



**Л.В.Минаева**

факультет государственного управления  
МГУ имени М.В.Ломоносова

Сайт как инструмент  
продвижения территории



# На динамику денежного потока влияют

- - бизнес
- - инвесторы и партнеры
- - горожане
- - туристы и гости города



## Преимущества интернет -коммуникаций

- - гипертекстуальность
- - мультимедийность
- - интерактивность
- - отсутствие границ
- - оперативность подачи информации
- - сайт – управляемый инструмент коммуникации по сравнению со СМИ



## По данным TNS Web Index март 2011г.

- Прирост аудитории Интернета за год составил 13%,
- При этом общая численность аудитории составляет 60% от населения России (жители городов с населением от 100 000 чел., в возрасте от 12 лет и старше)
- В Москве составил всего 5% за год.
- По последним данным 68% москвичей выходят в Интернет хотя бы 1 раз за месяц.



# Демографические характеристики аудитории

- Самые активные пользователи Интернета – молодые люди в возрасте от 12 до 24 лет (94% из них – пользуются Интернетом хотя бы 1 раз в месяц).
- В группе 25-44 таких пользователей 80%.
- В возрастной категории 45+ - на данном этапе 31%.
- По мнению экспертов TNS, в будущем прирост аудитории будет происходить именно за счет данной категории граждан.



# Рейтинг проникновения Интернета в российских регионах

- Рейтинг проникновения интернета в российских регионах "РИА-Аналитика" основан на данных Росстата, собранных по 47,8 тысячи выборочно обследованных в 2010 году домохозяйств.

Средний показатель по  
России составляет 37,9%,



# Лидеры

- Москва - 72,9%
- Республика Карелия - 59,2%
- Санкт-Петербург - 58,8%.



# Аутсайдеры

- республика Тыва - 7,8%
- Дагестан - 10,6%
- Карачаево-Черкесская республика - 10,8%





# Статистика посещаемости сайта муниципальных образований (Татарстан) гражданами (сентябрь 2011)

1. Агрызский муниципальный район	14 659	+1 929
2. Азнакаевский муниципальный район	15 920	+1 612
3. Аксубаевский муниципальный район	6 004	+843
4. Актанышский муниципальный район	17 127	+818
5. Алексеевский муниципальный район	4 256	-3 898
6. Алькеевский муниципальный район	7 411	+3 685
7. Альметьевский муниципальный район	74 541	+3 144
8. Апастовский муниципальный район	7 461	+352

# Субъекты РФ в сети



- Все 83 региона представлены в сети
- 38 субъектов РФ представлены одним порталом или сайтом
- Остальные имеют по два-три сайта, представляющих деятельность всех ветвей власти



# Критерии оценки



- - наличие иноязычной версии;
- - тематика (информация для инвестора/туриста);
- - степень использования мультимедиа;
- - использование гиперссылок на дополнительные информационные ресурсы;
- - использование ссылок на социальные сети.

# Иноязычные версии



- 25 регионов имеют иноязычные версии сайтов.
- Во всех случаях это английская версия
- французский – 4 сайта,
- немецкий – 6 сайтов,
- итальянский – 2 сайта,
- испанский – 2 сайта,
- китайский - 3 сайта.
- сайт губернатора Челябинской области – пять европейских языков и китайский
- Астраханская область- 42 языка

# Информация для инвестора

- Республика Чувашия
- “Invitation to Cooperate” («Приглашение к сотрудничеству»)
- - информация о Президенте Республики,
- - административное деление Республики,
- - основные города,
- - международная деятельность Республики и заключенные международные договора,
- - осуществление инвестиционных проектов,
- - социально-экономическая ситуация и роль Республики в экономики РФ,
- - традиции и культура,
- - исторический очерк, - бюджет Республики,
- - политика в области здравоохранения,
- - образование и наука,
- - развитие спорта.



# Инвестиционный паспорт региона

- Постоянно обновляемый набор данных об инвестиционных объектах, экономических, политических, социальных, демографических, финансовых, потребительских, транспортных, метеорологических и других показателях региона, оформленных в стандартизированном виде для представления федеральной власти.



В состав инвестиционного паспорта входят инвестиционные паспорта муниципалитетов, паспорта предприятий, паспорта инвесторов, инвестиционные бизнес-планы.

# Инвестиционный паспорт

- 16 субъектов РФ имеют на сайтах инвестиционные паспорта
- Томская обл.
- Республика Бурятия
- Амурская область
- Кировская область
- Омская область
- Ленинградская область



# Исследование объема городского электронного правительства

- 150 городских электронных правительств
- Критерии оценки
  - - содержательная структура сайта
  - - обновляемость информации
  - - уровень интерактивности
  - - качество дизайна
  - - дружелюбность интерфейса





# Объем городского электронного правительства в России



- 10 % - хорошая насыщенность информацией (С-Петербург, Воронеж, Казань, Омск)
- 35% - средняя насыщенность информацией (Томск, Архангельск, Курск, Сургут, Клин)
- 55%- низкая насыщенность информацией (Ижевск, Якутск, Майкоп, Барнаул, Серпухов)



# Сайт Воронежа (плюсы)



- - двуязычный
- - простая структура сайта (в горизонтальном меню четыре раздела): город, администрация, коммуникации, экономика , в вертикальном – услуги, нормативная база, опросы, электронная приемная
- - ежедневная обновляемость
- - фоторепортажи
- - ссылки на другие сайты (Воронежская ГД, ЕР, газета «Берег»)



# Сайт Воронежа – ориентация на инвестора

- Несомненный плюс – инвестиционный паспорт Воронежа в разделе «Экономика»



# Сайт Воронежа (минусы)



- - недостаточное использование мультимедийных возможностей
- - нет гипертекстовых ссылок по ключевым словам
- - нет подписки на рассылку новостей (RSS)
- - нет возможности комментария новостей
- - нет выхода на социальные сети

# Сайт Ульяновска - ориентация на развитие туризма

- - 3 языка
- - более 500 фотографий
- - вертикальное меню: виды города, районы и улицы, люди (знаменитости и места, где они жили), музеи, здания, река Волга, развлечения, туризм и отдых, предпринимательство, полезная информация (гостиницы, такси и т.д.)



# Сайт Ульяновска (минусы)

- - недостаточное использование мультимедийных возможностей
- - нет гипертекстовых ссылок по ключевым словам
- - нет подписки на рассылку новостей (RSS)
- - нет возможности комментария новостей
- - нет выхода на социальные сети



# Выводы



- Сайты регионов и городов
- плохо используют все возможности интернет-технологий – пользователи не вовлекаются в коммуникацию (особенно молодежь)
- мало иноязычных версий – регион, город отсутствует на международной инвестиционной карте
- при структурировании контента нет четкости в ориентации на целевые группы – пользователь уходит с сайта неудовлетворенный

- Спасибо за внимание!

