

---

***"Участие горожан в  
формировании стратегии  
экономического развития  
города. Опыт проекта"***

Обнинск 2000

**"Участие горожан в формировании стратегии экономического развития города. Опыт проекта".**  
/ Под общей редакцией А.Э. Яновского. - Обнинск: 2000, 80 с.

Издание представляет собой обобщение опыта, полученного в ходе реализации проекта "Участие горожан в процессе реализации корректировки Программы развития г.Обнинска в качестве наукограда".

Книга адресована специалистам в области общественного развития, работникам органов местного самоуправления и некоммерческих организаций.

Настоящее издание осуществлено Обнинским городским Фондом научно-технической, инновационной и творческой деятельности молодежи России в рамках проекта "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития города Обнинска в качестве наукограда". Поддержка данного проекта осуществлена фондом Евразия за счет средств, предоставленных Агентством по Международному Развитию Соединенных Штатов Америки (AID).

Точка зрения, отраженная в данном документе и самим автором, может не совпадать с точкой зрения Агентства по Международному Развитию и Фонда Евразия.

При перепечатке материалов книги или использовании их в любой форме ссылка на Обнинский городской Фонд научно-технической, инновационной и творческой деятельности молодежи России и Фонд Евразия обязательна.

© Авторы, 2000 г.

© Обнинский городской Фонд научно-технической,  
инновационной и творческой деятельности молодежи России, 2000 г.

# Оглавление

<b>Глава I.</b> Проект "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития г.Обнинска как наукограда" .....	5
<b>Глава II.</b> Маркетинг вашего города или области .....	11
<b>Глава III.</b> Участие горожан в выработке стратегии развития Обнинска .....	19
<b>Глава IV.</b> Обнинск: стратегия развития - наукоград .....	27
<b>Глава V.</b> Целевые группы: мотивация к участию .....	37
<b>Глава VI.</b> Диалог с целевыми группами .....	43
<b>Глава VII.</b> СМИ - основное передаточное звено в процессе участия горожан в Программе наукограда.....	49
<b>Глава VIII.</b> Итоги проекта: предложения горожан .....	61
<b>Приложения</b> .....	65

*– Что толку в книжке, – подумала Алиса, –  
если в ней нет ни картинок, ни разговоров?*

*Льюис Кэрролл  
"Алиса в Стране чудес"*

Экономический и политический кризис августа 1998 года наглядно продемонстрировал, что рыночные реформы "сверху" не работают сами по себе. В этой связи все больший интерес вызывают усилия регионов и городов, которые даже в отсутствие эффективного федерального законодательства, показывают примеры экономических удач.

Обнинским городским фондом научно-технической, инновационной и творческой деятельности молодежи России в 1999-2000 гг. был реализован проект "Участие горожан в процессе реализации корректировки Программы развития г.Обнинска в качестве наукограда". Этот проект нацелен на создание механизма демократичного участия жителей города в принятии решений, связанных с развитием города.

Настоящая книга - это обобщение полученного опыта. Авторы не ставили перед собой задачу последовательно изложить всю историю проекта. Скорее нашей целью было рассказать о том, как можно организовать в городе работу по привлечению городских сообществ к участию в формировании, а затем и к реализации стратегии экономического развития города.

Разделы книги были подготовлены: М.Е. Анненковым (VI глава) А.М. Борисовым (III и V главы), А.А. Ильницким (VII глава) и А.Э. Яновским (I, IV и VIII главы). Так как в целом проект разработан на основе методологии городского маркетинга авторы сочли необходимым перепечатать в качестве II главы статью Эдварда У. Хилла "Маркетинг вашего города и области".\*

Авторский коллектив выражает благодарность О.П. Лукше за плодотворные идеи, высказанные на этапе разработки проекта, и консультационную помощь в ходе его реализации.

Мы благодарим фонд "Евразия" за поддержку, оказанную данному проекту.

*Авторы*

\* Как оздоровить местную экономику. Ориентиры для должностных лиц / Сборник статей под редакцией Т. Брасса, Э. Хилла. - М.: "Дело Лтд", 1995 - 152 с.

# *Глава I*

---

*Проект "Участие  
горожан в процессе реализации  
и корректировки Программы  
развития г.Обнинска  
в качестве наукограда"*







Дизайн проекта и его реализация были основаны на методологии городского маркетинга. Именно поэтому, проект в целом, это не реклама Программы экономического развития города, не односторонний PR, а создание условий для эффективной реализации Программы, основанной на общественной поддержке и личном участии жителей города. Поэтому цели проекта формулировались следующим образом:

- Формирование механизма демократичного участия горожан в реализации и корректировке Программы развития г.Обнинска в качестве наукограда.
- Консолидация городского сообщества вокруг идеи экономического развития г. Обнинска в качестве наукограда.

Основой Программы развития является внедрение рыночных механизмов в экономику города. Практические шаги на этом пути - поддержка и развитие бизнес-сообщества: малого и среднего предпринимательства в научно-технической сфере. Поэтому приоритетом проекта была выбрана отработка механизмов (методов) по вовлечению горожан в процессы реализации и корректировки Программы в ходе работы со следующими целевыми аудиториями:

- **предприниматели, бизнес-сообщество** (вопросы развития малого предпринимательства, наукоемкого бизнеса в рамках Программы, формы поддержки, участие предпринимателей в реализации отдельных мероприятий Программы);
- **работники научной сферы** (использование научного потенциала для развития экономики города, коммерциализация научно-технических разработок, развитие малого предпринимательства в научно-технической сфере);
- **молодежь города, студенты, аспиранты** (потенциал для развития бизнеса, вовлечение горожан в процесс планирования (управления) и принятия решений, формирование мотивации на задачи развития).

Вместе с тем мероприятия, связанные с информированием жителей о содержании Программы развития, ходе ее реализации и т.п., были ориентированы на самую широкую аудиторию.

Особо была выделена целевая группа - журналисты городских средств массовой информации.

Проект состоял из трех взаимодополняющих компонентов: информационной кампании, проведения семинаров для СМИ и целевых аудиторий и создания механизма участия горожан в выработке стратегии развития города.

## ***Информационная кампания***

### **Публикации в газетах**

Активное участие горожан в процессе реализации Программы развития не возможно без подробного разъяснения ее содержания, механизма реализации и взаимодействия органов местной власти с федеральными министерствами и ведомствами. Для этого были подготовлены специальные публикации, рассказывающие об основном содержании Программы с комментариями специалистов.

Для журналистов были подготовлены "проблемные" пресс-релизы, посвященные отдельным мероприятиям и проектам, которые проводятся в рамках Программы. Основная цель - рассказать о практических шагах по реализации Программы.









## Проведение специализированных семинаров

Вовлечение жителей города, деловых кругов, организаций в процесс реализации Программы с целью формирования механизмов осуществления программных мероприятий, инициирования предложений и новых организационных форм поддержки Программы являлось центральной задачей проекта.

В рамках проекта были проведены специализированные семинары для целевых групп. Каждый из семинаров включал в себя общую информационную составляющую (что такое Программа развития, основные положения, ход реализации), подробное изложение вопросов (задач), наиболее интересных данной целевой группе, а также программных мероприятий, нацеленных на данную целевую группу, выработку целевой группой согласованного видения проблемы, определение целевой группой стратегии достижения цели, обсуждение с целевой группой механизмов реализации программных мероприятий (методов решения задач, проблемы).

Дополнительно в программу семинаров, в зависимости от тематики и целевой аудитории, включались вопросы планирования деятельности в рамках Программы развития, использования возможностей и ресурсов, предоставляемых Программой, привлечение ресурсов программ и фондов, поддерживающих социально-экономические реформы.

В ходе семинаров создавались временные рабочие группы, которые во взаимодействии с приглашенными экспертами и консультантами, проводящими семинар, готовили предложения по изменению и корректировке Программы развития. Выработанные в ходе семинаров предложения были переданы в рабочую группу по корректировке Программы развития.

На семинарах демонстрировались примеры успешного использования идеологии наукограда для реализации отдельных проектов, возможности привлечения ресурсов для развития. Особое внимание было уделено представлению системного подхода (взаимосвязи отдельных мероприятий) с целью объединения интересов и формирования мотивации на задачи экономического развития у различных городских сообществ (выработки согласованного видения), а также объяснению того, каким образом объединение усилий будет служить достижению поставленных целей. Кроме того, демонстрировалась привлекательность Программы развития - ее идеологии - для потенциальных инвесторов.

## Создание механизма участия горожан в выработке стратегии развития города

В ходе проекта была сформирована рабочая группа для рассмотрения предложений по изменению и корректировке Программы развития города в качестве наукограда. Рабочая группа формировалась из специалистов Администрации, ответственных за разработку Программы, представителей городского Собрания, Торгово-промышленной палаты, Союза предпринимателей, бизнес-сообщества, инновационной сферы, науки, образования.

Итогом деятельности рабочей группы стало экспертное заключение для городского Собрания и Совета Программы по рассмотренным предложениям горожан. Подробнее о работе рабочей группы рассказывается в VIII главе.



## *Глава II*

---

### *Маркетинг вашего города или области*

## *Маркетинг экономического развития*

### Значение слова "маркетинг"

Слово "маркетинг" в деловом английском языке означает весь процесс продажи продукции. Он обычно начинается с анализа того, что хотят покупатели (в этом случае рынок - внепространственное понятие, охватывающее всех покупателей, у которых может быть спрос на вашу продукцию), предполагает анализ затрат на производство и продажу продукции, попытку выяснить цену, которую покупатели готовы платить (и определение того, сколько они купят по тем или иным ценам), и, наконец, составление плана того, что сказать покупателям о продукции (что она собой представляет, что ее отличает от продукции других фирм и почему следует покупать именно ее), т.е. рекламу. Следует усвоить шесть важнейших правил маркетинга города или области с целью экономического развития:

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

### *Формирование стратегии развития*

Что стоит за стратегией развития?

Правда о:

- текущем положении;
- сильных сторонах экономики;
- слабых сторонах экономики.

Видение:

- целей;
- возможностей;
- угроз.

Маркетинг экономического развития базируется на **правде и видении**. В рыночной экономике вы не сможете дурачить рынок в течение долгого времени. Если вы действительно попытаетесь надуть покупателя, то нанесете серьезный ущерб своей репутации





- **Власти города и области могут расширить общий рабочий фонд путем инвестирования в высшее образование. Такого рода обучение и проведение исследований могут привести либо к получению новой продукции, либо к повышению производительности труда. Университеты и политехнические институты должны проявлять гибкость и быть подотчетными местным органам, чтобы отзываться на местный спрос.**
- **Налоги - предмет главной заботы бизнесменов. Деловых людей интересуют уровень налогов и перечень услуг, которые они получают в ответ на выплату налогов. Но в развивающейся рыночной экономике бизнесмены-налогоплательщики также проявляют озабоченность предсказуемостью налогов, чтобы приблизительно знать, какими в будущем будут их размеры и что именно будет облагаться налогом.**

Деловых людей также интересует, насколько сложна налоговая система и во сколько она обходится.

- **Одной из самых важных услуг, которую может предоставить местное правительство бизнесу, является транспортная инфраструктура. В США это означает наличие и поддержание хороших автомобильных и железных дорог и аэропортов. Это также означает наличие конкурирующих транспортных служб, чтобы удерживать цены на низком уровне, а обслуживание - на самом высоком уровне, который только может позволить конкуренция.**

- **Часто иностранная конкуренция стимулирует местных работодателей к достижению уровня конкурентоспособности, а иностранные поставщики, как правило, в состоянии удовлетворить запросы покупателей лучше, чем местные фирмы. Поэтому правительство может стимулировать местное экономическое развитие путем предоставления и обеспечения правового и физического доступа на местные рынки. Ключом к экономической реформе является понимание центральной задачи рыночной экономики. Эта задача состоит не в том, чтобы предоставить рабочие места местным работникам, не в том, чтобы обеспечить налоговые поступления местным правительствам и не в том, чтобы сделать нескольких местных жителей богатыми. Задачей рыночной экономики является удовлетворение материальных потребностей и запросов местного населения. Все остальное - производное от этого.**

- **Регулирование может увеличить расходы бизнеса, но оно может также предоставить услуги, которые высоко ценятся в деловом мире.**

Вот положительный пример из опыта строительства гостиницы на Дальнем Востоке России. Специалисты по строительству гостиниц были заинтересованы в постройке гостиницы, но их заботило отсутствие современного строительного кодекса в городе. Совместно с городом они разработали такой кодекс, что снизило их риск.

А вот пример бездумного регулирования, послужившего основой для попытки получить взятку. Это также произошло на Дальнем Востоке. Открылась новая гостиница, которую проинспектировал шеф местной пожарной службы. На следующий день пришел другой начальник пожарников, который заявил, что гостиница находится в юрисдикции его округа, и настаивал на ее инспекции. Вы уже догадываетесь, что случилось в следующие два дня. Да, еще два пожарных начальника пожаловали в гостиницу. Или эта гостиница будет самой безопасной в России, или шефам пожарников нужно было что-то другое. Потребовалось личное вмешательство губернатора, чтобы прекратить подобные приставания со стороны местных официальных лиц.







## Информация снижает риск, правда создает доверие

План экономического развития должен указывать, каким образом местные сильные и слабые стороны, возможности и угрозы могут быть преобразованы в действия и программу маркетинга. В экономическом развитии выдвигаются на первый план две истины: информация снижает риск, правда создает доверие.

После того как план развития закончен, как оповестить об этом?

---

### ***Обратитесь к той аудитории, которая больше всего готова вас слушать***

---

Нет твердых правил рекламы, потому что нельзя всегда предугадать, что интересного найдет для себя рынок в вашем районе. Единственный надежный способ - постоянно повторять послание. Нужно экспериментировать и находить способы для определения реакции на вашу деятельность.

В США местные власти и власти штатов расходуют около 2% всего бюджета на деятельность по экономическому развитию. Это включает расходы на персонал, рекламу и продвижение, финансирование и непосредственную деятельность по развитию. Но местные власти в США не сталкиваются с проблемами, которые стоят перед российскими властями. Последние взвалили на себя ответственность за помощь большим государственным предприятиям в поиске партнеров и покупателей.

Ваше послание об экономическом развитии должно строиться вокруг доводов, которые пробудили бы у кого-нибудь желание войти в совместное предприятие или начать бизнес в данном районе. Мне приходят на ум пять таких доводов.

## Пять доводов в пользу создания совместного предприятия:

1. Помочь иностранным фирмам получить доступ на российский рынок.
2. Разделить риск разработки новой продукции для российского рынка.
3. Снизить риск, связанный с развитием новой технологии.
4. Получить доступ к имеющейся технологии или ноу-хау, которых нет на других предприятиях инвестора.
5. Покупать сырье и полуфабрикаты по более подходящим ценам.

На Дальнем Востоке России возможности производства товаров широкого потребления ограничены. По сравнению с остальной частью России население Дальнего Востока довольно малочисленно и расстояния между населенными пунктами очень велики. Большая часть товаров народного потребления для российского рынка будет производиться к западу от Урала. Производство потребительских товаров на Дальнем Востоке должно соответствовать особым требованиям людей, проживающих в этом регионе России, или служить в качестве платформы, которая конкурирует на мировом рынке с рабочей силой из Китая, Кореи, Юго-Восточной Азии (Вьетнама, Сингапура, Малайзии и Таиланда).

## Какие факторы, с точки зрения инвестора, повышают степень риска?

Экономическое развитие зависит от инвестиций и рынка. Потенциальное вознаграждение должно быть эквивалентно риску, на который идет каждый инвестор. Вот факторы, которые повышают степень риска:









Итак, каковы правила для платной рекламы? Будьте настойчивыми - одна попытка никогда не достигает цели. Испытайте и оцените эффективность различных рекламных возможностей.

Последняя часть стратегии развития связана с созданием организации по развитию.

**Передайте ответственность за выполнение стратегии маркетинга, необходимые полномочия и деньги одной-единственной организации, но позаботьтесь о том, чтобы эта организация отчитывалась о своей деятельности.**

Здесь важны три фактора:

1. Организация должна быть в состоянии представлять все группы населения данного района.
2. Она должна быть в состоянии представлять интересы как правительства, так и бизнеса.
3. Она должна нанять знающих и предприимчивых людей.

Эти люди должны:

- выступать защитниками потенциальных инвесторов и представлять их в других местных организациях;
- знать, какого рода бизнес или проекты развития неприемлемы для жителей их района.

Как устроены эти организации?

В них должны быть небольшое число работников и представительный совет директоров, которые работают на дифференцированной основе. Эти организации по развитию покупают услуги у других групп.



## *Глава III*

---

### *Участие горожан в выработке стратегии развития Обнинска*



Вопрос об участии горожан в выработке стратегии развития Обнинска имеет две стороны: общеполитическую и локальную.

Общеполитическая сторона касается механизмов участия населения в выявлении и решении местных проблем и разработке местных стратегий развития во всех городах России безотносительно их специфики и обусловлена особенностями развития городов в России в советский период. В этот период развитие городов происходило извне. Была единая стратегия экономического и социального развития Советского Союза, разрабатываемая КПСС и диктуемая сверху отдельным частям страны. Население городов, областей, республик никто не спрашивал, согласно оно с этой стратегией или нет. Поскольку сами города и прочие территориальные образования рассматривались не как самостоятельные единицы, способные самостоятельно разрабатывать и реализовывать планы и проекты по поводу себя, а как детали единого производственного механизма, которые должны выполнять спущенную сверху производственную функцию - и только. Вполне в духе знаменитой ленинской мечты о превращении страны в одну большую фабрику. И если эта фабрика увеличивалась и усложнялась, то под выполнение новых функций создавались новые детали единой машины, то есть строились новые города или радикально преобразовывались старые. А то, что такая смена ориентиров развития могла не нравиться горожанам, планировщиков из Центра совершенно не волновало. Скажем, понадобилось создать в СССР массовое производство легковых автомобилей - и крохотный Ставрополь-на-Волге за каких-нибудь полтора десятилетия преобразуется в Тольятти, полумиллионный город при автозаводе. При этом ставропольцы тонут в огромной массе приезжих жителей, и история Ставрополя-на-Волге заканчивается, а начинается история совсем другого города, не имеющего почти никакого отношения к своему предшественнику.

Точно так же - извне, практически на пустом месте и под решение определённых исследовательских, проектных и производственных задач - создавался и Обнинск. И на протяжении всей его советской истории постановка этих задач, определявших стратегию развития города, продолжала осуществляться в Минсредмаше и других министерствах, а не в самом городе.

Конечно, такой механизм развития городов обладал одним чрезвычайно существенным плюсом и с точки зрения самих горожан: ответственность за обеспечение точки роста всеми необходимыми ресурсами для этого роста лежала на том, кто формулировал цели и задачи этого роста, то есть на Центре. И города развивались (в тех случаях, когда они действительно развивались), практически переложив трудности, связанные с обеспечением ресурсами, на другие плечи.

Но недостатки такого механизма развития были куда более существенными, а главное, куда более долговременными. В культурном плане такой механизм означал отрыв горожан от исторических судеб той территории, на которой расположен город. То есть беспочвенность, безкорнёвость, жизнь сиюминутными интересами и настроениями. А такая беспоч-







держат городское население, но при этом всегда находясь под огнём ожесточённой критики этого населения и сохраняя пропасть между управляющим меньшинством и управляемым большинством. Этот вариант, в сущности, есть стратегия ожидания лучших времён без попыток что-либо изменить самим. Но кризис затянулся, лучшие времена всё не наступали, и реализация этой стратегии не вела ни к чему, кроме чувства собственного бесилия у муниципалов и озлобления населения.

Третья ориентация - стратегия развития: понимая, что кризис - это всерьёз и надолго, и что никто, включая центральное правительство, нас из этого кризиса не выведет, построить образ будущего города, попытаться мобилизовать внутренние ресурсы, привлечь внешние и начать самостоятельное движение в избранном направлении.

Понятно, что выбор между этими тремя ориентациями происходил на персональном уровне, а потому эти ориентации в рамках муниципальных образований сочетались, но в разных пропорциях. И там, где третья ориентация присутствовала сколько-нибудь существенно, и вставал вопрос об отношении населения к стратегии развития и направлению этого развития.

С точки зрения демократической политической культуры такая постановка вопроса выглядит абсурдной. В демократической политической традиции само собой разумеется, что именно горожане несут ответственность за судьбы своего города, что разные группы горожан способны предложить и отстаивать различные стратегии развития, отвечающие их интересам, что эти группы достаточно самоорганизованы для такого отстаивания, что существуют механизмы, привлекающие все заинтересованные слои и группы горожан к обсуждению стратегий и принятию решений. Однако в постсоветской России ничего этого не было. И потому ответственность за инициирование развития в таких условиях лежала на городских администрациях (надо заметить, что на волне демократизации рубежа 80-х - 90-х годов эти администрации пополнились новыми людьми, выходцами из других слоёв, однако эти люди принесли туда свои знания и свою активность, но никак не представительство и защиту интересов конкретных групп городского населения, которое было очень слабо структурировано и находилось в растерянности, пытаясь хоть как-то приспособиться к происходящим переменам).

В такой ситуации появляется соблазн "цезаристского" варианта, когда сильный лидер, контролирующий муниципальную администрацию и опирающийся на узкий круг заинтересованных лиц, навязывает всему городскому сообществу свою стратегию развития, не спрашивая ничего согласия. Такие варианты реализовывались во многих городах России, особенно мелких. Причём зачастую это происходило без всякой корысти, из благородного стремления "позаботиться о своём несчастном народе". Однако "цезаристский" вариант обладал серьёзными недостатками. Во-первых, основная часть населения городов, где этот вариант реализовывался, оставалась равнодушной к избранной стратегии развития (в силу своей отстранённости), что существенно снижало ресурсную базу такого развития: оно должно было опираться на ресурсы, привлекаемые извне, что в условиях современной России крайне затруднительно. Во-вторых, для реализации такого сценария развития фактически требовалось установление локального автократического режима. Но происшедшая в России демократическая революция, с одной стороны, создала правовые предпосылки для политического плюрализма, а с другой, изменила менталитет населения, глотнувшего свободы: по крайней мере, часть горожан не собиралась отказываться от этой свободы ни при каких условиях и была готова за неё бороться, в том числе и против







Но здесь же таилась и серьёзнейшая опасность: идея наукограда не могла не эксплуатировать ностальгию обнинцев по "золотым шестидесятым", а потому стратегия развития города как наукограда легко могла обернуться ретроутопией, ориентированной на ожидание восстановления тех механизмов развития города, которые сложились в советские времена. Такое ожидание могло легко привести к "отставанию навсегда". Поэтому было чрезвычайно важно привлечь к обсуждению и реализации этой стратегии не только обнинских "яйцеголовых", но и те новые социальные группы, которые обеспечивают адаптацию города к новой российской и мировой ситуации - прежде всего, бизнесменов, работающих в наукоёмких областях, а также делателей общественного мнения - СМИ. Именно они должны обеспечить трансформацию хозяйственной структуры города и менталитета горожан применительно к этой новой ситуации, создавая новые ниши участия в реализации этой стратегии и формируя новые мотивации к этому участию. При этом надо понимать, что как раз наукоёмкий бизнес и журналистика являются вполне сложившимися корпорациями с осознанием своих интересов, а потому простыми проводниками чужой воли они быть не намерены. Напротив, именно в силу наличия и осознания ими своих интересов они способны встроить новые контуры в стратегию развития Обнинска как наукограда - те контуры, которые с административной позиции не просматриваются.

Второй особенностью Обнинска, влиявшей на выбор именно такой стратегии, является его нахождение в непосредственной близости от Москвы при хороших и разнообразных средствах сообщения со столицей. А это означало, что жить без стратегии развития или навязать свою волю и свой вариант такой стратегии наиболее квалифицированной и активной части обнинцев просто невозможно: эти группы против бездеятельности или таких попыток навязывания просто "проголосуют ногами", найдя себе работу в Москве. Поэтому для Обнинска существовала (и, в какой-то степени, существует постоянно) угроза превратиться в удалённый "спальный" район Москвы, как это произошло, скажем, с Климовском. А это означало бы безвозвратную потерю людского ресурса и, опять-таки, перспективу "отстать навсегда". Именно поэтому требовалось не просто вовлечь наиболее квалифицированные и энергичные (а значит, достаточно молодые) социальные группы в обсуждение стратегии развития города, но и построить это обсуждение таким образом, чтобы эти группы смогли увидеть для себя перспективу в рамках этой стратегии. И сделать это в достаточно сжатые сроки.

Третья особенность также связана с ограниченностью времени, отпущенного на разработку и запуск реализации такой стратегии. Дело в том, что Обнинск сформировался как научный центр, а научный потенциал сохраняет свою ценность лишь постольку, поскольку активно используется. В противном случае от стремительно и необратимо стареет и становится никому не нужным. Это касается и идей, и людей, и оборудования. Для Обнинска такое устаревание означало бы полный крах как научного центра и развал как города.

Но обеспечить задействование такого потенциала муниципальная администрация при всём желании не может: это не её функция, да и квалификация в этой области не позволяет. Не случайно президент Союза развития наукоградов России Анатолий Долголаптев открыто заявляет: "Здесь проявляется феномен, наблюдаемый в последнее время в нашем сообществе: сращивание интересов науки с интересами местной власти". (НГ - наука, №8(33), 20 сентября 2000 г.) Поэтому стратегическая ориентация на наукоград автоматически означала необходимость координации усилий городской администрации, научного







сложиться естественным путём. Требовался специальный проект, ориентированный на выращивание такого механизма, способного задействовать, по крайней мере, наиболее заинтересованные группы.

Однако значимость этого проекта определяется не только внутренними условиями Обнинска. Схожая ситуация сложилась во многих наукоградах России, да и других мелких и средних городах тоже. Поэтому реализация проекта и анализ, обобщение и тиражирование накопленного в ходе его реализации опыта приобретают общероссийскую значимость.

## *Глава IV*

---

*Обнинск: стратегия  
развития – наукоград*



Приглашая горожан к активному участию в развитии города как наукограда, необходимо было прежде всего определиться, а что же такое наукоград: место в котором расположены научно-исследовательские институты и живут ученые, город в котором развивается наука, стратегия экономического развития или же это миф?

В первой части этой главы речь пойдет о Программе развития города Обнинска как наукограда, а во второй приведены ответы на 10 наиболее распространенных вопросов о том, что же такое наукоград.

## ***Программа развития***

Город Обнинск был создан в середине XX века для решения важнейших государственных задач путем воплощения в жизнь новых идей в области атомной науки и техники. Историческое развитие Обнинска свидетельствует о его развитии как города инновационного типа, стремящемся быть в одном ряду с теми, кто открыт новациям и активно и эффективно применяют их в повседневной работе.

Основным ресурсом развития науки всегда были новые идеи. Последние годы наглядно демонстрируют, что инновации в сфере экономики, управления, бизнеса становятся основной движущей силой экономического развития городов и регионов.

В середине уходящего десятилетия многие города, которые были созданы как "города науки", оказались в состоянии выбора новой технологии организации научно-технической деятельности и управления городом - либо полностью отказаться от прежней системы и начать с чистого листа, либо, используя работоспособные элементы старой системы модернизировать ее.

Избранная стратегия экономического развития Обнинска в качестве наукограда основана на реализации собственных потенциальных возможностей города в рамках дополнительных правовых условий, которые предоставляет муниципальному образованию статус наукограда.

Практическим руководством для выполнения данного решения является разработанная Программа развития города Обнинска в качестве наукограда на 2000-2004 годы.

Указ Президента Российской Федерации "О мерах по развитию наукоградов как городов науки и высоких технологий", постановление Правительства Российской Федерации от "О мерах по развитию муниципальных образований с градообразующими научно-производственными комплексами (наукоградов)", а также принятый в апреле 1999 года Федеральный закон "О статусе наукограда Российской Федерации" подтверждают правильность избранного инновационного подхода.

Базой экономического развития наукограда должен стать научно-производственный комплекс города - научно-исследовательские организации и высокотехнологичные про-



изводственные предприятия. Основной принцип - превращение научно-производственного комплекса города в ресурс своего развития в новых экономических условиях путем создания условий для его эффективного функционирования за счет коммерциализации научных разработок.

**Основные цели Программы** определены следующим образом:

- Создание условий для устойчивого развития научно-технического комплекса наукограда в условиях рыночных отношений, интеграция его возможностей и обеспечение на этой основе достижения высоких результатов по приоритетным направлениям развития науки, техники, образования и критическим технологиям федерального уровня;
- Последовательный переход на режим устойчивого бездотационного социально-экономического развития города на основе коммерческого использования результатов, получаемых в научно-производственном комплексе наукограда, отработка эффективных форм государственной поддержки.

Исходя из целей Программы сформулированы основные задачи Программы, которые можно разделить на три уровня:

**федеральный уровень** - сохранение и развитие современных фундаментальных и прикладных научных исследований;

**региональный уровень** - развитие экономики региона за счет расширения взаимодействия науки и промышленности - инновационных производств.

**местный уровень** - устойчивое бездотационное социально-экономическое развитие муниципального образования.

Непосредственная задача программных мероприятий - институциональные преобразования и построение необходимой инфраструктуры развития города, учитывая приоритеты и особые государственные задачи города Обнинска в качестве наукограда.

Эти задачи решаются в ходе реализации Программных мероприятий, объединенных в десять подпрограмм:

## Подпрограмма 1 "Реформирование научно-производственного комплекса"

Стратегическая цель реформирования научной сферы наукограда - создание мобильного, динамично развивающегося научно-производственного комплекса, отвечающего современным экономическим условиям.

В основу реформирования научно-производственного комплекса г.Обнинска, положен принцип концентрации ресурсов на приоритетных научных направлениях. При этом должны быть созданы условия для активизации взаимодействия и интеграции научных организаций, промышленных предприятий и создаваемых инновационных структур.

## Подпрограмма 2 "Формирование инфраструктуры инновационной деятельности"

Центральной задачей на пути коммерциализации научных результатов является развитие в Обнинске комплексной системы поддержки инновационной деятельности в научно-технической сфере.



Реализация настоящей подпрограммы основана на развитии уже существующих и апробированных организационных форм поддержки инновационной деятельности, создании новых элементов инфраструктуры и интеграции их в единую скоординированную систему поддержки инновационной деятельности наукограда.

### Подпрограмма 3 "Развитие производственной сферы наукограда"

Достижение цели комплексного развития наукограда невозможно без решения задачи активизации деятельности производственных предприятий и бизнеса в целом. Оздоровление и развитие действующих крупных предприятий, а также рост предпринимательской активности - ресурс для экономического подъема города, а также источник для коммерциализации продукта научно-технической деятельности. Реальный сектор экономики - та сфера, которая сможет стать заказчиком и потребителем новых технологий.

Цель настоящей подпрограммы - обеспечение условий для развития реального сектора экономики города и активизации предпринимательской деятельности.

### Подпрограмма 4 "Социально-экономическое развитие наукограда"

Социально-экономическое развитие наукограда - задача самостоятельная, однако ее решение прямо зависит от степени реализации задач развития научно-производственной сферы города, и наоборот - без создания необходимого уровня жизни в городе - жилищных, культурных, бытовых и прочих социальных условий достижение цели создания продуктивного наукограда невозможно.

Целью настоящей подпрограммы является развитие непроизводственной сферы города, то есть решение комплекса социально-экономических проблем города, закладывающих базу для дальнейшего бездотационного развития города.

Настоящая подпрограмма содержит только те задачи социально-экономического развития города, которые не могут быть решены в городе самостоятельно в рамках существующих ресурсов (городского бюджета).

Здесь следует особо отметить, что выработка мер жилищной политики - особый приоритет для наукограда, где вопрос о "подвижности" персонала и привлечения новых кадров является необходимым условием развития.

Деятельность по реализации Программы помогает формировать привлекательный имидж города. Это позволяет более эффективно привлекать к решению городских задач российские и зарубежные организации. В частности, примером подобной деятельности может служить сотрудничество с фондом Евразия, который избрал город Обнинск своим региональным приоритетом на 1999 год. В рамках программы "Комплексное развитие городского сообщества при поддержке фонда Евразия" 11 организаций города получили гранты на финансирование проектов, связанных с развитием гражданского сообщества на сумму более 350 тыс. долл. США.

## Подпрограмма 5 "Развитие инвестиционной деятельности"

Настоящая подпрограмма ставит своей задачей развитие инвестиционной деятельности в городе Обнинске, что позволит повысить уровень производства и занятости населения, обеспечит увеличение налоговой базы города, создаст условия для активизации научно-технической деятельности.

Меры настоящей подпрограммы направлены на использование всего спектра источников капитальных вложений.

Стратегия настоящей подпрограммы - проведение институциональных преобразований и создание системы стимулирования для развития инвестиционной деятельности в городе Обнинске.

В мае 1999 года городским Собранием принято "Положение о поддержке инвестиционной деятельности в г.Обнинске", которое представляет собой нормативно-правовой акт, устанавливающий налоговый режим благоприятный для инвестиций в реальный сектор экономики города Обнинска с целью развития производств и повышения занятости населения.

Налоговые льготы предоставляются предприятиям и предпринимателям, использующим инвестиции независимо от их объема и источника возникновения. Освобождение от уплаты предоставляется по всем налогам и сборам, установление льгот по которым входит в компетенцию органов местного самоуправления, что в г.Обнинске может составить около 50% всех начисленных налоговых платежей. Льготы предоставляются на период окупаемости инвестиционного проекта.

Таким образом, с одной стороны развивающиеся предприятия получают серьезную поддержку, а с другой - данный механизм налоговых льгот не затрагивает существующей налоговой базы.

Следует отметить, что предприятия Обнинска начинают активно использовать и льготы, предоставляемые областным законодательством.

## Подпрограмма 6 "Создание системы представительства интересов субъектов хозяйственной деятельности"

Значительное увеличение доли рыночного сектора в городской экономике наукограда определяет принципиально новые подходы к формированию и развитию системы интеграции и координации предпринимательской деятельности. Особая роль здесь принадлежит общественным организациям, объединяющим бизнес сообщество: Торгово-промышленной палате г.Обнинска и Союзу предпринимателей. Они должны обеспечить интеграцию общественной активности субъектов хозяйственной деятельности, включая существующие и создаваемые предприятия инновационного бизнеса.

## Подпрограмма 7 "Международное сотрудничество наукограда"

Цель подпрограммы - отработка и развитие механизмов международного сотрудничества наукограда, а также адаптация зарубежного опыта по решению задач перехода от госбюджетно-ориентированной экономики к рыночной.



В рамках реализации мероприятий данной подпрограммы следует отметить проект "Инновационные центры и наукограды", который стартовал в октябре 1999 года под эгидой программы Европейского Союза ТАСИС. Проект предусматривает участие европейских экспертов в области регионального экономического развития в реализации Программы развития Обнинска.

### **Подпрограмма 8 "Создание единой информационной среды наукограда"**

Уровень информатизации является в настоящее время одним из определяющих факторов успешного экономического развития и конкурентоспособности, как на внутреннем, так и на внешнем рынке. Настоящая подпрограмма определяет комплекс мер по созданию современной единой информационной среды наукограда, предназначенной для обеспечения задач развития города.

Целенаправленное формирование единой информационной среды наукограда реализуется путем создания Обнинской Городской Компьютерной Сети (ОГКС).

### **Подпрограмма 9 "Подготовка кадров"**

Комплекс мероприятий "Подготовка кадров для научно-производственного комплекса" является одним из ключевых в дальнейшем развитии г.Обнинска в качестве наукограда. Город обладает значительной базой по подготовке и переподготовке кадров, высококвалифицированным составом преподавателей, что позволяет готовить кадры по широкому кругу специальностей.

Мероприятия данной подпрограммы направлены: во-первых, на обеспечение кадрами научно-производственной сферы города и решение задачи федерального уровня - подготовке кадров высшей квалификации для ядерной отрасли России.

во-вторых, на обеспечение кадрами создаваемой в Обнинске рыночной инфраструктуры науки, и, в частности, менеджеров наукоемкого бизнеса и инновационно-технологической деятельности.

и, наконец, эффективная реализация Программы возможна только при наличии необходимых трудовых ресурсов, включая подготовленный управленческий персонал.

### **Подпрограмма 10 "Система обеспечения радиационной безопасности"**

Имеющиеся в г.Обнинске ядерноопасные объекты требуют обеспечения в полном объеме их физической и инженерно-технической защиты. Повышенная опасность эксплуатации указанных установок определяет необходимость надлежащей, отвечающей нормативным требованиям, пожарной охраны и предъявляет особые требования к поддержанию правопорядка в городе.

Программа развития г.Обнинска в качестве наукограда определяет общую стратегию развития города на ближайшие 5 лет и должна обеспечить дополнительные правовые условия и ресурсы для перехода города к бездотационному развитию.





наработки для создания предприятий, выпускающих продукцию, основанную на высоких технологиях. Таким образом были сформированы новые рыночные механизмы использования результатов труда ученых. Кроме этого, активная позиция городской Администрации на федеральном уровне, проведение в Обнинске крупных научно-практических форумов по проблемам сохранения и развития российской науки привлекли внимание федеральной власти к Обнинску и стали основой конструктивного сотрудничества. Первым практическим результатом этого стало подписание в ноябре 1997 года Президентом Российской Федерации Б. Ельциным Указа, которым Обнинске был определен как экспериментальная площадка по отработке механизмов перехода наукоградов к бездотационному развитию и форм государственной поддержки. Полученный положительный опыт Обнинска стал основой для разработки программы экономического развития города как наукограда на 2000-2004 гг. и присвоения ему официального статуса наукограда Российской Федерации. Опыт экономического развития Обнинска уже используют другие российские города науки.

#### 4. В чем смысл Программы развития Обнинска как наукограда?

В советское время развитие Обнинска обеспечивалось за счет средств, которые государство выделяло научно-исследовательским институтам. Жилье, школы, детские сады, дома культуры, коммунальное хозяйство т.е. вся городская инфраструктура содержалась за счет *бюджетов научных организаций*. Ныне содержание, а тем более развитие городского хозяйства, осуществляется из *бюджета города*, который формируется за счет собираемых налогов. Бюджет будет тем больше, чем больше в городе будет налогоплательщиков. Например, налоги, которые перечисляют все НИИ, составляют лишь 17% от всех поступлений в городской бюджет. При этом работниками научных организаций являются 25 % трудоспособных жителей Обнинска.

Расширить налогооблагаемую базу в городе за счет создания новых рабочих мест в сфере наукоемкого производства - одна из стратегических линий развития Обнинска. Выбор в качестве приоритета высокотехнологичного бизнеса связан с тем, что в Обнинске нет иных ресурсов для экономического развития, кроме новых знаний, полученных в НИИ, и высокого образовательного уровня горожан.

Программа развития Обнинска как наукограда ставит своей целью *создание условий и механизмов*, которые позволят развивать город за счет собственных ресурсов, без сильной зависимости от федерального бюджета.

#### 5. Каковы бюджет Программы развития Обнинска как наукограда и ее общая стоимость?

*Бюджет Программы* развития формируется за счет средств, выделяемых из Федерального бюджета. Предполагаемая сумма за 5 лет должна составить 555,5 млн. руб. Именно эти средства будут инвестированы в развитие экономики города.

*Общая стоимость* Программы (1504 млн. руб.) включает не только средства Федерального бюджета, но и доходы бюджета города, которые в 2000-2004 гг. должны составить 878,7 млн. руб., а также средства целевых программ министерств и ведомств и различные внебюджетные источники (69,9 млн. руб.).







## 9. Как можно принять участие в реализации Программы?

Реализация Программы осуществляется посредством выполнения проектов, которые готовятся организациями-исполнителями в инициативном порядке или по заказу Дирекции.

Порядок представления и рассмотрения заявок на финансирование проектов определяется "Положением о предоставлении финансирования для реализации мероприятий и проектов Программы развития г.Обнинска как наукограда на 2000-2004 гг."

Подробную информацию о том, как подготовить заявку и каков механизм ее рассмотрения, можно получить на интернет-странице [www.naukograd.obninsk.ru](http://www.naukograd.obninsk.ru) в разделе "Официально".

## 10. Можно ли вносить изменения в Программу развития г.Обнинска как наукограда и как это сделать?

Можно. Утвержденная Президентом Программа определяет основные направления, цели и задачи экономического развития города, сформулированные в 10 подпрограммах. Какие конкретно мероприятия будут реализовываться для решения поставленных задач будут решать органы управления Программой - Наблюдательный Совет и Дирекция - с учетом реальных потребностей и выделяемого бюджетного финансирования.

Горожане и заинтересованные организации могут внести изменения или дополнения в Программу. Для этого в рамках проекта "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития г.Обнинска в качестве наукограда" создана специальная рабочая группа. Любой горожанин может направить в ее адрес (249037, г.Обнинск, а/я 7143) свои предложения, которые после заключения экспертов будут переданы в городское Собрание для принятия решения.

Кроме этого изменения в программу экономического развития города ежегодно будет вносить Совет Программы - специально созданный совещательный орган при Дирекции Программы.



## *Глава V*

---

*Целевые группы:  
мотивация к участию*



## Журналисты

Почему журналисты были выбраны одной из целевых групп в ходе реализации этого проекта, достаточно очевидно. В современном мире именно масс-медиа обеспечивают единство информационного и коммуникативного поля, внутри которого осуществляется взаимодействие большого количества социальных агентов, действующих в рамках одной программы, но преследующих при этом свои цели и интересы. Таким образом, СМИ здесь выступают в качестве необходимого социального посредника. А если учесть, что механизмы институционального представления и согласования интересов разных заинтересованных групп в Советском Союзе отсутствовали, а в постсоветской России только начали формироваться, то именно на масс-медиа ложится особая нагрузка в плане представления социальных интересов и запуска процессов их согласования.

В ситуации нашего проекта одна из заинтересованных групп - муниципальная администрация - имела явное преимущество перед другими по уровню осознания и структурирования своих интересов. К тому же именно эта группа являлась инициатором запуска программы в целом. А значит, существовала опасность, что городские СМИ станут рупором именно этой группы, "промывающим мозги" и навязывающим определённую точку зрения другим заинтересованным группам. Такое развитие событий вело бы к профанированию всей программы развития Обнинска как наукограда, что, кстати, совершенно не отвечает и интересам самой городской администрации. Именно поэтому целевая работа с городским журналистским сообществом была необходима уже на стадии запуска программы.

Для городских СМИ участие в проекте было достаточно привлекательным. Они получали первостепенный доступ не только к материалам программы наукограда (эти материалы ни для кого не являлись секретом), но и к информации о конкретных шагах реализации этой программы, предпринимаемым городской администрацией, НИИ и бизнес-структурами. Если учесть, что в Обнинске сложилась достаточно типичная для России модель городского медиа-поля, когда одно-два издания являются официальными или полуофициальными, а остальные дистанцированы от власти (именно дистанцированы, а не оппозиционны) и поэтому слабо работают с официальными материалами, то для ряда городских СМИ участие в проекте давало возможность наладить более эффективное взаимодействие с городской администрацией в плане освещения материалов общегородской значимости.

Деятельность научных структур города всегда носила закрытый или полужакрытый характер. Говорить об устойчивой модели их взаимодействия со СМИ вообще нельзя - она ещё не сложилась. Её формирование зависит и от журналистов, которым необходимо освоить новое поле работы. Семинары позволили сделать первые шаги в этом направлении. То же самое относится и к взаимодействию СМИ с предприятиями, составляющими инновационную инфраструктуру города.







будет привлекательно в том случае, если эта программа станет средством развития их бизнеса. Поскольку перспективы наукограда активно обсуждаются в Обнинске с середины 90-х, а альтернативных перспектив развития города не видно, постольку для этих бизнесменов было, в общем-то, понятно, что наукоград - это всерьёз и надолго. А потому их интерес заключается в следующем: понять, стоит ли с этим связываться или лучше существовать параллельно, но не пересекаясь.

С другой стороны, формирование бизнес-контура наукограда для инициаторов программы (и людей науки, и администрации) является *conditio sine qua non*. Советская модель науки не предусматривала опосредование отношений между наукой и обществом через рынок, поскольку эту функцию брало на себя государство. В нынешних условиях государство готово только оказать помощь в организации выполнения этой функции, но не боле того. И встраивание науки в рыночные отношения возможно только через соответствующую организацию бизнеса. Причём такая организация должна быть коммерчески привлекательной и для науки, и для бизнеса. Для предпринимателей второй группы интеллектуальный потенциал Обнинска является, прежде всего, коммерческим ресурсом, использование которого в одностороннем порядке бывает весьма затруднительно. И для них семинары проекта должны были бы стать той коммуникативной площадкой, на которой можно было бы решить эту проблему путём диалога с другими заинтересованными сторонами.

Наконец, есть ещё одна черта этих семинаров, делавшая их привлекательными для участия бизнесменов и связанная со спецификой российских условий. Это - возможность налаживания деловых и социальных контактов с муниципальным чиновничеством.

## ***Молодёжь (студенчество, молодые специалисты)***

Проблемы, связанные с обеспечением преемственности в развитии, возникают на переломе эпох. Именно такая ситуация сложилась в России в наше время. Традиционные механизмы, обеспечивающие преемственность поколений и основанные на общности ценностей разных поколений и доверии к авторитету старших, перестали работать. Внешне это выразилось в падении престижа занятий наукой и отсутствии притока молодых кадров в эту сферу.

Позтому проект, ориентированный на вовлечение населения в разработку и реализацию стратегии социально-экономического развития города - это в огромной степени проект, обращённый к молодёжи. Ибо одна из его главных задач - восстановить исчезающую связь времён. Но одного этого мало. Молодёжь является тем социальным слоем, который реально осуществляет социальные инновации, т.е. делает будущее. Новая ситуация с существованием науки в постсоветской России создала в этой области такое количество разрывов, что сегодня речь идёт о создании новых механизмов, обеспечивающих востребованность науки нынешним обществом - и российским, и мировым. И эти механизмы в основном находятся не внутри науки, а в околонуточных областях экономики и социальных отношений. Так что в рамках наукограда задействование молодёжи необходимо не только для обеспечения преемственности поколений, но и для осуществления социально-экономических инноваций.





Именно поэтому построение мероприятий проекта, адресованных молодёжи, в духе "агитации за науку", было бы обречено на провал - как в плане их привлекательности для участников, так и в плане их эффективности в рамках проекта в целом.

Акцент в молодёжной составляющей проекта был сделан на две линии. Во-первых, было необходимо дать панораму программы развития Обнинска как наукограда и обозначить перспективу. Это диктовалось тем, что молодые люди озабочены выбором своего жизненного пути и в условиях кризиса предпочитают делать выбор сами, а не доверять его старшим (если, конечно, не ориентированы изначально на поиск тёплого местечка). В такой ситуации требовалось прежде всего обозначить места и направления возможного приложения сил (именно места приложения сил, а не незанятые рабочие места!) и тем самым задать пространство осмысленного самоопределения. Только в том случае, если такое пространство будет задано, а тематическое самоопределение совершено, можно говорить о появлении устойчивых и весьма разнообразных мотиваций молодых людей к работе в рамках проекта. На начальном же этапе работа в рамках этого направления должна строиться в ориентации на элементарную любознательность, если не сказать любопытство.

Вторая линия работы с молодёжью в рамках проекта ориентирована как раз на тех, кто самоопределился в рамках обозначенных направлений и перспектив и заинтересован в собственном включении в реализацию одного из направлений программы наукограда. Здесь как раз важно было показать механизмы личного включения в программу.

Между этими двумя линиями есть принципиальная разница. Первая из них ориентирована на организацию самоопределения. Понятно, что далеко не все из тех, кто совершает выбор, сделают его в рамках наукограда (да и вообще, далеко не все окажутся в состоянии этот выбор совершить). Поэтому здесь мотивации участников сравнительно слабые, а работа ведётся на массовую аудиторию в расчёте на просев и отсеивание людей.

Вторая линия рассчитана на работу с уже самоопределившимися и мотивированными людьми, а потому ориентирована на значительно более узкий круг молодых людей.



## *Глава VI*

---

### *Диалог с целевыми группами*



Главным условием успешной реализации проекта является полноценный обмен информацией между персоналом проекта и жителями города. Для этого необходимо выявить целевые аудитории - группы населения, имеющие свою специфику и свой взгляд на Программу развития города, и организовать диалог с ними.

Атмосфера диалога имеет принципиальное значение, поскольку она помогает избежать одностороннего общения с горожанами. Изначальная установка специалистов, участвующих в осуществлении проекта должна состоять в том, что они не располагают истиной в последней инстанции и не стремятся навязать свое мнение. Наоборот, горожане сами должны сформировать свое мнение по поводу развития города. Диалог между представителями разных целевых групп, организованный персоналом проекта, является механизмом выработки такого мнения.

Исходя из этого, реализация проекта, в части вовлечения горожан в процесс обсуждения стратегии развития города, связана с решением трех задач:

- во-первых, донести до целевых аудиторий информацию о Программе и пригласить их к участию в процессе её реализации и корректировки.
- во-вторых, исследовать мнение представителей целевых аудиторий о Программе развития.
- в-третьих, создать условия, позволяющие начать конструктивный диалог о проблемах развития города.

Все три задачи тесно взаимосвязаны между собой. Так, выполнение первой задачи является условием успеха для выполнения второй и третьей, особенно в части получения поддержки со стороны СМИ. Результаты выполнения второй задачи могут сыграть роль "приманки" для журналистов и, таким образом, помочь заручиться их поддержкой. С другой стороны, они являются прекрасной темой для диалога с горожанами в ходе семинаров для целевых аудиторий. Выполнение третьей задачи позволяет создать самовоспроизводящийся обмен мнениями между горожанами.

Для решения первой задачи используются городские СМИ, которые должны играть роль главного передаточного звена в процессе реализации и корректировки Программы.

Для решения второй задачи используются социологические исследования в форме анкетирования. Также можно использовать углубленные интервью с отдельными представителями целевых групп по наиболее сложным вопросам, связанным с реализацией Программы.

Для решения третьей задачи используются семинары для целевых групп, а также возможности городских СМИ и Интернет.

В этом разделе мы сосредоточимся на социологических исследованиях и семинарах для целевых групп.



## Социологические исследования

Социологические исследования могут играть несколько функций в информационном обмене, например, контрольную, информационную, пропагандистскую.

Контрольная функция важна для оценки результатов усилий проектной группы. Эту функцию может выполнить рамочное анкетирование, проведенное в начале и в конце проекта. Рамочная анкета должна содержать одни и те же вопросы. Такой подход позволяет точно понять, как изменилась ситуация по тому или иному аспекту развития города. С другой стороны, недостатком такого подхода является то, что он не учитывает изменения, которые может претерпеть наше понимание ситуации в ходе проекта. Неизменная форма анкеты не позволяет включать в неё дополнительные вопросы или убирать потерявшие свое значение.

Избежать этого недостатка позволяют промежуточные социологические исследования. Они помогают анализировать новые вопросы, возникшие в ходе реализации проекта, а также более глубоко изучать проблемы поставленные в начале проекта.

В приложении 1 представлена рамочная анкета, использованная в ходе реализации проекта "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития г. Обнинска в качестве наукограда". Результаты проведенного исследования представляются в виде аналитической записки (приложение 2).

Информационная функция социологических исследований состоит в том, что их результаты представляют интерес для горожан. Журналисты видят в них отличный материал для публикаций. Наконец, пропагандистская функция социологических исследований состоит в том, что публикация их результатов способствует созданию атмосферы заинтересованности в проблемах города, ориентирует общественное мнение в определенном направлении.

Для того, чтобы эти функции были успешно реализованы, результаты социологических исследований должны быть представлены журналистам. Они могут их рассмотреть как материал для возможной публикации. Таким образом, появляется возможность воздействия на широкую аудиторию горожан. Кроме того, результаты опросов и интервью являются очень хорошей темой для дискуссий в ходе семинаров для целевых групп.

Примером промежуточного социологического исследования, результаты которого были использованы в ходе семинара для предпринимателей города, является серия углубленных интервью с руководителями предприятий научно-технической сферы г. Обнинска. Примерный перечень вопросов, которые были заданы в ходе интервью, представлен в приложении 3. Были опрошены руководители пяти наиболее успешных предприятий. Средняя продолжительность интервью составила два часа. Общие результаты и выводы, полученные на основе проведенных исследований, были представлены на семинаре для предпринимателей (приложение 4).

В ходе реализации проекта было также проведено промежуточное анкетирование представителей целевых групп с целью определить, какие городские газеты, радио и телевидение рассказывают о развитии нашего города и о том, каким его хотят видеть власть и горожане. Анкета содержала следующие вопросы:

- В каких СМИ Вы читали/слушали сообщения о развитии города в качестве Наукограда за последние 5 месяцев?



- Каков характер этих сообщений?
- Читали ли Вы текст Программы развития города в качестве Наукограда?
- Назовите наиболее интересную, на Ваш взгляд, публикацию или сообщение о развитии города в качестве Наукограда.
- Что бы Вы хотели узнать о развитии города в качестве Наукограда с помощью местных СМИ?
- Какие местные газеты Вы читаете?
- Какие местные радиостанции Вы слушаете?
- Смотрите ли Вы местный телевизионный канал?
- Какой вид информации Вас интересует?
- Удовлетворяют ли Вас местные СМИ?
- Что Вас не устраивает в местных СМИ?

Результаты исследования были оформлены в виде аналитической записки (приложение 5) и представлены для дискуссии на одном из семинаров для СМИ.

## *Семинары для целевых групп*

Семинары для целевых групп выполняют функцию по созданию условий для обмена мнениями по проблемам развития города. Роль специалистов проекта заключается в информировании участников семинара о ходе реализации Программы развития города как наукограда. Участники проекта должны также вести дискуссию в ходе семинара, контролируя регламент выступлений и их соответствие заявленной тематике. Организаторы семинаров определяют повестку дня и рассылают её вместе с приглашениями потенциальным участникам. Длительность семинара составляет около восьми академических часов.

Семинары для предпринимателей могут затрагивать следующие вопросы:

- Бизнес и инвестиции в Наукограде
- Чем Программа развития города может помочь бизнесу?
- Чем мой бизнес может помочь Наукограду?
- Особенности наукоёмкого бизнеса. Российский и зарубежный опыт. Местные примеры успешного наукоёмкого бизнеса.
- Инфраструктура инновационной деятельности, её формирование и развитие.
- Использование идеологии Наукограда для реализации инфраструктурных проектов.
- Обсуждение мер по стимулированию инвестиционной деятельности в городе, например, льготы по налогам и сборам.

Семинары для научных работников могут быть посвящены следующим темам:

- Наука и бизнес в Наукограде
- Консолидация научного и делового сообщества для выявления возможностей создания наукоёмких производств, основанных на местных технологиях
- Демонстрация успешного опыта
- Возможности Программы развития города для поддержки науки и предпринимательства.

Семинары для бизнесменов и научных работников можно проводить совместно. Это будет способствовать непосредственному обмену мнениями между представителями двух целевых групп.

Семинары для молодежи, студентов и аспирантов города могут затрагивать следующие проблемы:









## *Глава VII*

---

*СМИ – основное передаточное  
звено в процессе участия  
горожан в Программе  
наукограда*

С самого начала работы над проектом "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития города Обнинска в качестве наукограда" было очевидно, что без средств массовой информации никак нельзя обойтись. Именно страницы местных газет и передачи обнинских радиостанций и телевидения должны были стать основным средством коммуникации между идеологами наукограда и общественностью. Не случайно "мозговые центры" во всем мире (различные фонды и политологические институты) воздействуют на формирование политической повестки дня главным образом через СМИ. При этом они делают упор не на громоздкие детальные исследования, изложенные сухим научным языком, а публикуются, как правило, понятные всем краткие обзоры и аналитические статьи, содержащие подробные рекомендации и прогнозы на будущее. Для этого чаще всего используется посредничество журналистов, которые более мастерски владеют своей аудиторией.

Таким образом, задача вовлечения горожан в обсуждение Программы на первом этапе формулировалась как "втягивание" в процесс позитивного обсуждения наукоградской программы обнинских журналистов, тяготеющих к общественно-политической тематике. Забегая вперед, стоит отметить, что именно серия семинаров стала наиболее удачной формой воздействия на эту целевую группу.

Итак, какие задачи ставили перед собой организаторы семинаров под общим названием "Наукоград в зеркале прессы"? Во-первых, необходимо было сплотить группу журналистов, представляющих различные и не всегда дружественные по отношению друг к другу издания, одним общим интересом. Для этого организаторам следовало подавать уникальные и информативные материалы и результаты исследований для того, чтобы каждый семинар превращался для журналистов в источник свежей информации из первых рук.

Во-вторых, семинары были призваны сыграть образовательную функцию. Необходимо было "подтянуть" журналистов к достаточно высокому уровню понимания стоящих перед администрацией города экономических проблем. Изучение специально созданного словаря-гlossария, "пошаговое" ознакомление с текстом программы и документами, комментарии и разъяснения специалистов - все это было задумано для того, чтобы обсуждение Программы на семинарах велось на одном понятном всем языке.

В-третьих, подача фактологической информации, приглашение ведущих специалистов администрации и экспертов, представление данных свежих социологических исследований и мониторинга обнинской и региональной прессы должно было гарантировать мощную PR-овскую поддержку, как самому проекту, так и наукоградской идеологии в целом.

Следует добавить, что семинары для журналистов имеют много общего с проведением пресс-конференций, но отличаются тем, что носят гораздо менее официальный характер. По ходу семинара нередко разворачиваются дискуссии, звучат комментарии с мест, происходит обмен информацией. Удачным завершением семинара является заранее запланированный совместный обед. Неформальная и дружественная обстановка способствует укреплению







и легко определимы. Исходя из общих соображений, информацию необходимо искать у тех, кто непосредственно инвестирует, у тех, кто получает инвестиции, и у тех, кто обеспечивает эти процессы законодательно, организационно и административно.

Наиболее полную и оперативную информацию о различных инвестиционных проектах можно получить в различных отделах городской администрации. Для этого журналисту необходимо достаточно хорошо представлять себе структуру городской администрации, основные функции отделов и конкретных лиц, которые эти подразделения возглавляют или обладают наиболее полной информацией.

Из анализа структуры Администрации города Обнинска можно заключить, что интересующую информацию по обозначенной выше тематике могут предоставить:

**1. Вице-мэр по экономическим вопросам - начальник экономического управления - отдел экономического прогнозирования и развития города - отдел науки и международных связей - отдел поддержки предпринимательства.** Функции - разрабатывают важнейшие направления реализации налоговой, инвестиционной, структурной, кредитно-финансовой политики в городе.

**2. Вице-мэр по вопросам строительства, транспорта и связи - главный архитектор**  
Функции - координирует взаимодействие городской администрации с государственными и коммерческими структурами по вопросам, входящими в компетенцию комплекса и распределяет средства внебюджетных фондов, контролирует их использование (тендеры - часть инвестиционного процесса).

**3. Вице-мэр по вопросам городского хозяйства**  
Функции - координирует взаимодействие городской администрации с государственными и коммерческими структурами по вопросам, входящим в компетенцию комплекса, принимает участие в организации комплексного развития городского хозяйства.

4. Дополнительной (наводящей) информацией могут обладать **начальник комитета по торговле** (координирует размещение на территории города предприятий торговли, общественного питания и производства пищевых продуктов) и **руководитель комитета по управлению имуществом** (разрабатывает и утверждает проекты Городской программы приватизации). Обобщенной информацией по инвестиционной политике и о наиболее продвинутых инвестиционных проектах, ориентированных на нужды города обладает **мэр города, как председатель Инвестиционного совета.**

Однако одной лишь информации, полученной из официальных каналов, может оказаться недостаточно. Для тех, кто занимается экономической журналистикой важно иметь **ряд других источников** возможного получения информации. Поэтому перечислим некоторые обнинские учреждения и организации, которые имеют отношение к тематике "Инвестиции и бизнес":

- **Фонд поддержки малого предпринимательства.** Предоставляет льготные займы под проекты на конкурсной основе. Минимальная процентная ставка установлена для инновационных проектов социального и медицинского назначения, предоставляет поручительства в кредитно-финансовые учреждения (до 100 000 рублей, до года).
- **Фонд поддержки женского предпринимательства Калужской области, или Фонд "Микрозайм" (Обнинское отделение открылось в декабре 1999 года).** Выдаются микрозаймы от 1000 до 100 000 рублей, до 4 месяцев, предоставляет займы под развитие бизнеса с указанием конкретных целей.
- **РАПИТ (региональное агентство по продвижению инвестиций и технологий).** Совместная инициатива обнинской администрации и правительства Нидерландов. Содей-



- В январе в Калуге прошла Межрегиональная экономическая конференция "Инвестиции, инновации, менеджмент". В ней принимала участие многочисленная обнинская делегация.
- ОЦНТ провел региональный конкурс инновационных проектов для предприятий научно-технической сферы.
- Губернатор Валерий Сударенков принял участие в конференции деловых кругов Германии и России, которая прошла в Москве 25 февраля. Ее главной темой стали перспективы российско-европейского экономического сотрудничества после президентских выборов. Речь шла о состоянии инвестиционного климата в российских регионах на примере Калужской, Новгородской и Вологодской областей. В своем выступлении Валерий Сударенков озвучил предложения по развитию деловой активности немецких компаний на калужской земле.
- По словам Склера Г.И., выступившего на Межрегиональной экономической конференции "Инвестиции, инновации менеджмент": объем прямых иностранных инвестиций в области превысил \$100 млн., что вытолкнуло наш регион в первые строчки российских рейтингов.

## *Использование ресурсов Internet в журналистской практике*

### Обнинские ресурсы и электронные версии газет

Интернет уже широко вошел в практику работы большинства московских журналистов, тем не менее их региональные собратья по перу еще только присматриваются к информационным возможностям "всемирной паутины". Очевидно, что это лишь вопрос времени и технической оснащенности редакций. Одной из задач семинаров было стремление "подхлестнуть" интерес журналистов к новым ресурсам. Поскольку некоторые городские и региональные издания уже обзавелись собственными сайтами в Интернете, то был сделан обзор электронных версий СМИ Обнинска, сопровождавшийся их "живой" демонстрацией на большом экране в обнинском компьютерном клубе. Этим была обеспечена большая наглядность и оперативность подачи материала.

**1. "Радио-Рейтинг"**. Две версии русская и английская, содержит рейтинг новостей и возможности вещания в Интернете. Информация, представленная на главной странице: сколько лет радиоккомпания работает в эфире, справочные данные, такие как история, география распространения, учредители, персонал, реквизиты. Это своего рода визитка и одновременно с этим хороший рекламный инструмент. Представлен рейтинг новостей, среди которых рассказ о ходе проекта по привлечению горожан к корректировке Программы развития Обнинска как наукограда. Кроме того, на сайте демонстрируются образцы рекламных роликов и результаты радиомониторинга.

**2. Еженедельная газета "Вы и Мы"** - представлены свежие номера и архив предыдущих выпусков. Подробная информация об издании, очень удобный сервис.

**3. Телекомпания CINV**. Из информации на этом сайте можно узнать, что ТВ работает на двух телеканалах: на города севера Калужской области - Обнинск, Малоярославец, Боровск, Балабаново, Наро-Фоминск, Жуков и на центральные города Калужской области - Калуга, Полотняный завод, Кондрово, Детчино. Аудитория около 800 тысяч человек. Представлена также структура CINV и его персонал.

**4. "Вечерний Обнинск"** - к сожалению, сейчас сайт не поддерживается, но представлен один номер-спецвыпуск. Отличается хорошим дизайном.



5. Журналы "Муниципальное право", "Городское управление", "Муниципальная служба", газета "Местное самоуправление".

## Статистические данные

Газета	Число публикаций о проблемах наукограда	Из них - публикации об образовании в наукограде
"Обнинск"	49	18
"Вечерний Обнинск"	22	6
"Вы и Мы"	20	8
<b>ВСЕГО</b>	<b>91</b>	<b>32</b>

*Примечание:* В газетах за указанный период размещали рекламу, которая является значимым источником социальной информации, следующие образовательные учреждения - ФРИДАС, ИАТЭ, Обнинский политехникум, Международная академия современного знания, Обнинский гуманитарный институт, ОФ Современного гуманитарного института ОФ Российского нового университета, Обнинская художественная школа, Обнинская французская школа, Центр довузовской подготовки "Абитуриент МГУ".

## Наиболее острые проблемы, поднятые в публикациях, посвященных образованию в наукограде.

### Газета "Обнинск"

1. Об аспектах международного образования на примере российской программы "Лидерство".
2. Обучение инновационному менеджменту (очень актуально для Обнинска).
3. Проблемы довузовской подготовки.
4. Обучение действующих директоров и руководителей частных компаний.
5. О кадровых проблемах в научном секторе.
6. Развитие автоматизированных библиотек в городе.

### "Вечерний Обнинск"

1. Автоматизированная объединенная библиотечная сеть.
2. Проблемы в системе профобразования в Обнинске.
3. О переходе на всеобщее 12-летнее среднее и 4-летнее начальное образование.

### "Вы и Мы"

1. Развивающее обучение дошкольников.
2. Проблемы обнинских рекрутинговых агентств.
3. Довузовское тестирование.

В ходе обсуждения на семинаре участники семинара, основываясь на данных мониторинга и тематического анализа, сделали ряд выводов, которые во многом являются и показателями эффективности проведенной с журналистами серии семинаров "Наукоград в зеркале прессы".





## *Глава VIII*

---

*Итоги проекта:  
предложения горожан*

Одной из важных составляющих успеха кампании, направленной на привлечение жителей города к более активному участию в местном самоуправлении является наличие практических результатов их деятельности. В проекте "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития г.Обнинска в качестве наукограда" таким практическим результатом были предложения горожан. В ходе специализированных семинаров, при обсуждении Программы на страницах газет, по радио и на телевидении, специалисты проекта убеждали жителей города в том, что они могут внести изменения в Программу развития, а также предложить к реализации свои собственные проекты.

Безусловно, предложения и проекты должны отвечать духу Программы, ее целям и задачам. Поэтому, после этапа их разъяснения, наиболее ответственной частью проекта являлся период, когда участники семинаров обсуждали различные подходы к решению поставленных задач и достижения цели экономического развития города. Именно на этом этапе стали появляться предложения по корректировке Программы и первые инициативные проекты.

Появление предложений горожан не являлось достижением цели проекта. Необходимо было создать и апробировать механизм, который позволял бы учесть их при реализации Программы. Избранной моделью такого механизма являлось создание специальной общественной рабочей группы из представителей различных городских сообществ: исполнительной и законодательной власти, общественных организаций, научного сообщества и других. Основная функция рабочей группы - общественная экспертиза предложений горожан. Иными словами это "фильтр", который призван отделить конструктивные предложения, отвечающие целям и задачам Программы от иных, возможно не менее значительных для жизни города проектов, но не отвечающих предъявляемым критериям.

Вторая, но не менее важная функция рабочей группы - это адрес, куда заявитель может обратиться со своим проектом. Когда проект начинал осуществляться еще не были сформированы управляющие органы Программы развития г.Обнинска как наукограда - Дирекция и Совет Программы. Поэтому на простой вопрос: "А куда нужно подавать заявки и предложения?" - ответа не было. Рабочая группа, в значении "адрес", сыграла в этот период положительную роль. Жителям города была предоставлена возможность не только проявить инициативу, но еще было сказано кто может проконсультировать и помочь в продвижении этой инициативы.

Всего в адрес рабочей группы поступило более десяти предложений. Они носили разный характер. От независимой экспертной оценки отдельных мероприятий Программы до значительных научно-технических инвестиционных проектов. Следует отметить, что значимость рабочей группы, подтверждает факт направления Администрацией г.Обнинска 4 предложений от различных организаций на рассмотрение в рабочую группу. Это было признание важности развития демократических норм при формировании механизма реализации Программы экономического развития города в целом.

На первое заседание рабочей группы, которое состоялось 4 октября 2000 г. и куда были приглашены представители СМИ (присутствовали журналисты трех газет и радио "Рейтинг" и "Обнинск") были вынесены 10 проектов и предложений горожан:

1. Комментарий к подпрограмме 2, пп. 5, 6. О создании центра сертификации наукоемкой продукции с сетью испытательных лабораторий на базе НИИ города.
2. Предложение о финансировании патента на плазменный аккумулятор ПИНТА.
3. Предложение о финансировании работ по синтезу доклиническим испытаниям фотосенсибилизаторов нового поколения.







---

## *Приложения*

## Приложение 1

### Анкета

Мы с Вами живем в наукограде. 17 декабря 1995 года на городском референдуме большинство жителей Обнинска высказались за развитие Обнинска как города науки.

Давайте вместе, с помощью этой анкеты, определим, какой смысл каждый из нас вкладывает в эти слова и каким хочет видеть будущее Нашего города.

Обнинский городской Фонд научно-технической, инновационной и творческой деятельности молодежи России начинает новый проект "Участие горожан в процессе реализации и корректировки программы развития города Обнинска в качестве наукограда". Этот проект призван содействовать более широкому участию горожан в экономической жизни города.

Мы ценим Ваше время и благодарим Вас за Вашу помощь.

Вопросы предполагают несколько вариантов ответов, в случае, если не указано обратное.

#### 1. По Вашему мнению, Обнинск это

- 1.1 Обычный город.....
- 1.2 Город-предприниматель.....
- 1.3 Пригород Москвы.....
- 1.4 Наукоград.....
- 1.5 Другое.....

#### 2. Сильные стороны Обнинска:

- 2.1 Близость к Москве.....
- 2.2 Предпринимательский дух.....
- 2.3 Большое число учебных заведений.....
- 2.4 Научно-технический потенциал.....
- 2.5. Высокий образовательный уровень жителей города.....
- 2.6 Другое.....

#### 3. Слабые стороны Обнинска:

- 3.1 Удаленность от Москвы.....
- 3.2 Слишком много научно-исследовательских институтов.....
- 3.3 Отсутствие крупного производства.....
- 3.4 Слишком много ученых.....
- 3.5 Излишняя коммерциализация.....
- 3.6 Другое.....

#### 4. За счет чего, главным образом, должен развиваться город?

- 4.1 Государственных заказов для НИИ, финансируемых из бюджета.....
- 4.2 Иностранных инвесторов.....
- 4.3 Бизнеса в сфере:
  - 4.3.1 Производства.....

- 4.3.2 Туризма.....
- 4.3.3 Образования.....
- 4.3.4 Торговли.....
- 4.3.5 Строительства.....
- 4.3.6 Научёмких технологий.....
- 4.3.7 Другое.....
- 4.4 Другое.....

#### 5. Считаете ли Вы, что развитие города - это Ваше личное дело? (Укажите один вариант ответа)

- 5.1 Да.....
- 5.2 Нет.....
- 5.3 Не знаю.....

#### 6. Считаете ли Вы, что согласие интересов различных групп горожан важно для процветания города? (Укажите один вариант ответа)

- 6.1 Да
- 6.2 Нет
- 6.3 Не знаю

#### 7. Кто должен быть движущей силой развития города? (выберите не более 3 позиций):

- 7.1 Все горожане.....
- 7.2 Предприниматели.....
- 7.3 Работники образования.....
- 7.4 Иностранные инвесторы.....
- 7.5 Научные работники.....
- 7.6 Городская администрация.....
- 7.7 Правительство РФ.....
- 7.8 Молодое поколение.....
- 7.9 Другое.....



**8. Что такое, по Вашему мнению, наукоград?**

- 8.1 Возможность получить дотации из Федерального бюджета.....
- 8.2 Стратегия экономического развития .....
- 8.3 Город, в котором развивается наука .....
- 8.4 Город, в котором расположены научно-исследовательские институты и живут ученые
- 8.5 Миф .....
- 8.6 Другое.....

**9. Что Вы лично ожидаете от Программы развития города как наукограда?**

- 9.1 Рост личного благосостояния .....
- 9.2 Комфортность жизни в городе.....
- 9.3 Падение уровня благосостояния .....
- 9.4 Гордость за город.....
- 9.5 Увеличение личной ответственности за судьбу города .....
- 9.6 Рост безработицы .....
- 9.7 Безопасность жизни в городе .....
- 9.8 Рост социальной напряженности .....
- 9.9 Другое.....

**10. Что Вам известно о Программе развития г. Обнинска в качестве наукограда (Укажите один вариант ответа)**

- 10.1 Содержание.....
- 10.2 То, что она существует.....
- 10.3 Ничего .....

**11. Как Вы относитесь к Программе развития Обнинска как наукограда? (Укажите один вариант ответа)**

- 11.1 Положительно .....
- 11.2 Отрицательно.....
- 11.3 Все равно.....

**12. Хотели бы Вы узнать больше о Программе развития Обнинска как наукограда?**

- 12.1 Да .....
- 12.2 Нет.....
- 12.3 Все равно.....

**13. Хотели бы Вы участвовать в реализации Программы?**

- 13.1 Да, в форме советов и рекомендаций.....
- 13.2 Да, в форме конкретных действий .....
- 13.3 Да, но не знаю как.....
- 13.4 Нет.....
- 13.5 Все равно.....

**14. Какие средства для обмена информацией и обсуждения Программы развития города Вы предпочитаете?**

- 14.1 Интернет.....
- 14.2 Опросы дома или на работе .....
- 14.3 Листовки в Вашем почтовом ящике .....
- 14.4 Газеты .....
- 14.5 Почтовый ящик в людном месте .....
- 14.6 Радио .....
- 14.7 Телевидение .....
- 14.8 Другое.....

**15. Ваш возраст (полных лет):.....**

**16. Ваш пол:**

- 16.1 Мужской .....
- 16.2 Женский .....

**17. Область Вашей деятельности:**

- 17.1 Научный работник.....
- 17.2 Предприниматель.....
- 17.3 Учащийся/студент .....
- 17.4 Другое.....



## Приложение 2

**Аналитическая записка по результатам социологического исследования, проведенного в рамках проекта "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития города Обнинска в качестве наукограда"**

Время проведения исследования: ноябрь 1999 г.

Форма исследования: опрос с помощью анкеты. Выборка имеет следующие характеристики:

	Общая выборка	Предприниматели	Научные работники	Учащиеся
<b>Количество, чел.</b>	338	90	126	110
<b>Средний возраст</b>	35 лет	39,5 лет	45,4 лет	19,5 лет
<b>Соотношение числа мужчин/женщин, %</b>	62/38	78/22	69/31	50/50

Статистическая погрешность полученных результатов не превышает 10 %.

### Основные результаты

Большинство опрошенных (62,1%) считает Обнинск наукоградом. Это мнение поддерживают представители научных работников (71,4%) и учащихся (75%). Однако предприниматели считают, что Обнинск является, прежде всего, городом-предпринимателем (54,4%), и только потом - наукоградом (40%) и пригородом Москвы (38,9%).

Сильными сторонами Обнинска опрошенные считают: научно-технический потенциал (60,9%), близость к Москве (56,5%) и высокий образовательный уровень жителей города (52,4%). Такого мнения придерживаются научные работники и учащиеся. Однако предприниматели считают главной сильной стороной города его близость к Москве (72,2%); также большое количество их ответов отмечало высокий предпринимательский дух города (58,9%).

Все три целевые группы отметили в качестве главной слабости города Обнинска отсутствие в нём крупного производства (60,4%).

Отвечая на вопрос, за счет чего должен развиваться город, подавляющее большинство опрошенных (88,8%) высказались за развитие бизнеса вообще и за бизнес в области наукоёмких технологий (66,9%) и производства (47,6%) в частности. Научные работники поставили на второе место государственные заказы для НИИ (65,1%). Предприниматели придают одинаковое значение роли иностранных инвесторов (44,4%) и государственных заказов (43,3%) в развитии города.

Более половины опрошенных (56,2%) считает развитие города своим личным делом. Однако наибольшее единодушие в этом вопросе проявили предприниматели (75,6%). Меньшая часть учащихся (43,5%) отождествляет развитие города со своими личными интересами.

Подавляющее большинство опрошенных (85,5%) считает, что согласие интересов различных групп горожан важно для развития города.

Представители всех целевых групп уверенно полагают, что наукоград - это, в первую очередь, город, котором развивается наука (59,2%). Только у предпринимателей мнение, что наукоград - это стратегия экономического развития (43,3%), конкурирует с господствующим взглядом на город (46,7%).



При определении главной движущей силы развития города, с наибольшей частотой назывались городская администрация (55%) и предприниматели (48,5%). Представители целевых групп на первых трех местах называли следующие группы:

	<b>I место</b>	<b>II место</b>	<b>III место</b>
<b>Научные работники</b>	Гор. администрация	Научные работники	Предприниматели
<b>Предприниматели</b>	Предприниматели	Гор. администрация	Молодое поколение
<b>Учащиеся</b>	Молодое поколение	Гор. администрация	Предприниматели

Таким образом, помимо городской администрации, наибольшей поддержкой у целевых групп пользуются предприниматели.

Ожидания от реализации Программы почти у всех опрошенных самые положительные. Первое место занимает ожидание улучшения комфортности жизни в городе (48,8%), на втором месте - гордость за город (39,1%). Отрицательные ожидания (в сумме 6%), а также готовность нести ответственность за судьбу города (9,2%) относительно невелики.

Осведомленность горожан о Программе очень низка (20,7%). Предприниматели являются наиболее осведомленной в этом вопросе группой населения (52,2%). При этом, подавляющее большинство опрошенных (84,6%) положительно относятся к Программе, хотят узнать о ней больше (80,2%) и принять участие в её реализации (77,3%).

В числе первых трех наиболее предпочтительных СМИ для обмена информацией о Программе представители целевых групп указали:

	<b>I место</b>	<b>II место</b>	<b>III место</b>
<b>Научные работники</b>	Газеты	Радио	ТВ
<b>Предприниматели</b>	Радио	Газеты	Интернет
<b>Учащиеся</b>	Газеты	Интернет	Радио

## Выводы и рекомендации

- Термин "наукograd" положительно воспринимается жителями города, однако они не связывают его, главным образом, с экономической стратегией развития города Обнинска
- Жители города недостаточно осведомлены о Программе развития Обнинска в качестве наукограда и хотели бы знать о ней больше
- Жители города готовы принять деятельное участие в реализации Программы
- Предприниматели являются наиболее подготовленной для реализации Программы группой населения
- Бизнес в сфере наукоемких технологий считается главным средством развития города
- Для информирования населения о Программе рекомендуется использовать следующие СМИ:
  - Газеты - для обращения ко всем целевым группам и более возрастной аудитории
  - Радио - преимущественно для обращения к предпринимателям и научным работникам
  - Интернет - преимущественно для обращения к учащимся и предпринимателям
- Обращения к целевым аудиториям должны касаться конкретных действий по реализации программы и делать акцент на её значении для экономического развития города.

## **Приложение 3**

**Вопросы для интервью руководителей предприятий научно-технической сферы г. Обнинска**

### **I. Общие сведения о предприятии**

- Область деятельности
- Численность и структура персонала
- Время основания
- **Основные финансовые показатели за последние 5 лет:**
  - Объем продаж
  - Прибыльность
  - Структура активов и капитала, и т.д.

### **II. История создания предприятия**

- Как появилась мысль создать фирму именно в научно-технической сфере?
- Кто стоял у истоков? (идеи, инвесторы, технологии)
- Насколько успешно были реализованы задуманные идеи? Что помогло? Что помешало?

### **III. Положение предприятия в настоящее время**

- Где сосредоточены основные успехи? Проблемы?
  - Клиенты
  - Конкуренты
  - Поставщики
  - Товары-заменители
- В чем состоит уникальность Вашего предприятия?
- Как Вы оцениваете нынешнее положение Вашего предприятия (по 5-и балльной шкале) в следующих областях? Почему?
  - Технология
  - Производство
  - Маркетинг и продажи
  - Финансы
  - Персонал
  - Общий балл

- Откуда исходят основные угрозы и возможности для Вашего предприятия?
  - Политика
  - Экономика
  - Технология
  - Социальные факторы
  - Конкуренция

### **IV. Будущее состояние Вашего предприятия**

- Как долго Вы намерены заниматься Вашим бизнесом?
- Намерены ли Вы расширять Ваш бизнес? Есть ли конкретные планы по этому поводу?
- Насколько оптимистично Вы оцениваете перспективы Вашего бизнеса
  - В ближайшем году
  - В ближайшие 3-5 лет
  - В долгосрочной перспективе (10-20 лет)

### **V. Ваше предприятие и программа развития Обнинска в качестве наукограда**

- Какие условия необходимы, по Вашему мнению, для быстрого роста предприятий научно-технической сферы в Обнинске?
- Как вы относитесь к программе развития Обнинска в качестве наукограда?
- Знаете ли Вы о положении об инвестициях в наукоград?
- Хотели бы Вы принять участие в цикле семинаров, посвященных бизнесу в наукограде? Ваши предложения по форме семинара.



## *Приложение 5*

**Аналитическая записка по результатам социологического исследования, проведенного в рамках программы "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития города Обнинска в качестве наукограда"**

*Время проведения исследования:* март 2000 г.

*Форма исследования:* опрос с помощью анкеты. Выборка имеет следующие характеристики:

	<b>Общая выборка</b>	<b>Предпри- ниматели</b>	<b>Научные работники</b>	<b>Учащиеся</b>
Количество, чел.	264	76	90	88
Средний возраст	33,3 лет	36,5 лет	43,0 лет	20,3 лет





## Приложение 6

Глоссарий для тех кто пишет об экономическом развитии

### ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ

#### ПРОГРАММА

Федеральные целевые программы представляют собой увязанный по ресурсам, исполнителям и срокам осуществления комплекс научно - исследовательских, опытно - конструкторских, производственных, социально - экономических, организационно - хозяйственных и других мероприятий, обеспечивающих эффективное решение задач в области государственного, экономического, экологического, социального и культурного развития Российской Федерации.

*Постановление Правительства Российской Федерации от 26 июня 1995 г. N 594*

#### ИНФРАСТРУКТУРА

В **инфраструктуру** входят транспортная система страны, система связи, почтовые услуги, перевод платежей или средств из банка в банк в пределах страны или за рубеж, система здравоохранения и т.д. к **инфраструктуре** также относятся жилой фонд и учреждения культуры, определяющие уровень жизни и соответственно привлекательность страны как места проживания и работы

*Майкл Портер*

**Жесткие местные факторы** - это факторы, которые непосредственно нужны для производства, такие как оптимальная транспортная сеть, достаточные источники энергии, квалифицированная рабочая сила, гибкое управление

**Мягкие местные факторы** - это факторы, которые лишь косвенно нужны для ус-

пешного производства, например, хорошее предложение жилья, медицинское обеспечение, культурные учреждения и места для отдыха. Эти факторы нужны для того, чтобы высококвалифицированные кадры захотели переселиться на новое место.

*Институт "Евроград",  
Санкт-Петербург*

#### НАУЧНО-ПРОИЗВОДСТВЕННЫЙ КОМПЛЕКС

В состав научно-производственного комплекса могут быть включены:

а) научные организации и высшие учебные заведения - при условии прохождения ими в установленном порядке государственной аккредитации;

б) промышленные предприятия - при условии, что объем производства наукоемкой продукции (в стоимостном выражении) в течение 3 лет, предшествовавших году подачи документов о присвоении муниципального образования статуса наукограда, составляет не менее 50 процентов общего объема производства;

в) объекты инновационной инфраструктуры, малые предприятия независимо от организационно-правовой формы, работающие в научно-технической и инновационной сфере, - при условии выполнения по договорам с научными организациями, расположенными на территории данного муниципального образования, работ, составляющих (в стоимостном выражении) не менее 50 процентов объема их основной деятельности.

*Постановление Правительства Российской Федерации от 22 сентября 1999 г. <sup>1</sup> 1072*

#### ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ

**Инвестиционный климат** это совокупность факторов, которые обеспечивают ту или иную степень благоприятности по отношению к инвестициям.



Под **благоприятностью по отношению к инвестициям** понимают степень риска освоения инвестиций и возможность их эффективного использования в том или ином регионе.

К основным группам факторов относят: законодательные, экономические, социальные, экологические, политические.

**Инвестиционный климат** измеряется через показатель инвестиционного потенциала и показатель риска освоения инвестиций.

## МАРКЕТИНГ

**Маркетинг** - это процесс планирования и осуществления концепции, ценообразования, продвижения и распределения идей, товаров и услуг для проведения обмена, который удовлетворит цели отдельных людей и предприятий

*Американская маркетинговая ассоциация*

**Маркетинг** представляет собой идею удовлетворения потребностей потребителя посредством товара и целого набора средств по его созданию, продвижению и окончательному потреблению

*Теодор Левитт*

**Маркетинг** настолько обширен, что его нельзя рассматривать как отдельную функцию. Это широкий взгляд на ваш бизнес с точки зрения конечного результата, который оценивается потребителем... успех бизнеса определяется не производителем, а потребителем

*Питер Друкер*

## МАРКЕТИНГ ГОРОДА

**Маркетинг города** - это улучшение качественных показателей города, повышение качества жизни населения, улучшение условий труда и развития экономики, раз-

работка концепции и претворение её в жизнь в соответствии с интересами всех социальных групп жителей

**Маркетинг города в узком смысле** - это формирование внешнего имиджа города, возрождение и развитие делового и торгового центра, реклама торговых заведений, предприятий общественного питания, культурных достопримечательностей и т.д.

**Маркетинг города в широком смысле** должен ориентироваться на интересы бизнеса, учитывая потребности экономики города, социальной сферы, улучшать качество жизни всех социальных групп населения, каждого отдельного жителя

*Институт "Евроград",  
Санкт-Петербург*

## НАУЧНО-ТЕХНИЧЕСКИЙ БИЗНЕС

### СТРАТЕГИЯ

**Стратегия** - это наука войны, учение о лучшем расположении и употреблении всех военных сил и средств

*В. Даль*

**Стратегия** - это обобщающая модель действий, необходимых для достижения поставленных целей путем координации и распределения ресурсов компании. По существу, стратегия - это набор правил для принятия решений, которыми организация руководствуется в своей деятельности

*И. Ансофф*

**Стратегия** - это системный подход, обеспечивающий сложной организации сбалансированность и общее направление роста

*И. Ансофф*



Сущность **стратегии** состоит в том, чтобы эффективно использовать свои внутренние преимущества, не упускать благоприятные возможности во внешнем окружении, преодолевать свои слабые стороны, уклоняться от внешних угроз или ослаблять их воздействие на предприятие

*Ф. Дэвид*

**Стратегия** организации представляет собой набор ключевых решений относительно соответствия ресурсов организации возможностям, ограничениям и требованиям в контексте истории организации

*Д. Недлер*

### ИННОВАЦИЯ

**Инновация** - это разработка и внедрение на рынок или в процесс эффективного использования новых или значительно усовершенствованных продуктов, процессов, услуг и систем

**Инновация** - это выражение знаний и творческой способности в осязаемой форме

*Пол Квинтас*

**Инновация**, в экономическом смысле, считается завершенной только после первой **коммерческой** сделки с новыми продуктом,

процессом, системой или устройством

*Кристофер Фримен*

### ИЗОБРЕТЕНИЕ

**Изобретение** - это идея, эскиз или модель нового или улучшенного устройства, продукта, процесса или системы. Изобретения часто (но не всегда) могут быть запатентованы. Однако они не обязательно ведут к техническим инновациям.

*Кристофер Фримен*

Не много изобретений переживают переход к стадии инновации. **Инновационный процесс**, превращающий изобретение в коммерчески выгодный продукт или в эффективный производственный или административный процесс, требует больших затрат времени и средств. **Инновационный процесс** часто ставит новые фундаментальные проблемы, которые требуют возвращение в исследовательские лаборатории

*Пол Квинтас*

### ЦЕЛИ НАУКИ И БИЗНЕСА

**Цель науки** - вскрывать объективные законы явлений, давать объяснения явлений

*Краткий философский словарь (1954)*

**Цели бизнеса** содержатся в миссии предприятия

- Потребители ..... Кто является потребителем продукции предприятия ?
- Товары или услуги ..... Что является основной продукцией предприятия?
- Рынки ..... В каком регионе фирма продает свою продукцию?
- Технология ..... Какова основная технология предприятия?
- Выживание, рост и прибыльность ... Каковы экономические цели предприятия?
- Философия ..... Каковы фундаментальные ценности, стремления и приоритеты фирмы?
- Уникальность ..... Каковы главные сильные стороны и конкурентные преимущества фирмы?
- Имидж ..... Каково желаемое общественное лицо предприятия?
- Отношение с заинтересованными лицами ..... Соответствует ли миссия фирмы интересам главных заинтересованных лиц?

*Фрэд Дэвид*



## ИНВЕСТИЦИИ. ФИНАНСЫ

### ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ

**Источники финансирования** предприятия включают в себя собственный капитал и заемный капитал

**Заемный капитал** предполагает обязательную выплату заранее установленных процентов и основного долга по истечении установленного договором срока

**Собственный капитал** (акционерный капитал) не предполагает обязательных выплат инвесторам со стороны компании. Дивиденды, начисляемые инвесторам, выплачиваются по усмотрению директоров фирмы

В случае ликвидации предприятия, кредиторы пользуются преимущественным правом перед акционерами при возврате вложенных в фирму средств

Большая неопределенность времени и размера выплат по собственному капиталу означает, что собственный капитал более рискован, чем заемный капитал. Поэтому он более доходен для инвесторов и влечет больше затрат для финансируемого предприятия, чем заемный капитал

**Венчурный капитал** - форма финансирования вновь образованных предприятий, для которых характерен более высокий уровень риска по сравнению с уже существующими фирмами. Поэтому владельцы венчурного капитала ожидают высокого уровня прибыльности от своих вложений

*Открытый университет Великобритани. Словарь финансовых терминов*

### БЮДЖЕТ

**Бюджет** - форма образования и расходования фонда денежных средств, предназначенных для финансового обеспече-

ния задач и функций государства и местного самоуправления

*Бюджетный кодекс  
Российской Федерации*

### ДОТАЦИЯ

**Дотации** - бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня бюджетной системы Российской Федерации на безвозмездной и безвозвратной основах для покрытия текущих расходов.

*Бюджетный кодекс  
Российской Федерации*

### СУБВЕНЦИЯ

**Субвенция** - бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня бюджетной системы Российской Федерации или юридическому лицу на безвозмездной и безвозвратной основах на осуществление определенных целевых расходов.

*Бюджетный кодекс  
Российской Федерации*

### СУБСИДИЯ

**Субсидия** - бюджетные средства, предоставляемые бюджету другого уровня бюджетной системы Российской Федерации, физическому или юридическому лицу на условиях долевого финансирования целевых расходов.

*Бюджетный кодекс  
Российской Федерации*

### ТРАНСФЕРТ

**Трансферт** - средства, выделяемые из Федерального фонда финансовой поддержки субъектов РФ с целью выравнивания уровней доходов бюджетов.

**Трансферт** - метод финансового распределения средств из вышестоящего бюджета с целью выравнивания уровней доходов нижестоящих бюджетов.



**ФИНАНСИРОВАНИЕ ПРОГРАММЫ**

**бюджет Программы** - обязательное финансовое обеспечение - средства, которые аккумулируются и расходуются в рамках бюджета города Обнинска за счет целевой субсидии из федерального бюджета;

**условное финансирование Программы** - средства, которые не используются на конкретные мероприятия Программы, но наличие которых являются необходимым условием ее реализации. К таким средствам относятся средства областного бюджета, передаваемые в рамках нормативов отчисления от регулирующих налогов, а также все средства, формирующие доходную часть городского бюджета;

**вероятное финансирование**, формируемое в рамках средств, выделяемых из Федерального бюджета на федеральные целевые программы, а также средства министерств и ведомств, средств областного бюджета и областного дорожного фонда, используемые на финансирование программных мероприятий;

**ожидаемое финансирование**, осуществляемое в рамках реализации Пакета инвестиционных предложений настоящей Программа за счет средств Федеральной инвестиционной программы, иностранных инвестиций, средств предприятий и других возможных инвесторов.

## Приложение 7

*"Утвержден"  
на заседании рабочей группы  
4 октября 2000 г.*

### Регламент работы рабочей группы

Рабочая общественная группа, созданная в рамках реализации проекта "Участие горожан в процессе реализации и корректировки Программы развития г.Обнинска в качестве наукограда", для рассмотрения предложений по внесению дополнений и изменений в Программу экономического развития Обнинска формируется из экспертов проекта, специалистов городской Администрации, депутатов ГС и представителей целевых групп.

Рабочая группа рассматривает предложения, поступившие от граждан и организаций в адрес проекта, направляет свои рекомендации о включении (не включении) предложений (проектов) в Программу развития г.Обнинска как наукограда в Совет Программы и информирует городское Собрание о принятых решениях.

Процедура рассмотрения предложений.

1. Аннотации предложений рассылаются всем членам рабочей группы за 5 дней до заседания. С полным текстом предложений можно ознакомиться в офисе проекта (г.Обнинск, ул. Ленина, д. 69, оф. 118).
2. Перед началом заседания избирается ведущий рабочей группы. Секретарем рабочей группы является координатор проекта.
3. Рабочая группа последовательно рассматривает заявки, придерживаясь следующего регламента: 10 мин. на обсуждение каждой заявки.
4. После рассмотрения заявки принимается рекомендация рабочей группы. Решение принимается открытым голосованием; простым большинством голосов.
5. В соответствии с "Временным положением о предоставлении финансирования для реализации мероприятий и проектов Программы развития г.Обнинска как наукограда на 2000-2004 гг.", утвержденным постановлением администрации г.Обнинска № 770-П от 29 сентября 2000 г., протокол заседания рабочей группы, включающий рекомендации, направляется в Совет Программы для последующего рассмотрения.
6. Протокол заседания рабочей группы направляется в городское Собрание.



## **Контактная информация:**

**Обнинский городской фонд научно-технической,  
инновационной и творческой деятельности молодежи России**

249037, г.Обнинск, Калужская область, пр. Ленина, д. 69, к. 118.

Телефон: (084-39) - 6-53-84

Факс: (095) - 255-23-18

E-mail: [siyfund@obninsk.ru](mailto:siyfund@obninsk.ru)

Internet: [www.siyfund.obninsk.ru](http://www.siyfund.obninsk.ru)

## **Информационная поддержка:**

**Газеты:** "Обнинск", "Народная газета - регион", "Вечерний Обнинск",  
"ВЫ и МЫ", "Час Пик", "Атомоход"

**Радио:** "Рейтинг", "Обнинск", "Русское радио - Обнинск"

**Телевидение:** "СИНВ", "ТВЭЛ"

Ответственный за выпуск: Д.А. Родин

Компьютерная верстка: TVS

Подписано к печати 30.11.2000

Печать офсетная

Заказ №

Бумага офсетная

Тираж 200 экз.

Формат бум.

Печ. л.

Бесплатно