



# Развитие рынка геоинформационных систем инвестора в России

Пути организационной реализации в регионах



Д.Р. СТРУКОВ (информационно-консалтинговая группы «Центр пространственных исследований»)

Денис Раймондович Струков в 2003 г. окончил Санкт-Петербургский электротехнический университет («ЛЭТИ») по специальности «инженер-эколог». В 2001–2008 г. работал в СПб ГУЗ «Медицинский информационно-аналитический центр» при Комитете по здравоохранению правительства Санкт-Петербурга, организовав первый в здравоохранении РФ отдел ГИС. В 2005 г. возглавил Центр пространственных исследований, один из первых профессионально предоставляющих геомаркетинговые данные, методы, услуги и продукты для российского ритейла и девелопмента. Обладатель сертификатов ESRI, в т.ч. ESRI Authorized Instructor. В 2005–2008 гг. преподаватель программ повышения квалификации по геомаркетингу и ГИС в Высшей экономической школе СПб ГУЭиФ. С 2008 г. открыл ИТ-направление, связанное с Web-ориентированными ГИС (Web-GIS), созданием корпоративных ГИС и геопорталов. В 2006–2009 гг. руководил созданием ГИС инвестора Санкт-Петербурга. Возглавляет группу компаний «Центр пространственных исследований». Сфера интересов: геомаркетинговые исследования и информационные системы в области ритейла и девелопмента; корпоративные ГИС, геопорталы (Web-GIS) в области здравоохранения, строительства и недвижимости, экономики, маркетинга территорий; создание региональных ИПД, математическое моделирование.

**В** последнее время в Российской Федерации развивается рынок решений, объединенных брендом «ГИС инвестора», направленных на предоставление инвесторам или компаниям, их окружающим, эффективного инструментария для предварительной оценки инвестиционной привлекательности. Такие решения формируются как часть программы по брендированию территории субъекта (города), представляя через Интернет имидж территории, ее ресурсы, выделяя инвестиционный потенциал, демонстрируя возможности и предложения по земельным участкам, объектам недвижимости, туристическим достопримечательностям и т.д. В Рунете уже существует три ГИС инвестора: Санкт-Петербурга, Кировской области и г. Кирова, Самарской области и г. Самара. В последние годы развитие региональных геоинформационных систем и геоданных, развитие ДЗЗ, распространение схем стратегического планирования, генеральных планов, нор-

мативно-правовые аспекты, программы диктуют стремительное развитие таких систем в регионах России. Как реализовать систему? Существует два подхода к созданию такого рода решений.

1. Создание ГИС инвестора как отдельного проекта в рамках программы социально-экономического развития региона путем создания соглашений между органами исполнительной власти (ОИВ) на основании «местных» распоряжений глав администраций. Этот проект рассматривается как часть комплекса мероприятий по продвижению региона, привлечению инвестиций в регион. Ответственным Комитетом должен быть Комитет по экономике или Комитет (Департамент) по инвестициям, в редких случаях это могут быть земельные, градостроительные комитеты.

2. Создание ГИС инвестора как часть инфраструктуры пространственных данных (ИПД) региона, которая так или иначе уже создается в некоторых регионах. ГИС инвестора может быть легко «сгенерировано» как отдельное

## СХЕМА ПРОДВИЖЕНИЯ ГОРОДА

При схеме «Создание ГИС инвестора как инструмент продвижения города (субъекта)» ГИС инвестора — это часть «буклета» города, характеризующего его имидж, его оболочку (бренд). Среди таких акций выделяются: выпуск журналов, организация мероприятий с привлечением инвесторов (семинаров, рассылок), выпуск каталогов, буклетов, участие в выставках для PR (региональных, международных, всероссийских), на которых демонстрируются инвестиционные возможности территории, и др.

прикладное решение на базе отдельных выборок из ИПД. Ответственным за данную ИПД, естественно, является Комитет по информационным технологиям государственной власти. Постановщиком технического задания, несомненно, являются ОИВ, отвечающие за улучшение инвестиционной привлекательности региона. Общим у этих вариантов является ответственная организация в местных ОИВ, которая может сформировать задачу, учитывающую интересы инвесторов, желающих инвестировать в данную территорию, будь то инвестор-строитель или инвестор-турист. Как правило, у инвестиционно привлекательных территорий выработаны необходимые меры, и даже собираются базы данных для этих целей. При создании ГИС инвестора акцент может быть и в сторону туризма для территорий, где особенно выражен рекреационный потенциал.

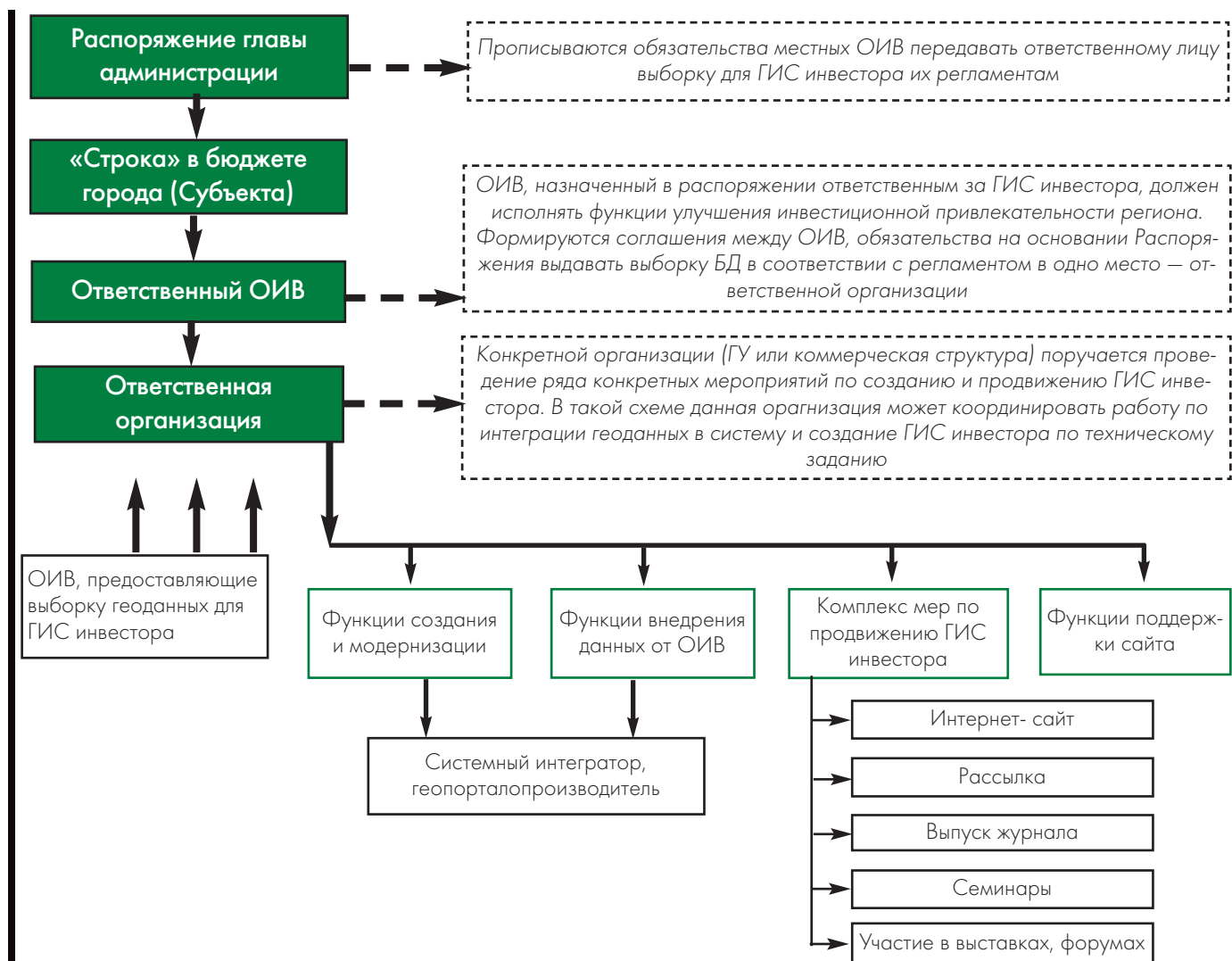
## Вариант № 1 «Создание ГИС инвестора как инструмент продвижения города (субъекта)»

При этой схеме (рис. 1) созданием исполнителем, формирующим и продвигающим ГИС инвестора, может быть организация, которая ответственна за PR-мероприятия, направленные на продвижение города. ГИС инвестора – это часть «буклета» города, характеризующего его имидж, его оболочку (бренд). Среди таких акций выделяются: выпуск журналов, организация мероприятий с привлечением инвесторов (семинаров, рассылок), выпуск каталогов, буклетов, участие в выставках для PR (региональных, международных, всероссийских), на которых демонстрируются инвестиционные возможности территории, и др. Причем на практике исполнителем может быть и коммерческая структура при обязательной поддержке ОИВ региона (Комитета по экономике или Комитета по инвестициям).

Однако в последнее время наблюдается и другая тенденция: Департаменты и Комитеты по градостроительству, данных от которых в системе большинство, могут сделать ГИС инвестора как часть ИСОГД региона. Это тоже один из вариантов. Однако такая схема все равно потребует взаимодействия со структурой, отвечающей за PR города (маркетинг территорий).

## Плюсы варианта № 1:

- Конкретная схема с конкретными целями как часть социально-экономического развития региона.
- Всю систему ведет одна организация, Заказчиком является постановщик задачи привлечения инвестиций, ответственность за результат несет также Заказчик.
- Хорошее знание предметной сферы побуждает внедрять действительно полезные сервисы и/или геоданные в системе.



Организационная схема Вариант № 1 «Создание ГИС инвестора как инструмент продвижения города (субъекта)»



— Срок реализации сравнительно велик, однако для муниципального образования менее 100 тыс. человек такая система может быть «не по бюджету» либо делаться продолжительное время.

### Минусы варианта №1:

— В Распоряжении могут быть не учтены специфические изменения в системе со временем. Возможно, со временем стоит подкорректировать данное Распоряжение.

— Требуются «целевые деньги» на обеспечение ГИС инвестора (закупка программного обеспечения, аппаратных средств и пр.), на первых этапах система затратна.

— Денег может не хватить на создание метаданных и других компонентов ГИС инвестора, облегчающего работу.

— Защиту информации должна обеспечивать ответственная организация и требовать это от подрядчика.

— Бюджет = бюджет на программное обеспечение + бюджет на аппаратные средства + бюджет на геоинформационные данные + бюджет на создание Web-приложения под задачи инвестора + бюджет на продвижение – система может быть затратной и реализуемой только на уровне субъекта или большого муниципального образования

При такой схеме реализации, конечно, важным аспектом является величина территории, а также уровень проникновения и качества базовых

пространственных данных, геоинформационных (градостроительных, туристических, объектов строительства, инфраструктурных и пр.).

Здесь, перед созданием ГИС инвестора, необходимо произвести предпроектное исследование, сформировав Концепцию создания ГИС инвестора городе (субъекта) N. В Концепции исследуется вопрос о «скольких» моментах, которые могут быть очень затратными для ГИС инвестора региона. Например, наличие карт, наличие снимков, геоинформационных и т.д. При создании элементов системы «с нуля» ее цена резко растет. Среди других моментов Концепции: исследования инвестиционной активности данной территории, разработка этапов создания, проект Распоряжения и т.д.

### Вариант № 2 «Создание ГИС инвестора как один из «продуктов ИПД»»

Такая схема организации ГИС инвестора региона (субъекта) (рис. 2) подразумевает создание на начальном этапе региональной инфраструктуры пространственных данных (ИПД) на уровне субъекта и/или на уровне муниципального образования.

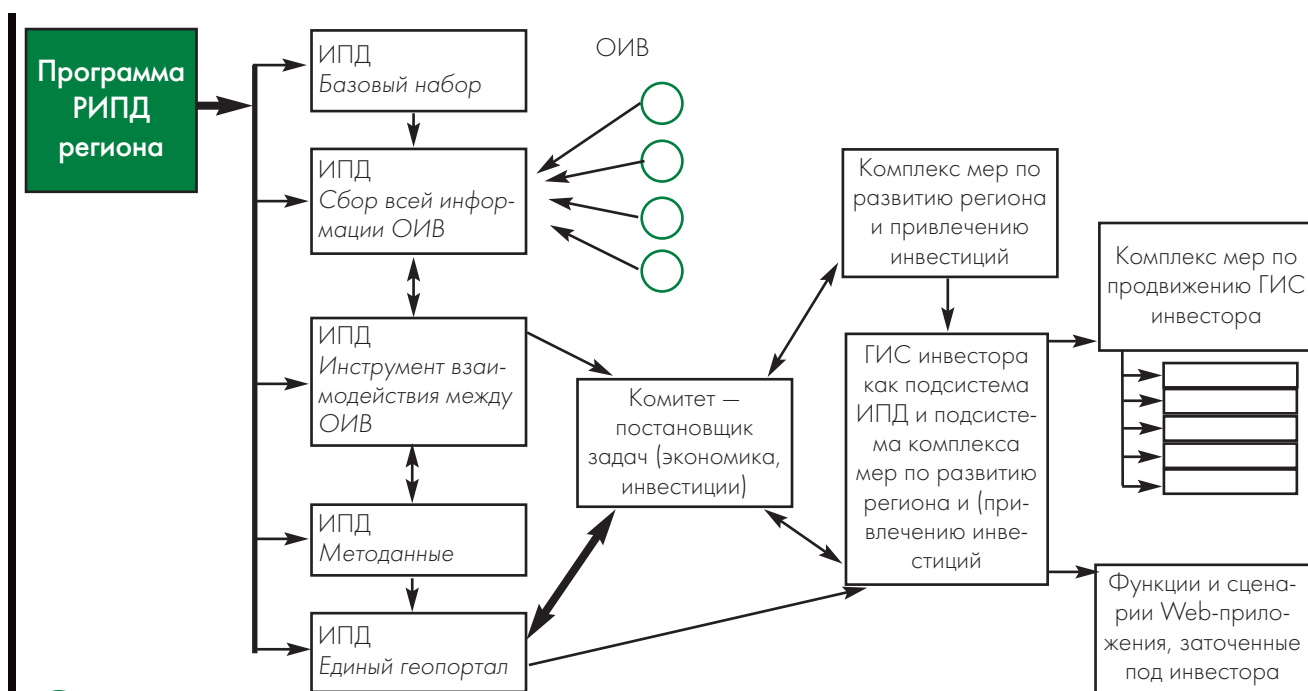
В России активно создаются субъектовые ИПД начиная с момента подписания Правительством РФ Распоряжения от 21 августа 2006 г. № 1157-р. В последние годы эта деятельность уже получила развитие в некоторых субъектах, например Калужская, Волгоградская, Самарская, Кировская области, республика Татарстан, Пермский край и др. (подробно об итогах XVII Всероссийского форума: «Рынок гео-

### ВОСТРЕБОВАННОСТЬ ГИС ИНВЕСТОРОВ

В Рунете уже существует три ГИС инвестора: Санкт-Петербурга, Кировской области и г. Кирова, Самарской области и г. Самары. В последние годы развитие региональных геоинформационных систем и геоинформационных данных, развитие ДЗЗ, распространение схем стратегического планирования, генеральных планов, нормативно-правовые аспекты, программы диктуют стремительное развитие таких систем в регионах России.

### НЮАНСЫ БРЕНДИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИИ

При создании ГИС инвестора акцент может быть и в сторону туризма для территорий, где особенно выражен рекреационный потенциал.



2 Организационная схема создания ГИС инвестора как подсистемы ИПД региона

информатики в России. Современное состояние и перспективы», 2010). Причем ответственным ОИВ, как правило, становится Комитет по информационным технологиям субъекта.

С точки зрения ИПД региона ГИС инвестора является простым прикладным Web-приложением, которое может быть реализовано и в геопортале ИПД как подсистема (раздел), и/или на сайте ОИВ, ответственного за инвестиционную политику региона, как подраздел. Базовый набор пространственных данных, ДЗЗ, геоданные для ГИС инвестора субъекта при такой схеме берутся как выборки из ИПД региона. Причем постановщик задач (тот же самый Комитет по экономике или инвестициям) устанавливает эти выборки, а также — функционал и сценарии сервисов для работы Web-приложения для удобства пользователей — инвесторов или компаний, их сопровождающих. Причем благодаря метаданным такие выборки максимально упрощаются.

Таким образом, создавая только «оболочку» (Web-приложение с функциями и сценариями для инвестора), геоданные поставляются в систему оперативно из ИПД. Ответственной организации остается только сформировать и поддерживать комплекс PR-мероприятий по продвижению ГИС инвестора как части общей системы продвижения региона: журналы, внешний Web-сайт, рассылки, участие в выставках и т.д. При такой схеме ис-

ключается дублирование в создании геоданных, нет необходимости закупать программное обеспечение и аппаратные средства, таким образом — затраты на создание уменьшаются. Геоданные, аппаратные средства и программное обеспечение уже должны функционировать в рамках ИПД региона.

## Плюсы Варианта №2:

— Бюджет = бюджет на создание Web-приложения под задачи инвестора + бюджет на продвижение. То есть бюджет на интеграцию и внедрение геоданных = 0, бюджет на аппаратные средства и программное обеспечение = 0.

— Защита информации присутствует, ответственность несет Комитет по информационным технологиям.

— Оперативное создание (если есть ИПД) ГИС инвестора в сравнительно короткие сроки.

Минусы Варианта № 2:

— Предполагает сначала создание дорогостоящего ИПД на уровне региона.

— Проблемы взаимодействия между ОИВ региона, а также между субъектовыми и муниципальными уровнями ОИВ.

— Отсутствие мотивов у ОИВ активно наполнять ИПД, отсутствие прямых распоряжений, обязывающих их это делать со стороны главы Администраций (есть только Программа ИПД, которую они формально заполняют).

## Выводы

Выбор той или иной схемы создания ГИС инвестора зависит прежде всего от понимания ОИВ субъекта целесообразности создания такого продукта (инструмента) у себя в регионе, особенно — у постановщиков задач, чьи функции прямо решаются этим инструментом. Такое осознание должно быть и у главы администрации, у ответственных комитетов или департаментов, которые должны использовать этот эффективный инструмент для задач привлечения инвестиций и связи с инвесторами наряду с комплексом мер по привлечению и брендированию.

Эффективность инструмента при достижении целей в привлечении инвестиций уже показала себя в ряде субъектов: Санкт-Петербург, Кировская область и г. Киров, Самарская область и г. Самара, в которых создание продукта велось и ведется по-разному. Для Санкт-Петербурга, например, достаточно кликнуть и суммировать количество стратегических проектов, которых стало в два раза больше на общую сумму в миллиарды долларов.

Конечно, при наличии отлаженной региональной ИПД, с развитием рынка ГИС инвестора, самих Web-GIS (геопортальных) технологий стоимость такого инструмента для региона минимизируется. Но, к сожалению, не все ИПД готовы, прежде всего организационно. Поэтому, чтоб этот процесс не тормозил создание ГИС инвестора конкретного региона, необходимо находить комбинированные схемы создания ГИС инвестора как части существующих ГИС, муниципальных ГИС, ИСОГД или пилотных ИПД. Причем возможны модели окупаемости системы через какое-то время с предоставлением инвесторам платных Web-сервисов подробной информацией. Все это необходимо учитывать в предпроектной части Концепции ГИС инвестора региона, запланировав его стратегию создания, модернизации, поддержки, продвижения на долгие годы вперед.

При принятии решения о создании ГИС инвестора важно учесть инвестиционные возможности региона, его ИТ-инфраструктуру и, главное, желание (политику) руководства занимать достойное место в списке инвестиционно привлекательных городов и регионов России.

При этом необходима готовность действовать открыто, хотя бы вследствие Распоряжения от 15 июня 2010 г. № 982-р В. Путина «О совершенствовании правового регулирования градостроительной деятельности, осуществления контрольно-надзорных и разрешительных функций и оптимизации предоставления государственных услуг в области градостроительной деятельности», в плане мероприятий к которому значится, например, «возложение на органы государственной власти, органы местного самоуправления обязанности по опубликованию на официальных сайтах в сети Интернет информации о наличии земель и земельных участков». ■

## УСЛОВИЯ ДЛЯ СОЗДАНИЯ ГИС ИНВЕСТОРА

При принятии решения о создании ГИС инвестора важно учесть инвестиционные возможности региона, его ИТ-инфраструктуру и, главное, желание (политику) руководства занимать достойное место в списке инвестиционно привлекательных городов и регионов России.

## РОЛЬ ОИВ В СОЗДАНИИ ПРОДУКТА

Выбор той или иной схемы создания ГИС инвестора зависит прежде всего от понимания ОИВ субъекта целесообразности создания такого продукта (инструмента) у себя в регионе, особенно — у постановщиков задач, чьи функции прямо решаются этим инструментом