

но-экономического развития на примере валового регионального продукта, предполагающего выделение разных типов развития регионов с учетом выбранных приоритетов и ключевых факторов стратегического развития. Предложенный алгоритм прогнозно-аналитических расчетов ВРП по-

казал возможность его практического применения в качестве методического инструментария при определении приоритетов стратегического развития региона и проведении эффективной социально-экономической политики с учетом результатов прогноза.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Об оценке эффективности деятельности органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации: Указ Президента РФ от 28 июня 2007 г. № 825 // Консультант Плюс [Электронный ресурс]: справочная правовая система. – Версия Проф, сетевая. – Электрон. дан. – Томск: ООО КонсультантЪ, 2003. – Режим доступа: Компьютер. Сеть Администрации Томской области, свободный.
2. Большая советская энциклопедия. 2010. URL: <http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00079/16400.htm?text=%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%8F> (дата обращения: 30.11.2010).
3. Сэпик Д. Конкурентоспособность регионов: некоторые аспекты. Доклады РЕЦЭП. – М.: Изд-во РЕЦЭП, 2004. – № 2. – С. 76.
4. Бияков О.А. Теория экономического пространства: методологический и региональный аспекты. – Томск: Изд-во Томск. ун-та, 2004. – 158 с.
5. Концепция Стратегии социально-экономического развития регионов Российской Федерации // Официальный сайт Министерства регионального развития Российской Федерации / Департамент территориального планирования и регионального развития. – Москва: Диджитал Дизайн. 2010. URL:

- <http://www.minregion.ru/WorkItems/ListNews.aspx?PageID=278> (дата обращения: 30.11.2010).
6. Лавров А. Анализ тенденций развития регионов России в 1992–1995 годах // Вопросы экономики. – 1996. – № 6. – С. 77.
  7. Лавровский Б. Измерение региональной асимметрии на примере России // Вопросы экономики. – 1999. – № 3. – С. 42.
  8. Регион: проблемы планирования и управления / под ред. А.С. Новоселовой. – Новосибирск: ИЭОПП СО РАН, 2002. – С. 55.
  9. Марченко Г., Мачульская О. Типология регионов как инструмент новой региональной политики // Регионы России. – 2007. – № 1. – С. 41.
  10. Сажиев Д. «Самокаты» и «локомотивы» среди российских регионов // Экономика и жизнь. – 2007. – 21–25 мая. – С. 4.
  11. Иванов Ю. Проблемы измерения и анализа ВВП в странах СНГ // Вопросы экономики. – 2005. – № 4. – С. 99.
  12. Черданцева И. Прогнозирование в региональных социально-экономических системах в условиях модернизации экономики России. – М.: Наука, 2010. – 290 с.

Поступила 30.11.2010 г.

УДК 332.143

## ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПРОЦЕСС В РЕГИОНЕ: ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

М.А. Саленко

Томский политехнический университет  
E-mail: salenko\_marina@mail.ru

*Рассмотрена необходимость управления инвестиционным процессом с точки зрения кибернетического подхода. Введено понятие «информационно-коммуникационное пространство инвестиционного процесса в регионе», дано его определение, выявлены проблемы формирования.*

#### Ключевые слова:

*Инвестиционный процесс, информационный ресурс, Интернет, информационно-коммуникационное пространство.*

#### Key words:

*Investment process, information resource, Internet, information-communication space.*

В условиях кризиса выход страны на траекторию устойчивого роста экономики и благосостояния общества возможен при условии повышения инновационной и инвестиционной активности хозяйствующих субъектов. Для увеличения притока инвестиций и изменения их структуры, которая на сегодняшний день имеет малый удельный вес инвестиционных вложений в инновационные и наукоемкие проекты, необходимым является

создание благоприятных условий для ведения бизнеса на региональном уровне. Органы власти субъектов РФ, делая акцент на разработке нормативно-правовой базы, снижении административных барьеров, введении налоговых льгот и других аспектах, недостаточно внимания уделяют такой важной составляющей инвестиционного процесса как информационная и коммуникационная поддержка субъектов инвестиционной деятельности.

Региональными органами власти предпринимаются активные действия в направлении формирования и представления инвестиционного потенциала и возможностей территории на национальном и международном уровнях: участие в выставках, распространение презентационных материалов, создание в сети Интернет профильных сайтов и другое. Однако, отсутствие системного, комплексного подхода в решении задач связанных с информационным и коммуникационным обеспечением инвестиционного процесса приводит к тому, что нужный эффект не достигается, инвесторы и другие участники инвестиционного рынка по-прежнему испытывают определенные трудности в получении релевантной информации.

Для комплексного решения проблемы формирования системы информационно-коммуникационной поддержки на региональном уровне необходимым является рассмотрение сущности инвестиционного процесса в аспекте информационных взаимосвязей между его элементами. Прежде чем рассмотреть состав и формы таких связей в региональном инвестиционном процессе, необходимо вспомнить о роли информации в экономике.

В большинстве случаев экономическая информация определяется как «сведения о составе трудовых, материальных и денежных ресурсов, состоянии объектов управления на определенный момент времени» [1]. Подобные трактовки не учитывают системный характер и динамику всех экономических систем, в которых для нормального функционирования элементов необходима не только внутренняя, но и внешняя информация. В связи с этим, наиболее полным и структурированным, по нашему мнению, является определение Ю.И. Черняка [2], который под экономической информацией понимает «сведения, знания наблюдателя об экономическом объекте; наличие связи между элементами экономической системы (внутренняя информация системы); сообщения, которые циркулируют в экономической системе, которыми она обменивается со средой или с другими равноценными экономическими системами; некоторые общепризнанные знания, сведения, правила и обычаи, которыми руководствуются люди и коллективы в своей производственно-экономической деятельности».

Одним из основных свойств экономической информации является ее полнота, которую традиционно связывают с полезностью состава сведений для субъекта. Полнота информации, наряду с содержательностью и ценностью, является критерием оценки ее качества. Под содержательностью информации понимается наличие в ней смысла и содержания, данный аспект информации изучается семантическими теориями [3]. Ценность информации тождественна ее значимости для удовлетворения интересов субъекта, а полезность понимается как свойство информации удовлетворять информационные запросы потребителей при принятии

ими решений в конкретных условиях. Информационный запрос иногда называют «знанием о незнании» той необходимой информации, которая в данный момент субъекту неизвестна, но нужна для устранения проблемной ситуации, возникшей в его деятельности [4]. Формулируя запрос, человек исходит из представлений о своей информационной потребности.

Вопросу изучения, классификации, идентификации информационных потребностей посвящены работы ученых, работающих в сфере теории информации, информатики, информационных технологий и др. М.Р. Коголовский под информационной потребностью понимает потребность, возникающую, когда цель, стоящая перед пользователем в процессе его профессиональной деятельности либо в его социально-бытовой практике, не может быть достигнута без привлечения дополнительной информации [5].

В информационной потребности выделяют ее субъективную и объективную составляющие. Причем последняя не зависит от конкретного субъекта, его знаний, опыта, предпочтений и прочего, но необходима для принятия решения. Так, например, инвестору помимо данных о конкретном инвестиционном проекте, в который он планирует инвестировать, для формирования представления о среде ведения бизнеса также необходимы структурированные данные об уровне жизни в регионе, развитости социальной, производственной и инвестиционной инфраструктуры, составе и качестве трудовых ресурсов, формах государственной поддержки, развитии отраслей и т. д. Для руководителя предприятия – инициатора инвестиционного проекта – важным является не только поиск инвестора и оценка возможностей получения государственной поддержки, но и знание приоритетов развития инвестиционного процесса в регионе, анализ инвестиционной деятельности других хозяйствующих субъектов и т. д. С точностью предугадать какая информация и какому субъекту может понадобиться в тот или иной момент времени невозможно, поэтому, считаем, что состав информации об инвестиционном процессе в регионе должен определяться не только информационными запросами и потребностями субъекта, но также сущностью, объективными характеристиками и свойствами инвестиционной деятельности.

Состав информации в инвестиционной сфере и информационные связи субъектов являются емкими, сложными и многообразными, однако единая цель их существования – снизить риск принятия решения и обеспечить эффективность инвестиционной деятельности, позволяет интегрировать их в рамках информационно-коммуникационного пространства регионального инвестиционного процесса [6].

Термин «информационно-коммуникационное пространство» является относительно новым в российской практике. В связи со стремительным развитием информационно-коммуникационных

технологий он используется довольно часто, причем в разных контекстах — применительно к деятельности компании, органов власти, в политике, архитектуре и др. Однако, несмотря на возрастающий интерес и бесспорную актуальность данного вопроса, развернутого определения данного понятия, применимого к любой сфере деятельности, как впрочем, и методического описания его состава и структуры, подходов к формированию и способам реализации, в теоретических исследованиях и прикладных работах не встречается.

Для определения сущности информационно-коммуникационного пространства необходимо провести анализ и внести уточнение в отдельные понятия составляющие суть этой новой категории. Начнем с рассмотрения термина «пространство», которое, несмотря на использование во многих сферах деятельности, все же является философской категорией. Пространство определяется как «форма бытия вещей и явлений, которая отражает, их событие, сосуществование» [7] и характеризуется такими свойствами как протяженность, структурность, сосуществование и взаимодействие элементов во всех материальных системах. Как указано в Философском энциклопедическом словаре «кроме возможности быть заполненным, пространство не имеет никакого другого свойства; если же абстрагироваться от установления отдельного места и его наполнения, оно есть пустое и мертвое ничто» [8]. В нашем случае пространство наполнено информацией о региональном инвестиционном процессе.

Роль информации в функционировании экономических процессов показана ранее, здесь хотелось бы остановиться на ее свойствах и характеристиках, важных для участников инвестиционных процессов. В.В. Трофимова [3] выделяет следующие свойства экономической информации, определяющие ее качество: ценность, адекватность, полнота, точность, достоверность, актуальность, своевременность, оперативность и доступность. Не преуменьшая роль всех названных характеристик, отметим, что для задействованных в инвестиционном процессе субъектов рынка наиболее важными свойствами информации являются актуальность, оперативность, а также возможность доступа в любом месте, в любое время и с помощью любого коммуникационного устройства.

Актуальность здесь понимается не как «важность и значительность чего-либо в настоящее время», а как отражение реального состояния инвестиционного процесса. В условиях быстроменяющейся рыночной среды для субъектов инвестиционной деятельности актуальность информации и оперативность ее получения являются основными факторами, определяющими ценность полученных данных при принятии инвестиционных решений. Территориальная удаленность субъектов регионального инвестиционного рынка не должна нарушать процесс обмена необходимыми для эффективной работы сведениями и данными, поэто-

му возможность свободного доступа также является важным критерием качества информации. Информация об инвестиционном процессе в регионе для предприятий-реципиентов и инвесторов, должна быть не только актуальна и доступна, но, добавим, также профессионально разработана, структурирована и представлена в удобном виде.

Исходным моментом включения информации в инвестиционный процесс является ее фиксация на тех или иных видах носителей, так как только в этом случае она может быть передана между территориально распределенными субъектами инвестиционной деятельности. С момента фиксации знания на том или ином носителе оно становится информацией, и только эта информация может рассматриваться как информационный ресурс [5].

Применительно к инвестиционному процессу под информационным ресурсом будем понимать совокупность информации об инвестиционном и связанном с ним процессах в регионе, зафиксированную на материальных носителях, обеспечивающих ее передачу между субъектами инвестиционной деятельности для решения задач связанных с подготовкой и реализацией проектов в регионе. Многообразие информации и информационных ресурсов предопределяет необходимость решения задачи их организации и структурирования в пространстве с целью обеспечения субъекту инвестиционной деятельности возможности воспользоваться ими, затрачивая минимальные финансовые и временные ресурсы.

Последним элементом изучаемого термина «информационно-коммуникационное пространство» является понятие «коммуникации», отдельные аспекты которого исследованы учеными различных социальных дисциплин (социология, культурология, менеджмент, психология и др.). Субъектами коммуникаций в инвестиционном процессе являются участники инвестиционного рынка, которые в зависимости от решаемых задач могут выступать как в роли отправителя, так и получателя сообщения. Объектом коммуникации является экономическая информация, объем, состав и формы представления которой, также обусловлены задачами и потребностями субъектов. Канал коммуникации в самом общем виде подразумевает способ, которым передается сообщение (лицом к лицу, письменно, через технические средства связи и пр.) [9]. Выбор канала является важным условием осуществления эффективных коммуникаций и, помимо всего прочего, (содержание передаваемого сообщения, особенности и возможности получателя и др.) зависит от целей и задач коммуникационного взаимодействия.

Относительно деятельности субъектов инвестиционного рынка, в соответствии с важными для них свойствами экономической информации, описанными выше, считаем, что основной целью их вступления в коммуникационное взаимодействие является возможность *оперативного* получения *актуальных* сведений *в любое время и из любого места*.

Необходимость в рамках информационно-коммуникационного взаимодействия участников инвестиционных процессов обеспечивать, во-первых, доступ для каждого из них ко всему многообразию информационных ресурсов, а во-вторых, возможность оперативного получения и размещения актуальных сведений в любое время и из любого места предопределяет выбор технологии его реализации в пользу Интернет-технологий, которые на сегодняшний день занимают одно из ведущих мест среди современных информационных технологий.

Подтверждением целесообразности использования Интернет-технологий при формировании информационно-коммуникационного пространства являются результаты опроса отечественных и зарубежных инвестиционных институтов (инвестиционные фонды, компании, группы, банки), проведенного в 2009 г. фондом «Агентство развития Томской области» в рамках мониторинга «Стратегии развития Томской области до 2020 г.» на предмет оценки некоторых аспектов инвестиционной привлекательности Томской области [10]. Большинство респондентов отметили, что основным источником информации об инвестиционном потенциале и возможностях субъектов РФ для них является сеть Интернет. Отмечая недостаточность информации о регионе для принятия инвестиционных решений, респонденты отметили, что повышению уровня информированности будет способствовать увеличение объема информации о регионе в Интернете. Необходимость адресной рассылки сведений, которая также осуществляется с использованием Интернет-технологий, отметили 57 человек опрошенных.

В ходе проведенного в Кировской области исследования также выявлено, что при выборе региона, отрасли или предприятия (проекта) приоритетным источником информации для потенциального инвестора является «информация из открытых источников» (27,4 %), затем личные контакты с представителями бизнес-структур и власти региона (19,1 %), потом статистические данные (17,8 %) и публикуемые рейтинги (17,8 %). Наименее востребованными оказываются собственные исследования по выявлению инвестиционного потенциала (13,7 %) [11]. И последнее, по данным журнала «Капитал страны», наиболее эффективным коммуникационным каналом продвижения брендов регионов России являются Интернет-сайты (коэффициент эффективности 100 %) и отраслевые выставки (90 %) [12].

Учитывая все вышесказанное, информационно-коммуникационное пространство инвестиционных процессов (ИКПИП) можно определить как совокупность условий для удовлетворения информационных потребностей субъектов инвестиционной деятельности посредством создания возможностей для эффективных коммуникаций и неограниченного доступа ко всему многообразию информационных ресурсов, интегрированных

с использованием Интернет-технологий. ИКПИП обеспечивает участие региональных инвестиционных проектов в мировом и отечественном рынках капитала, продвижение инвестиционного потенциала и возможностей региона, создает возможности для эффективного взаимодействия участников инвестиционных процессов.

В современных условиях конкурентной борьбы регионов за инвестиционные ресурсы, формирование в регионе информационно-коммуникационного пространства, адекватного уровню развития информационных технологий и раскрывающего перед субъектами инвестиционного рынка широкие возможности для выбора наиболее эффективных направлений инвестиционной деятельности и решения текущих задач, является достаточно актуальным.

Построение информационно-коммуникационного пространства инвестиционных процессов на уровне регионов и его вхождение в национальное и мировое пространство является логичным шагом на пути глобализации экономики, расширения международного сотрудничества в инвестиционной сфере и продвижения регионов на мировые рынки капитала. В процессе построения информационной экономики в стране уже созданы все предпосылки для решения задачи формирования ИКПИП. Сформировано огромное количество государственных и коммерческих Интернет-ресурсов федерального, регионального и муниципального уровней. Активно развиваются и внедряются во все сферы деятельности современные информационно-коммуникационные технологии. Все это должно в полной мере использоваться при формировании ИКПИП, «стоимость» которого в этой связи будет минимальна, так как информационные ресурсы уже существуют, а сбор, обработку и хранение новой информации осуществляют владельцы Интернет-ресурсов, задачей ИКПИП является их структуризация и интеграция.

Указывая на необходимость формирования информационно-коммуникационного пространства, нельзя утверждать, что в регионах вообще отсутствует информационно-коммуникационная поддержка инвестиционного процесса. Государственными и региональными органами власти предпринимаются активные действия по развитию информационной и коммуникационной составляющих инвестиционного процесса: разрабатываются каталоги и базы инвестиционных проектов; регулярно организуются специальные мероприятия (конференции, форумы) для потенциальных инвесторов; проводятся презентации региона в зарубежных странах (*road-show*); среди целевых инвесторов распространяется профильная информационно-аналитическая информация и др. В Интернет-среде в большом количестве создаются сайты структур и ведомств региона, организуется оказание государственных услуг, функционируют Интернет-блоги руководителей и др.

Однако говорить о наличии в регионах ИКПИП пока не приходится. Как показали результаты анализа инвестиционных Интернет-ресурсов территорий, существует ряд объективных проблем формирования в сети Интернет информационно-коммуникационного пространства региональных инвестиционных процессов. *Во-первых*, часто наблюдается слабая структурированность и релевантность информации о региональном инвестиционном рынке, *во-вторых*, различные уровни системы информации могут быть недоступны совсем, или доступ к ним ограничен, *в-третьих*, многообразие источников информации затрудняет поиск и систематизацию необходимых данных.

Причиной сложившейся ситуации, на наш взгляд, является отсутствие у органов власти региона, как управляющего субъекта инвестиционного процесса, в задачи которого, входит оказание информационно-коммуникационной поддержки, понимания сущности, состава, структуры, методов реализации, полезности и значимости информационно-коммуникационного пространства в управлении инвестиционными процессами. Сложность, многофункциональность и новизна данного явления для субъектов РФ обуславливает необходимость использования при решении задач формирования и управления ИКПИП общенаучных и экономических методов.

#### СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Информационные системы в экономике / под ред. Г.А. Титоренко. – М.: Юнити-Дана, 2008. – 463 с.
2. Черняк Ю.И. Системный анализ в управлении экономикой. – М.: Экономика, 1975. – 191 с.
3. Информационные системы и технологии в экономике и управлении / под ред. проф. В.В. Трофимова. – 3-е изд. перераб и доп. – М.: Юрайт-Издат, 2009. – 521 с.
4. Теория фирмы / под ред. В.М. Гальперина. – СПб.: Экономическая школа, 1995. – 534 с.
5. Когаловский М.Р. Глоссарий по информационному обществу. – М.: Институт развития информационного общества, 2009. – 162 с.
6. Шеннон К. Работы по теории информации и кибернетике. – М.: Изд-во иностр. лит-ры, 1963. – 830 с.
7. Новейший философский словарь: 3-е изд., исправл. / под ред. А.А. Грицанова. – Минск: Книжный Дом, 2003. – 1280 с.
8. Философский энциклопедический словарь / Гл. редакция: Л.Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов. – М.: Советская энциклопедия, 1983. – 840 с.
9. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации. – СПб.: Изд-во Михайлова В.А., 2002. – 461 с.
10. Результаты мониторинга и анализа реализации в 2008 году Стратегии развития Томской области до 2020 года и Программы социально-экономического развития Томской области на период 2006–2010 годы // Официальный интернет-портал Администрации Томской области. 2010. URL: [http://tomsk.gov.ru/export/sites/ru.gov.tomsk/ru/economy\\_finances/strategy\\_documents/monitoring-implementation.pdf](http://tomsk.gov.ru/export/sites/ru.gov.tomsk/ru/economy_finances/strategy_documents/monitoring-implementation.pdf) (дата обращения: 10.09.2010).
11. Зорин А. «Ты спроси инвестора, где его решение...» // Пресс-служба. – 2007. – № 3. – С. 13–15.
12. Балацкий Е.В. Инвестиционная активность регионов: взгляд изнутри // Журнал об инвестиционных возможностях России «Капитал страны». 2010. URL: <http://www.kapital-rus.ru/articles/article/175230> (дата обращения: 12.05.2010).

Поступила 20.09.2010 г.