

О ПРОЕКТЕ

Проект программы ЕС «Соседство» Еврорегиона Карелия «Региональный маркетинг, стратегическое планирование и развитие бизнес-консультирования в городах Йоэнсуу и Петрозаводск»

Долгосрочная цель проекта

Создание условий для более тесного сотрудничества, усиление экономических связей между городом Петрозаводском и регионом Йоэнсуу.

Долгосрочная цель способствует реализации ключевых положений стратегий развития двух городов, в частности, в таких аспектах, как региональный маркетинг, развитие деловой жизни и бизнес-контактов.

Прямая цель проекта

Создание в Петрозаводске действующей модели агентства территориального развития, определение роли такого агентства в процессе регионального развития. Посредством достижения данной цели, проект внесет вклад в развитие бизнеса, регионального маркетинга (повышение узнаваемости Петрозаводска в регионе Йоэнсуу) и стратегического планирования в городе Петрозаводске. Обмен опытом между Петрозаводском и Йоэнсуу в области стратегического развития даст начало процессу эффективного взаимного обучения и дальнейшего сотрудничества в этой сфере.

Целевые группы:

В России:

- 1) специалисты городской администрации Петрозаводска, партнеры по сотрудничеству и заинтересованные стороны, взаимодействующие в процессе регионального маркетинга и экономического развития;
- 2) предприятия малого и среднего бизнеса;
- 3) исследователи, вовлеченные в процессы регионального маркетинга, экономического развития или мониторинга соответствующих мероприятий.

В Финляндии:

- 1) специалисты городской администрации Йоэнсуу и Агентства Josek;
- 2) предприятия малого и среднего бизнеса региона.



Участники бизнес-миссии в г. Йоэнсуу и Ювяскюля, март 2009 г.

Партнеры:

Ведущий партнер

Агентство развития региона Йоэнсуу, Josek Ltd. Агентство несет оперативную ответственность за определение и формирование региональной экономической политики, бизнес-консультирование, стимулирование деловой активности и маркетинг региона.

Российские партнеры:

Основной партнер: Администрация Петрозаводского городского округа
Дополнительный партнер: Карельский научный центр Российской Академии наук.

Основные вехи реализации проекта

Проект «Петрозаводск-Йоэнсуу: Города в Развитии» начался в мае 2007 года и завершается в декабре 2009 года. Его основными направлениями являлось:

- изучение потребностей предприятий малого и среднего бизнеса Петрозаводска и сложившейся сферы консалтинговых услуг для определения перспективных форм поддержки и развития консалтинга на территории города, в том числе, для развития международных экономических контактов
- проведение ряда исследований по имиджу регионов Петрозаводска и Йоэнсуу для выработки маркетинговых шагов по продвижению регионов во внешнем мире
- разработка для Петрозаводска наиболее перспективной модели организации («Петрозаводского агентства городского развития»), ориентированной на поддержку регионального развития на основе лучшего российского и финского опыта

В течение первого года проекта, с мая 2007 г. по апрель 2008 г., была полностью выполнена исследовательская часть проекта, которая включала в себя:

- исследование «Имидж Петрозаводска в регионе Йоэнсуу»
- исследование «Опыт агентств развития в России»
- исследование «Агентства регионального развития Финляндии»
- исследование «Оценка состояния и исследование потребностей малого и среднего бизнеса в г. Петрозаводске»



Демонстрация моделей пожарных роботов компании Эфэр, июнь 2009 г.

- «Исследование рынка консультационных услуг и мероприятий по поддержке бизнеса в г. Петрозаводске»

Результаты каждого из них были глубоко представлены на четырех специальных открытых презентациях. Краткие результаты каждого исследования приведены в данной брошюре.

Возможность достаточно глубоко изучить опыт финских агентств регионального развития предста-

вилась российским партнерам проекта – представителям Администрации Петрозаводского городского округа, Карельского научного центра РАН и команде проекта, – во время двух обучающих недельных программ, состоявшихся в ноябре 2007 года и марте 2008 года. Еще ближе познакомиться с опытом друг друга в сфере стратегического планирования, регионального маркетинга и бизнес-консультирования представители Петрозаводска и Йоэнсуу смогли на четырех международных семинарах, состоявшихся в Йоэнсуу в декабре 2007 года и марте 2008 года, в Петрозаводске в мае 2008 года и июне 2009 года.

Одним из востребованных направлений деятельности проекта стала организация бизнес-визитов финских предпринимателей в Петрозаводск и предпринимателей столицы Карелии в Финляндию (в первую очередь, в Йоэнсуу). Всего таких визитов было организовано 6 – в сентябре 2007 года (г. Петрозаводск), в июне 2008 года (г. Йоэнсуу), в октябре 2008 года (г. Ювяскюля), в марте 2009 года (г. Йоэнсуу, г. Ювяскюля), в сентябре 2009 года (г. Миккели), в октябре 2009 года (г. Петрозаводск). В каждом из этих мероприятий принимало участие от 5 до 20 компаний с обеих сторон. Результатом подобных встреч призвано стать расширение международной экономической кооперации. За время проекта:

- в регионе Йоэнсуу нашла нескольких партнеров и заказчиков своих услуг петрозаводская IT-компания «Интерсо»
- найден партнер для компании «Лесконсульт» (регион Йоэнсуу)
- успешно апробирована модель продвижения отдыха в регионе Йоэнсуу для туристов из Петрозаводска, партнером с российской стороны стала компания «Эраунд.ру»
- найдены заказчики в Петрозаводске для продукции компании «Амадос» (г. Миккели)

Еще для нескольких финских и петрозаводских компаний были апробированы механизмы поиска партнеров, такие как проведение маркетингового исследования (г. Петрозаводск, декабрь 2008 года), организация маркетинговых мероприятий (г. Петрозаводск, октябрь 2008 года), представление информационных материалов на выставке (г. Йоэнсуу, июнь 2008 года).

Всего осуществлялся целенаправленный развернутый поиск партнеров для 14 компаний Петрозаводска и Йоэнсуу. Опыт продвижения экономического партнерства между компаниями Финляндии и России изучался представителями проекта во время двух визитов в г.С.-Петербург, состоявшихся в апреле 2008 года и мае 2009 года. Состоялись ознакомительные встречи в 7 международных офисах, ставящих своей целью развитие прямых экономических связей между предпринимателями двух стран. Были выявлены и проанализированы 3 модели организации деятельности подобных офисов – как представительств агентств регионального



Совместное обсуждение рабочих планов



Рабочий семинар по проекту, март 2009г., Йоэнсуу

развития Финляндии, как международных общественных организаций, как офисов бизнес-ассоциаций.

Для поиска шагов по развитию рынка консалтинговых услуг Петрозаводска были организованы круглые столы и информационные семинары с представителями консалтинговых компаний – в апреле 2008 года, в январе 2009 года, феврале 2009 года. В том числе, на основании финского опыта были сформулированы две сферы потенциального интереса и поддержки со стороны органов местного самоуправления Петрозаводска деятельности консалтинговых компаний:

- поддержка начинающих предпринимателей
- поддержка компаний, расширяющих рынки сбыта и производственную кооперацию за пределы города и Карелии

В сфере регионального маркетинга и поиска инструментов формирования продвижения современного имиджа Петрозаводска также состоялось несколько мероприятий, среди которых необходимо отметить «круглые столы» в рамках конференций «Международные связи муниципалитетов» в ноябре 2008 и 2009 гг., а также специально организованный экспертно-проектировочный семинар «Новые брэнды Петрозаводска: проблемы и перспективы» (февраль 2009 года). Его итогом стала систематизация имиджевых ресурсов Петрозаводска и постановка задачи разработки концепции нового туристическо-имиджевого объекта для строительства на территории города.

Все названные выше разработки, выполненные в рамках проекта, систематизировались во время заседаний Экспертного совета и Рабочей группы, осуществлявших свою деятельность с осени 2007 года по ноябрь 2009 года. Итогом их деятельности стали следующие концептуальные документы, определяющие цели создания и подготавливающие деятельность «Петрозаводского агентства городского развития»:

- а) Концепция деятельности «Петрозаводского агентства городского развития»;
 - б) проект Устава автономной некоммерческой организации «Петрозаводское агентство городского развития»;
 - в) проект Концепции маркетинга и брендинга города Петрозаводска.
- Все данные документы также включены в итоговую брошюру.

ИССЛЕДОВАНИЯ

Имидж региона Йоэнсуу в Петрозаводске и оценка развития контактов между городами

Весной 2007 года Аналитическим центром «Перспектива» (г. Петрозаводск) было проведено исследование имиджа Йоэнсуу в Петрозаводске. Оно включало в себя:

- а) опрос 475 жителей столицы Карелии об их опыте встреч с жителями Финляндии;
- б) анкетирование 62 специалистов, связанных с подготовкой и реализацией международных проектов;
- в) интервьюирование 22 экспертов в сфере международных связей.

Наиболее яркие результаты данного исследования таковы:

- в Финляндии бывал практически каждый четвертый взрослый петрозаводчанин (24,2%), а практически каждый второй (46,7%) общался с жителями Финляндии на территории Карелии
- у каждого четвертого петрозаводчанина (25,7%) есть близкие знакомые или родственники, переехавшие жить в Финляндию; это превышает число имеющих близких знакомых или родственников, переехавших жить в С.-Петербург (21,3%) или в Москву (13,7%)
- у 66% петрозаводчан, общавшихся с жителями Финляндии, осталось от этих контактов положительное впечатление, отрицательное – только у 6% жителей Петрозаводска
- при оценке экспертами динамики контактов Петрозаводска с Йоэнсуу лидирует ответ «интенсивность сотрудничества усиливается, но явно недостаточно» 29%)
- с точки зрения содержания контактов с представителями Йоэнсуу лидируют «культурные контакты» (59,7%), далее идут «туристические поездки» (58,1%) и профессиональные контакты (40,3%); среди наиболее перспективных направлений развития сотрудничества названы «профессиональные контакты» (56,5%) и «бизнес-контакты» (54,8%)
- в имидже Йоэнсуу, сформировавшемся на территории Петрозаводска, безусловно, преобладают позитивные черты. Несмотря на информированность о ряде проблем Йоэнсуу, никто из экспертов не подверг сомнению высокую инновационную устремленность данного региона, готовность экспериментировать и меняться в соответствии с требованиями времени
- при выявлении имиджа Йоэнсуу среди петрозаводских экспертов лидируют такие оценки, как «приграничный регион» (66,1%), «образовательный центр» (51,6%), «туристический центр» (32,3%)
- среди наиболее перспективных направлений для развития бизнес-контактов между Петрозаводском и Йоэнсуу явно лидирует туризм – его

отметили 67,7% экспертов. Далее идут деревообработка (33,9%), индивидуальное жилищное строительство (30,6%), торговля и энергосберегающие технологии (по 29%), транспорт 21%)

Имидж Петрозаводска в регионе Йоэнсуу

Целью данного исследования, выполненного Университетом прикладных наук Северной Карелии в октябре 2007 – январе 2008 года, является содействие дальнейшему развитию трансграничного сотрудничества между Финляндией и Россией. Оно является продолжением подобного исследования имиджа региона Йоэнсуу, выполненного в Петрозаводске весной 2007 г.

Основные результаты таковы:

- в Петрозаводске бывал примерно каждый четвертый взрослый житель региона Йоэнсуу (27%); в течение ближайших 5 лет хотя бы раз посетить столицу Карелии предполагают 55%, остальные 45% не имеют такого намерения
- по туристической привлекательности среди российских городов Петрозаводск занимает среди жителей Йоэнсуу только четвертое место, уступая С.-Петербургу, Москве и Выборгу. Это может иметь под собой по меньшей мере две причины: недостаток информации о туристических достопримечательностях, а также затруднительное транспортное сообщение
- среди позитивных факторов туристической привлекательности Петрозаводска лидируют наличие интересных исторических мест, архитектура, живописный ландшафт, дружелюбие и гостеприимство жителей, а среди негативных – недостаточная безопасность, нехватка услуг размещения и низкий уровень обслуживания в гостиницах
- более благоприятный имидж Петрозаводска сложился у молодежи и у женщин
- по мнению экспертов, наибольший потенциал роста сотрудничества между Петрозаводском и Йоэнсуу имеет развитие бизнес-контактов, а наиболее перспективными сферами названы туризм, металлообработка и машиностроение



Посещение телекомпании Ника плюс, февраль 2008 г.

- Петрозаводск воспринимается экспертными организациями в более позитивном ключе, чем обычными жителями/туристами. Причина тому – более высокий уровень контактов; это также отражает потенциал сотрудничества, который присутствует в обоих городах. Несмотря на очевидный интерес к дальнейшему развитию контактов с российскими партнерами, предприятия малого бизнеса Йоэнсуу занимают довольно

пассивную позицию в процессе развития сотрудничества. Они готовы обсуждать возможности взаимодействия, но большинство не занимается активным поиском клиентов, находясь в ожидании того, что новые контакты сами придут извне

Исследование рынка консультационных услуг и мероприятий по поддержке бизнеса в г. Петрозаводске

Исследование было проведено специалистами Института экономики Карельского научного центра РАН в начале 2008 года с целью комплексного анализа рынка консультационных услуг в г. Петрозаводске, выявления его проблем и перспектив, возможностей взаимодействия с консультационными компаниями ЕС и Финляндии.

Оно включало в себя анкетирование 80 петрозаводских малых и средних компаний, анализ официальных статистических данных, отчетов и материалов Министерства экономического развития РК, Администрации г. Петрозаводска и Торгово-Промышленной палаты Республики Карелия, Института экономики Карельского научного центра РАН, а также публикаций в СМИ, коммерческих предложений и отчетов компаний, материалов Интернет-сайтов.

Результаты исследования показали:

- сам рынок и культура работы с консультантами в г. Петрозаводске находится в стадии становления – деятельность компаний малого и среднего бизнеса характеризуются достаточной степенью закрытости и, по большому счету, ориентированы на решение возникающих проблем за счет собственных сил, в частности, на момент проведения исследований только лишь около 30% из компаний прибегали к услугам консультантов; как правило, преобладают разовые обращения к консультантам
- несмотря на большое количество консультационных компаний на рынке г. Петрозаводска (66 местных фирм) оказывать достаточно широкий спектр услуг способны немногие компании (около 15); наиболее известны потребителям 5 компаний и организаций
- более всего консалтинговых компаний (18) работает в сфере управления и финансов, далее идет юридический консалтинг (14 компаний), рекламный и маркетинговый консалтинг (9)
- 60% всех обращений малых и средних компаний г. Петрозаводска в консультационные фирмы относятся к следующим сферам:
 - решение юридических вопросов, связанных с открытием, регистрацией, развитием, договорной и иной деятельностью компаний
 - консультационные услуги в области бухгалтерского и управленческого учета (в том числе аудит)
 - услуги в области подбора и обучения персонала, переподготовки и повышения квалификации кадров
 - услуги в сфере управленческого консалтинга и стратегического планирования (включая и услуги в области бизнес-планирования)
 - услуги по разработке и согласованию разного рода проектно-технической документации

- по мнению потребителей, наиболее трудно получить качественные услуги в сфере кадрового, финансового и проектно-технического консалтинга; приоритетными направлениями по потенциальной востребованности среди малого и среднего бизнеса являются (перечислены в порядке убывания значимости): кадровый консалтинг, маркетинговый консалтинг, управленческий консалтинг, инновационный консалтинг, комплексный консалтинг и девелопинг
- выход на международные рынки (в своем большинстве это рынок Финляндии и Европейского Союза) со своей продукцией (услугами) предполагают 11,4% опрошенных компаний малого и среднего бизнеса

Оценка состояния и исследование потребностей малого и среднего бизнеса в г. Петрозаводске и Республике Карелия. Анализ административных барьеров

Исследование было проведено специалистами Института экономики Карельского научного центра РАН в конце 2007 года с целью оценки состояния, основных проблем и перспективных направлений развития малого и среднего бизнеса в г. Петрозаводске, а также анализа административных барьеров его развития. Оно включало в себя анкетирование руководителей 80 петрозаводских малых и средних компаний, анализ официальных статистических данных, выявление и оценку административных барьеров развития МСБ, оценку мер государственной политики и муниципальной политики поддержки МСБ.

Общепризнанным показателем развития сектора малого бизнеса независимо от масштабов региона является плотность малого предпринимательства, рассчитанная как число субъектов малого бизнеса на 1000 жителей. Количество малых предприятий в городе Петрозаводске на 1000 человек в 1,9 раза выше, чем в среднем по республике и по Российской Федерации (для сведения: в Российской Федерации на 1000 жителей приходится 7 малых предприятий, в городе Петрозаводске – 13).

Как показывают результаты проведенного исследования, только за последние четыре года **более чем в 2 раза выросла производительность труда в малом бизнесе**. Рост производительности труда обеспечивается за счет приобретения нового, более производительного оборудования, сокращения производственных издержек, обучения и переподготовки персонала.

Главным достижением в деятельности своей компании опрошенные предприниматели считают благоприятную психологическую атмосферу (45%), налаженное производство товаров (38%), налаженные каналы сбыта (36%), конкурентоспособную продукцию (услуги) (32%).

При прогнозировании будущего 51% определили главными влияющим на бизнес проблемами нестабильность законодательства (налогового, гражданского, в области использования природных ресурсов и др.), 29% – рост тарифов естественных монополий, 26% – обострение конкуренции со стороны компаний из Москвы, С.-Петербурга, других регионов России, 16% – нестабильность банковской системы, 15% – усиление влияния власти на экономику, 14% – обострение конкуренции на рынке труда, 14% – политическую нестабильность.

При ответе на вопрос о планах по расширению географии своего бизнеса, в основном (38%), предприниматели ориентируются на расширение своего бизнеса в пределах Карелии; возможности выхода в другие регионы России рассматривают для себя 15% опрошенных, а возможности выхода своего бизнеса на рынки соседней Финляндии – 7%; не собираются расширять географию бизнеса 15%:



По данным опроса, к приносящим наибольшие трудности из контролируемых (проверяющих) служб относятся следующие: пожарный надзор (20% респондентов), налоговая инспекция (18%), «Ростехнадзор» (15%) и «Санитарно-эпидемиологическая служба» (15%). При этом 30% респондентов заявили, что никакие контролирующие службы не приносят трудностей.

Результаты анкетирования также показали, что 60% опрошенных фирм осуществляют благотворительную, спонсорскую и меценатскую деятельность, что характеризует достаточно высокую социальную ответственность субъектов малого и среднего бизнеса.

Агентства развития в России

Данное исследование выполнено осенью 2007 года специалистами Фонда «Центр стратегических разработок «Северо-Запад» (г. С.-Петербург). Его целью было обобщить российский опыт создания Агентств развития, выделить лучшую практику каждого из них.

Было выделено 2 модели деятельности Агентств:

1) **Агентство развития территории** – организация, разрабатывающая концепцию и осуществляющая реконструкцию, развитие и использование объектов недвижимости, расположенных на определенной территории.

2) **Агентство инвестиционного развития** – организация, уполномоченная органами власти от своего имени заниматься оказанием услуг по привлечению инвестиций.

Также были выделены следующие преобладающие функции российских агентств развития:

- разрабатывать бизнес-планы по реконструкции и развитию объектов инвестирования
- привлекать инвесторов для реализации проектов на территории
- осуществлять подготовку территории к инвестиционной деятельности, в т. ч. инженерную
- осуществлять развитие (девелопмент) объектов недвижимости
- осуществлять управление, владение и пользование расположенными на территории объектами недвижимости
- подбор участников для локализации проектов
- организация контактов с местными властями
- урегулирование вопросов обеспечения будущих сооружений коммуникациями
- содействие максимально быстрому прохождению необходимых бюрократических процедур, оформлению документов
- поиск местных партнеров для реализации проектов
- содействие в получении аналитической информации о текущем потенциале различных сегментов рынка
- информационное сопровождение проектов
- организация переговоров и визитов

В качестве наиболее ярких примеров деятельности Агентств развития в России была проанализирована деятельность Агентства инвестиционного развития Ростовской области, Агентства инвестиций и развития Пензенской обл., Агентства стратегических инвестиций и Агентства развития территорий Санкт-Петербурга.

Потенциал сотрудничества финских агентств регионального развития с Агентством развития Петрозаводска (АРП)

Центр Региональных Исследований Университета Йоэнсуу (Spatia) провел весной 2008 года исследование потенциала сотрудничества финских агентств регионального развития и некоторых городов Финляндии с будущим АРП. Исследование проводилось в сотрудничестве с SEKES – ассоциацией организаций регионального развития Финляндии.

К источникам информации настоящей работы относятся ранее проведенные исследования, статистические данные и Интернет. В дополнение, были направлены анкеты в 39 агентств регионального развития и 18 городов Финляндии, получено 22 ответа.

Текущее сотрудничество с Россией среди агентств регионального развития и городов направлено, в основном, на Санкт-Петербург. Вместе с тем, около половины опрошенных организаций (12) имели по крайней мере единичные контакты с Петрозаводском. В целом, 15 организаций высказали заинтересованность в со-

трудничестве с будущим АРП. Это позволяет сделать вывод, что будущее Агентство развития Петрозаводска может превратиться в важный пункт сети сотрудничества финских и российских организаций на СЗ России.

В целом, с позиции финских компаний, рынки в России привлекательны, но и связаны с рядом сложностей. Чтобы начать бизнес в России, требуются особые навыки, ресурсы и контакты. В отличие от ранее существовавшей системы (беспошлинной) торговли с СССР, сегодня компания сама должна прокладывать дорогу для экспорта своих товаров. Среди наиболее распространенных трудностей, с которыми сталкиваются финские компании, следует упомянуть различия в деловой культуре, в уровне владения языками, а также коррумпированность государственного сектора. В такой ситуации поддержка, консультирование, обучение первым шагам по развитию бизнеса в России особенно необходимы небольшим фирмам. Например, по данным недавнего исследования, проведенного в Северной Карелии (Финляндия), компании, заинтересованные в российском бизнесе, в первую очередь нуждаются в поддержке при поиске надежных партнеров по сотрудничеству в России, при решении юридических вопросов и поиске персонала (Корхонен и др., 2008).



Текущее сотрудничество с Россией среди агентств регионального развития и городов Финляндии направлено, в основном, на Санкт-Петербург. Вместе с тем, около половины опрошенных организаций (12) имели по крайней мере единичные контакты с Петрозаводском. В целом, 15 организаций высказали заинтересованность в сотрудничестве с будущим АРП. Это позволяет сделать вывод, что будущее Агентство развития Петрозаводска может превратиться в важный пункт сети сотрудничества финских и российских организаций на СЗ России.

Однако, в силу того, что финские агентства регионального развития рассматривают ситуацию под углом экономической политики, их интерес к сотрудничеству лежит, прежде всего, в развитии трансграничного бизнеса. Возможности для сотрудничества, усматриваются, в первую очередь, в туризме и металлообработке. Финские агентства регионального развития и города, которые ответили на анкету, были единодушны относительно наиболее важных функций будущего АРП – сильная ориентация на бизнес, которая будет содействовать интернационализации предприятий. Это мнение поддерживается и статистическими данными: за последнюю декаду торговля и инвестиции между Финляндией и Россией переживают подъем, что находит отражение и в растущих потребностях в государственных услугах по консультированию и поддержке бизнеса. Однако, по примеру финской модели, ожидается, что агентство не станет замыкать на себя все возможные услуги для бизнеса, а станет центром надежной экспертной сети. Немаловажным является и то, каким образом агентству удастся выстроить отношения с партнерскими сетями на национальном уровне.

ИТОГОВЫЕ ДОКУМЕНТЫ

Проект

Концепция деятельности «Петрозаводского агентства городского развития»

«Петрозаводское агентство городского развития» – автономная некоммерческая организация, создание которой подготовлено в рамках международного проекта «Петрозаводск–Йоэнсуу: города в развитии».

К лету 2008 года завершена масштабная исследовательская работа, связанная с международным имиджем Петрозаводска, проблемами и перспективами развития малого и среднего бизнеса, рынка консалтинговых услуг, деятельностью российских и финских агентств городского и регионального развития. Сделан ряд шагов в сфере регионального маркетинга Петрозаводска и налаживания контактов между бизнесменами Петрозаводска и региона Йоэнсуу.

Создание «Петрозаводского агентства городского развития» актуально в связи со следующими **тенденциями**:

- повышение федеральных требований к качеству регионального и муниципального стратегического планирования и управления;
- интенсификация контактов с другими городами (регионами, странами), рост внешнего интереса к ресурсам города;
- стремительный рост конкуренции между регионами и городами за ресурсы развития (государственные и частные инвестиции, кадры, туристические потоки и др.).

Данные тенденции обостряют следующие **проблемы**:

- отсутствие устойчивых механизмов развития экономических контактов Петрозаводска с другими городами и территориями;
- дефицит постоянного стратегического планирования городского развития, нехватка механизмов порождения эффективных «образов будущего» и соответствующих инициатив.

Стратегическая цель Агентства – содействовать повышению деловой, управленческой, туристической, социальной привлекательности и конкурентоспособности Петрозаводска для жителей города, представителей других регионов России и федерального центра, зарубежных стран.

Основные направления деятельности Агентства:

- 1) **создание эффективных «образов будущего» (моделей развития города) и разработка соответствующих инициатив** – организация устойчивой и открытой системы планирования и мониторинга стратегического развития города и отдельных сфер его жизнедеятельности;
- 2) **поддержка растущего бизнеса** – улучшение условий для конкурентоспособных предприятий и компаний, действующих в Петрозаводске в региональном,

национальном и международном масштабе, способствовать увеличению количества рабочих мест;

3) формирование и продвижение благоприятного имиджа города в деловой, туристической, социальной сферах;

4) поддержка эффективной реализации стратегически значимых муниципальных проектов и программ.

Предполагаемые задачи деятельности Агентства в течение первых трех лет после официального создания в рамках каждого из направлений таковы:

1) создание эффективных «образов будущего» и разработка соответствующих инициатив

- создание и апробирование системы ежегодного анализа развития 5–7 ключевых экономических отраслей Петрозаводска
- организация разработки Стратегического плана развития города до 2025 года
- разработка Программы комплексного социально-экономического развития города на 2011–2013 гг
- разработка Концепции экономического партнерства Петрозаводска и региона Йоэнсуу
- создание и апробирование системы ежегодного анализа по выбранным ключевым направлениям стратегического позиционирования города
- организация площадки для экспертных и общественных дискуссий по значимым вопросам развития Петрозаводска
- проведение ряда социологических исследований общественного мнения горожан по поводу значимых сфер жизни Петрозаводска

2) поддержка растущего бизнеса

- создание сети консалтинговых компаний и консультантов, способных помочь выходу петрозаводского бизнеса в районы Карелии, другие регионы России и страны мира
- обобщение информации о развитии наиболее перспективных предприятий города
- издание ряда справочников для развития бизнеса в Петрозаводске
- создание реестра различных ресурсов для развития бизнеса Петрозаводска (свободных офисных и промышленных помещений, банковских кредитных программ и других видов ресурсов)
- организация маркетинговых мероприятий для поиска партнеров и развития бизнеса представителей Петрозаводска и региона Йоэнсуу, других регионов Финляндии, других регионов России, других стран Европы и мира

3) формирование и продвижение благоприятного имиджа города

- создание и апробация списка перспективных маркетинговых мероприятий (выставки, фестивали, конференции, семинары и т.п.) российского и международного масштаба для повышения разных направлений привлекательности Петрозаводска

- организация ряда собственных «брендообразующих» мероприятий российского или международного масштаба (например, Форума «Финляндия»)
- подготовка списка экономических брендов Петрозаводска, разработка и начало воплощения проектов по их продвижению (подготовка презентационных форм и мест)
- подготовка списка туристических брендов Петрозаводска, разработка и начало воплощения проектов по их продвижению (подготовка мест показа, издание справочников и др.)
- подготовка списка управленческих брендов Петрозаводска, разработка и начало воплощения проектов по их продвижению (подготовка презентационных форм и мест)

4) поддержка эффективной реализации стратегически значимых муниципальных проектов и программ

- создание и апробация реестра консалтинговых услуг, которые оказывает Агентство
- формирование сети отечественных и зарубежных экспертов – партнеров деятельности Агентства
- подготовка и постоянное обновление реестра ресурсных фондов и программ, координация систематической подготовки заявок

В течение первых трех лет деятельности Агентства его ключевыми публичными проектами могут стать:

- **«Стратегический план Петрозаводска – 2020»** (цели – формирование новой уникальности города, ответ на вызовы роста качества городского управления, методические инновации в стратегическом планировании (прецедент российского масштаба))
- **«Петрозаводск-Йоэнсуу: портал международных экономических контактов»** (интенсификация прямых бизнес-контактов Петрозаводска, региона Йоэнсуу и др. финских регионов, прецедент совместного планирования системных экономических проектов, осмысление и продвижение общих глобальных интересов)
- **«Бренды Петрозаводска»** (ребрендинг «летнего фестиваля», продвижение локальных экономических брендов, туристический бренд (объект) международного масштаба, формирование культуры гостеприимства)
- **«Глобализация петрозаводского бизнеса»** (сетевая интеграция консалтинговых компаний, организация муниципальной и консалтинговой поддержки расширяющемуся за пределы города бизнесу, консалтинговая поддержка крупных инвесторов в значимых сегментах).

Основными механизмами реализации Концепции деятельности Агентства станут:

- организация публичных дискуссий, семинаров, конференций и других аналогичных мероприятий
- проведение аналитических исследований и экспертиз

- подготовка документов (концепций, программ и т. д.), определяющих стратегическое развитие города в целом или его отдельных подсистем и элементов
- подготовка и проведение маркетинговых мероприятий и компаний, повышающих привлекательность Петрозаводска
- оказание консалтинговых услуг для представителей бизнеса Петрозаводска, осуществляющих выход в другие муниципальные образования Карелии, другие регионы России и страны мира
- оказание консалтинговых услуг для представителей крупного бизнеса России или Европы, разворачивающих свою деятельность в Петрозаводске
- разработка инициатив и реализация уникальных проектов, имеющих стратегический характер

Проект

Концепция «Основы маркетинга и брэндинга города Петрозаводска»

Петрозаводск характеризуется уникальным географическим положением по отношению к внешним рынкам, политическим центрам и центрам экономического развития, основным товарным, транспортным, энергетическим, туристским направлениям. Такое положение города с одной стороны накладывает определенные ограничения на возможности его развития как самостоятельного многофункционального центра. С другой стороны предоставляет возможности иного рода, которые могут быть успешно использованы городом. В качестве таких потенциальных возможностей рассматриваются следующие:

- включение города в целом, а также отдельных экономических субъектов, расположенных на территории города, во внешние цепочки создания стоимости на условиях определения и углубления специализирующих функций.
- использование значительного потенциала внешних рынков и создание условий по его привлечению в город.

Первая возможность предполагает развитие внешних коммуникаций, как на уровне Администрации г. Петрозаводска, так и на уровне отдельных экономических субъектов, результатом которых будет активное вовлечение производственного, экономического, инфраструктурного и иного потенциала города во внешние цепочки создания стоимости.

В современных условиях, когда на размещение и масштаб производств оказывает влияние высокодинамичная внешняя среда, разнообразные и изменчивые внешние и внутренние факторы, организация производственных процессов претерпевает определенные трансформации. Как на уровне экономических субъектов, так и на уровне территориальных образований различного масштаба (города, муниципального района, региона, страны) общее разделение труда, представленное отраслевой специализацией, теряет свою актуальность в силу того, что под действием НТП, процесса появления новых комплексных продуктов, процессов комбинирования и др. факторов производства все больше приобретают меж-

отраслевой характер. На первый план в организации производства выходит частное разделение труда и технологическая специализация с соответствующими формами межкорпоративного и производственного кооперирования. В частности, в силу этих процессов приоритет перед комплексными производствами полного цикла получают малые высокоспециализированные производства, характеризующиеся следующими особенностями:

- достаточной узкой ассортиментной линией производимой продукции
- углублением специализации на производстве конкретных продуктов (часто – это элементы или составные части (детали) какого-то комплексного или технически сложного продукта)
- гибким графиком производства и возможностями с минимальными издержками перепрофилировать производства на выпуск других видов продукции
- межпроизводственное кооперирование между предприятиями, задействованными в производстве комплексного продукта осуществляются посредством различных форм договорной специализации, подряда и субподряда (аутсорсинга – в производственной деятельности, франчайзинга – в сфере продвижения и реализации продукции)

Такая форма организации производства позволяет оптимизировать затраты на производство, снизить инвестиционные издержки и оптимальным образом распределить рыночные риски между всеми участниками цепочки создания стоимости.

Цепочка создания стоимости в отличие от производственной цепочки включает в себя не только стадии и этапы самого производственного процесса, но также и стадии, предшествующие производству (например, производство и приобретение производственного оборудования, подготовку кадров, финансовое обеспечение), но и стадии продвижения произведенного продукта на рынок и его реализацию.

Таким образом, производственный потенциал предприятий города (который сегодня используется лишь не более, чем на 20%) может быть включен во внешние цепочки создания стоимости, выполняя определенный набор специализированных производственных операций. Тем не менее, реализация этой возможности в наиболее полной мере требует разработки и реализации в городе разумной промышленной политики и маркетинговой политики в отношении потенциальных внешних производственных партнеров и предприятий города, а также в отношении промышленных продуктов, производимых в Петрозаводске.

В отношении крупных промышленных предприятий города (Петрозаводскмаш, ОТЗ, завод «Авангард» и др.) в контексте их встраивания во внешние цепочки создания стоимости необходимо совместно с их собственниками оценить производственные возможности, ресурсы, технологии, используемые этими предприятиями, выработать направления перепрофилирования, модернизации и реинжиниринга производств с учетом основных направлений развития промышленности на Северо-Западе и Европейском Севере России, существующих потребностей в производственных мощностях и рыночных потребностей. В данном случае, необходима разработка адресных маркетинговых стратегий для каждого из предприятий с учетом интересов города.

В отношении средних и малых предприятий, работающих в городе, стратегия включения во внешние цепочки создания стоимости может быть основана на организации и развитии в городе следующих видов производств:

- производство отдельных видов деревянных конструкционных материалов, а также сборное деревянное домостроение
- переработка рыбы, рыбопродуктов, а также дикорастущих (ягод, грибов) с дальнейшей их поставкой на внешние рынки
- разработка и внедрение специализированных программных продуктов и элементов автоматизированных систем управления
- разработка и производство пожарной робототехники и ее модификаций
- организация туристского и сервисного обслуживания
- разработка и внедрение передовых образовательных технологий
- разработка биотехнологических продуктов
- производство новых видов кровельных материалов на основе отходов горнопромышленного комплекса и др.

Вторая возможность предполагает создание благоприятных условий и предпосылок для использования различных видов потенциала внешних рынков. Прежде всего, речь идет об использовании выгод географического положения города, его близости к крупным потребительским рынкам, мощным производственным, транспортным и научно-образовательным центрам (прежде всего, к Санкт-Петербургу). Определенный интерес для развития города представляют потребительский, туристский, научно-образовательный и инновационный, а также транзитный виды потенциала внешних рынков.

Потребительский потенциал. Его привлечение и использование предполагает организацию на территории города производств определенного набора продуктов, спрос на которые будет обеспечиваться за счет потребительского потенциала внешних рынков (в частности, Санкт-Петербурга, регионов Центральной России, соседних регионов, частично, со стороны Финляндии). В данном случае это должны быть брендовые товары, образ которых у потребителей неизменно ассоциируется с Петрозаводском и Карелией (здесь могут быть успешно использованы и некоторые карельские бренды, не имеющие жесткой привязки к конкретной локальной территории республики, а ассоциируемые потребителем с Карелией в целом).

Туристский потенциал. Города Санкт-Петербург, Москва, центральные регионы России, а также Финляндия и другие европейские страны представляют собой огромный по объемам туристский рынок. Количество туристов (как организованных, так и самостоятельных), ежегодно приезжающих на территорию Республики Карелия, составляет более 1,5 млн человек. Не менее половины от этого числа с теми или иными целями посещают г. Петрозаводск.

Вместе с тем, понятно, что, хотя город имеет яркую историю и немало памятников архитектуры и культуры, его роль как центра культурно-исторического туризма не будет иметь определяющего значения (в т.ч. и ввиду несоизмеримости культурно-исторического потенциала Санкт-Петербурга и Петрозаводска). Петрозаводск, развиваясь как крупный научно-образовательный центр на Северо-

Западе России, характеризуется большим количеством людей, приезжающих с деловыми целями (обучение, исследования, участие в конференциях, симпозиумах и др.). Именно на развитии и стимулировании делового туризма в г. Петрозаводске необходимо сосредоточить внимание. А это, в свою очередь, требует развития соответствующей инфраструктуры – средств размещения, выставочных и конференц-центров, сетей общественного питания, банковских, страховых и иных дополнительных услуг.

Научно-образовательный и инновационный потенциал. Петрозаводск, располагаясь в непосредственной близости от г. Санкт-Петербурга, характеризующегося, кроме всего прочего, как крупный научно-образовательный и инновационный центр российского и международного масштаба, также обладает аналогичной спецификой, которая могла бы лечь в основу выполнения городом следующих функций:

- функции разработки и внедрения инновационных технологий для традиционных ресурсноориентированных секторов экономики (лесопромышленного, горнопромышленного комплексов и др.)
- определенные функции как центра трансфера западных технологий и их адаптации для последующего внедрения в российских регионах
- биотехнологические исследования и разработки

При реализации этих функций городом может быть в различных формах задействован существующий научно-образовательный потенциал Санкт-Петербурга.

Транзитный потенциал. Санкт-Петербург и его портовые города-спутники выполняют на сегодняшний день функции крупного мультимодального транспортного узла международного значения. Вместе с тем, транспортная нагрузка на наземную транспортную инфраструктуру города и Ленинградской области находится на верхних пределах. Дальнейшее усиление транзитной функции мегаполиса требует существенного расширения и развития транспортной инфраструктуры, а также формирования вспомогательных транспортных узлов. В качестве одного из таких транзитных транспортных узлов, имеющих вспомогательное значение и позволяющих снизить пиковые нагрузки на инфраструктуру, может выступать г. Петрозаводск, который в дополнение может брать на себя еще и такие функции, как таможенное оформление, складирование и ответственное хранение грузов, технические услуги по ремонту автотехники и подвижного состава, функции регионального логистического оператора и др.

Основные направления продвижения г. Петрозаводска на внешних рынках должны, с одной стороны, соответствовать приоритетным стратегическим направлениям развития города, формируя определенную основу и предпосылки для их реализации; с другой стороны, отвечать критерию уникальности и предоставлять возможность использования потенциала внешних рынков и внешней среды.

Основные элементы бренда Петрозаводска как столицы традиционного туристического региона

Карелия традиционно входит в 5 самых известных туристических регионов России для жителей нашей страны. На территории Карелии расположены всемирно известные памятники культуры – о. Киж и о. Валаам. Также на территории Карелии имеются геологические памятники древнейших эпох и следы деятельно-

сти первобытных людей (петроглифы). С территорией Карелии связан ряд мировых эпосов (древнегреческие мифы о Гиперборее, эпос «Калевала», русские былины).

Основные элементы бренда Петрозаводска как центра делового и культурного туризма

Петрозаводск – один из 12 городов европейской части России, в которых действуют научные центры Российской Академии наук. Карельский научный центр объединяет 7 отдельных институтов, в которых трудится около тысячи человек.

Петрозаводск – один из 48 официальных «университетских городов» России. В Петрозаводском государственном университете учится 17 тысяч студентов из разных регионов России, еще около 8 тысяч студентов учатся в других высших учебных заведениях, работающих в городе.

Ежегодно в Петрозаводске проходит более 50 конференций российского и международного уровней.

Кроме того, Петрозаводск входит в список 17 городов России, где имеется консерватория и построен полный цикл музыкального образования. Кроме классической музыки, Петрозаводск по праву можно называть центром фолк-музыки – сказываются живые традиции коренных народов Карелии (карелов, вепсов, финнов). Еще Петрозаводск может похвастаться как театральными традициями (5 профессиональных театров на 267 тысяч населения по российским меркам считается чуть ли не лучшим показателем), так и традициями в области изобразительного искусства – многие художники из Москвы и Ленинграда в советские годы приезжали в Петрозаводск в поисках красоты северной природы и оставались здесь навсегда. В городе работают шесть музеев и выставочных залов.

Основные элементы бренда Петрозаводска как центра экологических и биотехнологий

Петрозаводск расположен на берегу Онежского озера – второго по величине озера Европы. Город является столицей региона с одним из самых больших в России количеством национальных парков.

Разработки и исследования в области биотехнологий:

Разработка и совершенствование методов клонального микроразмножения растений, направленных на получение в промышленных масштабах древесины с заданными признаками; разработка технологии получения энергии из отходов деревообрабатывающей промышленности и сельского хозяйства; совершенствование методов ускоренного выращивания леса и растений в условиях защищенного грунта; разработка экологически чистых методов борьбы с заболеваниями сельскохозяйственных культур; разработка методов получения и использования в комбикормовой промышленности, медицине, фармакологии и косметологии белковых гидролизатов из малоценных в пищевом отношении видов рыб и гидробионтов

Основные элементы бренда Петрозаводска как центра горнопромышленных технологий

Разработки и исследования в области горнопромышленных технологий:

Разработка технологий применения углеродных наноструктур в медицине в качестве антибактериальных добавок, анти- и прооксидантов; разработка

методов эффективной очистки среды от биополлютантов на основе свойств углеродных наноструктур; наноконструирование шунгитовых пород и создание на их основе новых поколений композиционных и функциональных материалов; разработка технологий селективного разделения минеральных компонентов горных пород и комплексного обогащения минерального сырья; разработка технологии производства сортов особо чистого и «солнечного» кварца; разработка технологии создания минеральных фильтров для очистки воды на основе граната, кварца и других минералов.

Основные элементы бренда Петрозаводска как «Города молодых»

В Петрозаводске ежегодно проживает более 20 тыс. студентов.

Действуют многочисленные молодежные общественные организации и движения, апробированы многие современные механизмы поддержки молодежной активности. Молодежные мероприятия межрегионального, российского и международного масштабов – Гиперборья, Молодежный экономический форум; молодежные инициативы – формирование молодежного парламента и правительства; молодежные информационные социальные сети (Molodec.info и др.); молодежные школы (ТРИЗ, развитие центров НТТМ, школа молодых менеджеров инвестиционных проектов и т. д.).

Основные элементы бренда Петрозаводска как центра информационных технологий

По данным социологов, по количеству пользователей компьютером и Интернетом Петрозаводск примерно в 2 раза превышает средний уровень российских городов, входя вместе с Москвой и Петербургом в пятерку самых информатизированных городов России. Ежегодно в Петрозаводске проходят сборы лучших студенческих команд мира по программированию.

Разработки в области информационных технологий

Проектирование и производство пожарных роботов; разработка и внедрение автоматизированных систем управления производством и организацией; применение технологии nanoLOC в беспроводных сетях датчиков и GPS-навигация в закрытых пространствах; FTF IDENT: система идентификации с использованием бесконтактных карт для доступа и мониторинга посещаемости.

Проект

Устав Автономной некоммерческой организации «Петрозаводское агентство городского развития» г. Петрозаводск, 2009 год

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Автономная некоммерческая организация «Петрозаводское агентство городского развития», именуемая в дальнейшем «Агентство», создается на основе Гражданского кодекса Российской Федерации и федерального законодательства.

1.2. В своей деятельности Агентство руководствуется законодательством, действующим на территории Российской Федерации, Республики Карелия, настоящим Уставом.

1.3. Наименование Агентства:
Полное: Автономная некоммерческая организация «Петрозаводское агентство городского развития»;

Сокращенное наименование: АНО «Петрозаводское агентство городского развития».

1.4. Место нахождения: г. Петрозаводск, наб.Гюллинга, д.11

1.5. Агентство приобретает права юридического лица с момента государственной регистрации.

1.6. Агентство учреждается на неограниченный срок деятельности.

1.7. Территория деятельности Агентства – Российская Федерация, иностранные государства.

2. ПРАВОВОЙ СТАТУС АГЕНТСТВА

2.1. Агентство является не имеющей членства некоммерческой организацией, учрежденной на основе добровольных имущественных взносов Учредителей и преследующей цели содействия социально-экономическому развитию Петрозаводска, других российских городов и территорий, а также образовательные, благотворительные и другие общественно-полезные цели.

2.2. Учредителем Агентства может быть полностью дееспособное физическое или юридическое лицо.

2.3. Участниками Агентства (граждане и (или) юридические лица, выразившие финансовую и (или) имущественную поддержку целям организации, принимающие участие в его деятельности без обязательного оформления условий своего участия) могут быть российские и иностранные юридические лица, российские и иностранные граждане.

2.4. Агентство действует на основе добровольности, открытости, самофинансирования и равноправия.

2.5. Целью деятельности Агентства является содействие повышению деловой, управленческой, туристической, социальной привлекательности и конкурентоспособности Петрозаводска, других российских городов и территорий.

2.6. Предметом деятельности Агентства являются экономическое и социальное развитие городов и регионов Российской Федерации.

2.7. Агентство имеет в собственности обособленное имущество и отвечает по своим обязательствам этим имуществом, может от своего имени приобретать и осуществлять имущественные и личные неимущественные права, нести обязанности, быть истцом и ответчиком в судебных органах.

2.8. Имущество, переданное Агентству Учредителем или Учредителями, Участниками и (или) иными лицами, является собственностью Агентства. Агентство осуществляет согласно действующему законодательству владение, пользование и распоряжение находящимся в его собственности имуществом в соответствии с целями, определенными настоящим Уставом.

2.9. Учредители Агентства не имеют имущественных прав в отношении созданного ими Агентства.

2.10. Учредители не отвечают по обязательствам созданного ими Агентства, а Агентство не отвечает по обязательствам своих Учредителей.

2.11. Агентство имеет самостоятельный финансовый баланс, расчетный счет и другие счета (в том числе и валютный) в банковских учреждениях, круглую печать.

2.12. Агентство может иметь штамп, бланки, эмблему, знаки и другие реквизиты. Эмблема Агентства помещается на печати, бланках, штампах и знаках Агентства.

2.13. Агентство вправе создавать филиалы и открывать представительства на территории Российской Федерации и (или) за границей.

2.14. Агентство может объединяться и (или) участвовать в деятельности союзов и ассоциаций.

2.15. Агентство может участвовать в деятельности и (или) сотрудничать в иной форме с международными, общественными и иными организациями.

2.16. Агентство самостоятельно планирует свою деятельность, вправе привлекать для работы российских и иностранных специалистов, самостоятельно определять формы, системы, размеры и виды оплаты их труда.

2.17. Агентство вправе совершать иные действия, предусмотренные действующим законодательством.

3. СРЕДСТВА И ИМУЩЕСТВО АГЕНТСТВА

3.1. Агентство может иметь в собственности необходимые ему для обеспечения деятельности и выполнения уставных целей и задач денежные средства, оборудование, инвентарь и иное имущество (движимое и недвижимое), а также результаты интеллектуальной деятельности.

Средства и имущество Агентства формируются на основе:

- доходов, получаемых от пользования и (или) распоряжения собственностью Агентства
- добровольных имущественных взносов и пожертвований
- подаренного или переданного по наследству имущества
- передачи в собственность Агентства в виде добровольных пожертвований государственного, муниципального, частного и иного имущества
- поступлений от проводимых в соответствии с уставными целями мероприятий
- предпринимательской и издательской деятельности
- гражданско-правовых сделок
- внешнеэкономической деятельности
- других не запрещенных законом поступлений

4. ВИДЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ АГЕНТСТВА

4.1. Для достижения своих целей Агентство осуществляет следующую деятельность:

- консалтинговая и проектная деятельность в сфере стратегического развития территорий, регионов, отраслей и компаний, международных экономических и социальных проектов, маркетинга городов и регионов

- реализация инновационных проектов
- привлечение спонсорских и благотворительных средств
- привлечение и реализация грантов
- учреждение грантов, стипендий и иных форм поддержки реализации инновационных проектов
- иные виды деятельности, не противоречащие законодательству и целям создания Агентства

4.2. Агентство вправе заниматься предпринимательской деятельностью, необходимой для достижения общественно-полезных целей, для которых оно создано. Если для осуществления какого-либо вида предпринимательской деятельности необходимо получение соответствующей лицензии, то такая деятельность может осуществляться только после получения необходимой лицензии.

4.3. Агентство вправе создавать хозяйственные общества (и) или участвовать в них.

4.4. Прибыль, полученная Агентством в результате осуществления им предпринимательской деятельности (как непосредственно, так и посредством участия в хозяйственных обществах), не распределяется между его Учредителями, а направляется на общественно полезные цели, ради которых Агентство создано.

5. ПРАВА И ОБЯЗАННОСТИ АГЕНТСТВА

5.1. Для осуществления уставных целей Агентство имеет право:

- свободно распространять информацию о своей деятельности
- проводить собрания, совещания, конференции и иные формы деятельности
- осуществлять издательскую и предпринимательскую деятельность
- представлять и защищать свои права и законные интересы в других некоммерческих организациях, в органах государственной власти и органах местного самоуправления и иных органах
- распоряжаться имеющимися на балансе Агентства собственностью, средствами и имуществом

5.2. Агентство обязано:

- соблюдать законодательство РФ, принципы и нормы международного права, касающиеся деятельности Агентства, а также нормы, предусмотренные настоящим Уставом;
- ежегодно отчитываться о своей деятельности и использовании своего имущества и обеспечить доступность ознакомления со своим отчетом;
- осуществлять деятельность, направленную на достижение уставных целей и задач.

6. ОРГАНЫ УПРАВЛЕНИЯ АГЕНТСТВОМ

6.1. Руководство Агентством осуществляет Правление Агентства, являющееся коллегиальным высшим органом управления. При создании Правления каждый Учредитель имеет право делегировать в Правление до двух своих представителей. По должности в состав Правления также входит Директор Агентства. В дальней-

шем решения о расширении либо уменьшении состава Правления принимаются членами Правления. Выход из состава Правления утверждается на основании личного заявления члена Правления.

6.2. К компетенции Правления относится решение следующих вопросов:

- а) изменение настоящего Устава;
 - б) определение приоритетных направлений деятельности Агентства, принципов формирования и использования его имущества;
 - в) утверждение годового отчета и годового бухгалтерского баланса;
 - г) реорганизация и ликвидация Агентства;
 - д) утверждение финансового плана Агентства и внесение в него изменений;
 - е) создание филиалов и открытие представительств Агентства;
 - ж) участие в других организациях;
 - з) избрание и освобождение от должности Директора Агентства.
- Вопросы, предусмотренные пунктами а), б), в), г) и з), относятся к исключительной компетенции Правления.

6.3. Заседания Правления проводятся не реже двух раз в год. Заседание Правления правомочно, если на нем присутствует более половины его членов. Решение на заседаниях Правления принимается простым большинством голосов от числа присутствующих. Члены Правления из своего состава избирают Председателя Правления и Секретаря Правления, а также определяют сроки их полномочий.

6.4. Правление осуществляет свою деятельность на общественных началах.

6.5. На первый год деятельности Агентства (со дня учреждения Агентства) его Директор избирается Учредителями, в дальнейшем Директор Агентства избирается Правлением сроком на три года.

6.6. Директор Агентства является единоличным исполнительным органом и выполняет следующие функции:

- в рамках своей компетенции без доверенности действует от имени Агентства, представляет его в отношениях с любыми юридическими и физическими лицами, органами власти и управления в Российской Федерации и за рубежом
- принимает на работу и увольняет персонал Агентства в соответствии с действующим законодательством
- распоряжается имуществом, в том числе и средствами Агентства, для материально-технического обеспечения уставной деятельности Агентства
- в рамках своей компетенции без доверенности заключает от имени Агентства договоры, выдает доверенности, открывает в банках расчетный и иные счета
- на основании приказа Директора Агентства могут быть созданы различные фонды Агентства (фонд накопления, оплаты труда и другие), порядок образования, назначение и размер отчислений в которые устанавливаются в положении о порядке использования средств соответствующего фонда

- выполняет другие функции, вытекающие из целей деятельности Агентства

6.7. Работники принимаются на работу в Агентство на основании трудового договора.

6.8. Компетенция работников определяется соответствующими должностными инструкциями, утвержденными Директором Агентства, и трудовыми договорами.

6.9. Работники Агентства освобождаются от занимаемой должности по основаниям и в порядке, предусмотренными трудовым законодательством и заключенными с ними трудовыми договорами.

7. РЕОРГАНИЗАЦИЯ АГЕНТСТВА

7.1. Реорганизация Агентства может происходить путем слияния, разделения, присоединения, выделения и преобразования, если иное не установлено законом.

7.2. Решение о реорганизации принимается Правлением или компетентным государственным органом в случаях, предусмотренных действующим законодательством.

7.3. При реорганизации Агентства его права и обязанности переходят к его правопреемникам.

7.4. Процедура реорганизация Агентства осуществляется в порядке, установленном действующим законодательством.

8. ЛИКВИДАЦИЯ АГЕНТСТВА

8.1. Решение о ликвидации Агентства принимается Правлением. Агентство может быть ликвидировано и по иным основаниям (в иных случаях и порядке), предусмотренным действующим законодательством РФ.

8.2. Процедура ликвидации Агентства осуществляется согласно действующему законодательству.

8.3. Агентство считается прекратившим свое существование с момента исключения его из единого государственного реестра юридических лиц.

8.4. Имущество, оставшееся после ликвидации Агентства, направляется Правлением в соответствии с его учредительными документами на цели, в интересах которых оно было создано, и (или) на благотворительные цели.

9. ПОРЯДОК ВНЕСЕНИЯ ИЗМЕНЕНИЙ И ДОПОЛНЕНИЙ В УСТАВ

9.1. Настоящим Уставом допускается возможность внесения изменений в Устав Агентства Правлением.

9.2. Любые изменения и дополнения к настоящему Уставу регистрируются в соответствии с действующим законодательством.

9.3. Изменения настоящего Устава приобретают силу для третьих лиц с момента их государственной регистрации, если иное не установлено законом.

9.4. В случаях возникновения конфликтов интересов, они разрешаются в соответствии с законодательством.

УЧАСТНИКИ ПРОЕКТА



Арья Навалайнен



Наталья Лаврушина



Вера Мешко



Риикка Хонканен



Андрей Сухоруков



Екатерина Шлапекко

Рабочая группа по реализации проекта:

1. **Дмитриев Ю. И.**, в 2002–2008 гг. управляющий делами – руководитель аппарата администрации г. Петрозаводска, руководитель рабочей группы;
2. **Булдаков А. И.**, первый заместитель Главы Администрации, в 2008–2009 – руководитель рабочей группы
3. **Сухоруков А. С.**, руководитель проекта «Региональный маркетинг, стратегическое планирование и развитие бизнес-консультирования в городах Йоэнсуу и Петрозаводск», заместитель руководителя рабочей группы;
4. **Лаврушина Н. В.**, начальник отдела внешних связей аппарата администрации, секретарь рабочей группы;
5. **Бердино А. В.**, руководитель Регионального Бюро поддержки Тасис;
6. **Городкова Л. А.**, начальник отдела инвестиций и целевых программ управления экономики и инвестиционной политики комитета по вопросам экономики и финансов;
7. **Куликовская Л. Ю.**, директор Северо-Европейского открытого университета;

8. **Михайлова Н. В.**, помощник председателя президиума КарНЦ РАН по научно-техническим связям с зарубежными странами;
9. **Сачук Т. В.**, заведующая кафедрой экономики и политологии Карельского филиала Северо-западной академии государственной службы;
10. **Сеничев А. А.**, генеральный директор Карельского регионального агентства поддержки среднего и малого бизнеса;
11. **Шевяков А. Н.**, заместитель председателя комитета по вопросам экономики и финансов – начальник управления экономики и инвестиционной политики.

Экспертный совет по реализации проекта

1. **Титов А. Ф.**, председатель Карельского научного центра РАН, руководитель Экспертного совета;
2. **Сухоруков А. С.**, руководитель проекта «Региональный маркетинг, стратегическое планирование и развитие бизнес-консультирования в городах Йоэнсуу и Петрозаводск», заместитель руководителя Экспертного совета;
3. **Лаврушина Н. В.**, начальник отдела внешних связей аппарата администрации;
4. **Мешко В. А.**, заместитель руководителя проекта «Региональный маркетинг, стратегическое планирование и развитие бизнес-консультирования в городах Йоэнсуу и Петрозаводск»;
5. **Михайлова Н. В.**, помощник председателя Карельского научного центра РАН, РАН по научно-техническим связям с зарубежными странами;
6. **Савельев Ю. В.**, главный ученый секретарь Карельского научного центра РАН;
7. **Толстогузов О. В.**, заместитель директора Института экономики Карельского научного центра РАН;
8. **Шевяков А. Н.**, заместитель председателя комитета по вопросам экономики – начальник управления экономики и инвестиционной политики комитета по вопросам экономики и финансов.

Компании и организации г. Петрозаводска, принявшие участие в мероприятиях проекта

Компания, организация	Сфера деятельности
1 АНО по содействию в развитии иностранных инвестиций «Центр инновационных технологий»	консалтинг
2 Аудиторская-консалтинговая компания «Бухучет и налогообложение»	консалтинг
3 «Деловой журнал Карелии»	СМИ
4 ЗАО «Инженерный центр пожарной робототехники «Эфер»	производство пожарных роботов
5 ЗАО «Петроинвест»	производство минеральной воды

Компания, организация	Сфера деятельности
6 Кадровое Агентство «Зебра»	консалтинг
7 Кадровый центр «Карьера»	консалтинг
8 «Карелика»	туризм
9 Карельский институт управления, экономики и права	образование
10 «Карельский ресурсный Центр общественных организаций»	общественная деятельность
11 Карельское региональное агентство поддержки среднего и малого бизнеса	консалтинг
12 Компания «Мир детям»	производство детских площадок
13 Кондитерская «От Валентина»	пищевая промышленность
14 Консалтинговое бюро «Бизнес-консультант»	консалтинг
15 КРОО «Возрождение малого и среднего бизнеса»	общественная деятельность
16 КРО «Опора России»	общественная деятельность
17 КРОО «Союз»	общественная деятельность
18 «Лерком Экспресс»	торговая компания
19 «Mediaweb»	информационные технологии
20 «Мобиус»	консалтинг
21 Некоммерческое партнерство производителей хлебопродуктов и продуктов питания	пищевая промышленность
22 Общественная организация «Женщины-предприниматели Республики Карелия»	общественная деятельность
23 ОАО «Стройтехника»	металлообработка
24 ООО «Автошик»	аксессуары для автомобилей
25 ООО «Биогран»	производство топливных гранул
26 ООО «Вайда»	кондитерская промышленность
27 ООО «Валентик и партнеры»	консалтинг
28 ООО «Вента»	консалтинг

Компания, организация	Сфера деятельности
29 ООО «Евролайн»	торговая компания
30 ООО «Илвес Консалтинг»	консалтинг
31 ООО «Инавтомаркет»	металлообработка
32 ООО «Интерсо»	информационные технологии
33 ООО «Лукоморье»	туризм
34 ООО «МПК-Решение»	консалтинг
35 ООО «Неосистемы Северо-Запад ЛТД»	консалтинг
36 ООО «Онегокарт»	металлообработка
37 ООО «Позитивное Решение»	консалтинг
38 ООО «Русский лесной альянс»	лесозаготовка и деревопереработка
39 ООО «Тимбер Трейд»	консалтинг
40 ООО «Центр «РАЗВИТИЕ»	консалтинг
41 ООО «Шервуд Лимитед»	производство топливных брикетов
42 ООО «Эксперт-Консалтинг»	консалтинг
43 ООО «Эраунд.ру»	туризм
44 ООО «Эффект-Консалтинг»	консалтинг
45 Петрозаводский государственный университет	образование
46 ПРК «СОЛО»	торгово-производственная компания
47 Санаторий-профилакторий «Русский Север»	туризм
48 Северо-Западный центр поддержки предпринимательства «Синергия»	консалтинг
49 «Термо-Строй-С»	торговая компания
50 Туристическая компания «Константа»	туризм
51 Торгово-промышленная палата Республики Карелия	консалтинг
52 Фонд поддержки инновационных проектов «Новое измерение»	консалтинг
53 Шведско-карельский информационный бизнес-центр	общественная деятельность