказаться и разрушающим идеологическим элементом, несущим различные общественные настроения, включая сепаратистские и квазидемократические идеи и течения. Отсутствие государственного контроля за информационно-идеологической составляющей региональных СМИ обязательно окажет негативное воздействие на единство России как государства, так и для региона в целом. Региональная власть не может существовать отдельно от всего комплекса государственной власти в стране. Именно ещё и поэтому, создание межрегионального телевизионного канала способно свести риски «самостийности» к минимуму.

Литература:

1. Муринович А. А. О роли предварительного исследования в проектном управлении муниципальными программами // Самоуправление. 2014. № 5.
2. Муринович А. А., Логинов М. П. Межрегиональный проект как метод реализации государственных экономических интересов // Проблемы теории и практики управления. 2015. № 1.
3. Муринович А. А., Логинов М. П. Формирование механизмов управления региональными проектами в России (кибернетический подход) // Региональная экономика: теория и практика. 2017. № 4.
4. Муринович А. А., Логинов М. П. Использование проектной методологии в развитии федеральных округов Российской Федерации // Региональная экономика: теория и практика. 2015. № 7 (382).
5. Муринович А. А., Логинов М. П. Муниципальный опыт реализации социальных проектов // Муниципалитет: экономика и управление. 2014. № 3 (8).
6. Муринович А. А., Логинов М. П. Принципы и методы управления межрегиональными проектами // Вопросы управления. 2014. № 5 (30).
7. Муринович А. А., Логинов М. П. Межрегиональный проект: теория, методология, практика. Екатеринбург: Изд. УИУ РАНХиГС, 2017.
8. Бодрова Ж. А., Логинов М. П. Территориальный маркетинг как инструмент привлечения инвестиций // Маркетинг в России и за рубежом. 2015. № 4.

References:

1. Murinovich A. A. About a role of a preliminary research in project management by municipal programs // Self-government. 2014. № 5.
2. Murinovich A. A., Loginov M. P. Interregional project as method of realization of the state economic interests // Problems of the theory and practice of management. 2015. № 1.
3. Murinovich A. A., Loginov M. P. Formation of mechanisms of management of regional projects in Russia (cybernetic approach) // Regional economy: theory and practice. 2017. № 4.
4. Murinovich A. A., Loginov M. P. Use of design methodology in development of federal districts of the Russian Federation // Regional economy: theory and practice. 2015. № 7 (382).
5. Murinovich A. A., Loginov M. P. Municipal experience of implementation of social projects // Municipality: economy and management. 2014. № 3(8).
6. Murinovich A. A., Loginov M. P. Principles and methods of management of interregional projects // Questions of management. 2014. № 5(30).
7. Murinovich A. A., Loginov M. P. Interregional project: theory, methodology, practice. Yekaterinburg: UIU RANEPA publishing house, 2017.
8. Bodrova Zh. A., Loginov M. P. Territorial marketing as the instrument of attraction of investments // Marketing in Russia and abroad. 2015. № 4.