

Экспертное заключение

проекта (работы) по теме «Повышение эффективности муниципального управления в сфере наружной рекламы»

1. Новизна предлагаемого проекта (работы). Авторы предполагают впервые разработать проект нормативно-правового акта, реализация которого будет способствовать повышению эффективности муниципального управления в сфере наружной рекламы. Вместе с тем в представленной заявке недостаточно информации для объективной оценки степени оригинальности решения сформулированной проблемы. В частности, неясно, за счет каких конкретно форм, методов и инструментов планируется достичь заявленного результата. Чем они отличаются от применяемых в настоящее время.

2. Научный уровень проекта (работы). Из заявки следует, что коллектив планирует выполнить работу в три этапа. В ходе последовательного и полного решения сформулированных задач главная цель проекта, вероятно, будет достигнута. Выбранные подходы и методы исследования являются стандартными. Хотя для выработки адекватных решений заявленной в теме проблемы планируется использовать весьма современный метод краудсорсинга. В то же время для повышения научной обоснованности выполнения работ и их результатов авторам следовало бы указать цель применения каждого метода.

Отдельные утверждения авторов заявки, на наш взгляд, требуют дополнительной аргументации. Например, отмечается, что «развитие наружной рекламы на территории Вологды имеет большое значение для ... сохранения природных компонентов», однако никаких фактологических данных, подтверждающих справедливость этого не приводится.

Научный коллектив имеет определенный задел по проекту. Его руководитель – Н.П. Советова – автор 57 публикаций, многие из которых посвящены различным вопросам муниципального управления. Основной исполнитель – В.А. Семенова – обучается по программе «государственное и муниципальное управление», работает в Департаменте градостроительства и инфраструктуры Администрации г. Вологды, а следовательно, имеет доступ к необходимой ведомственной информации.

3. Приоритет авторства (наличие документов, подтверждающих авторство). Документы, подтверждающие авторство, представлены.

4. Возможность освоения предлагаемых решений на территории Вологодской области. Результаты краудсорсинга будут небезинтересны для работников законодательной и исполнительной власти региона. Они могут быть использованы в образовательном процессе в высших учебных заведениях. Возможность принятия проекта нормативно-правового акта, регулирующего размещение информационных конструкций, оценить затруднительно.

5. Наличие ресурсов (технических, технологических, организационных) для достижения заявляемых научных результатов. Коллектив располагает персональными компьютерами, программными средствами, необходимыми для обработки информации. Имеется доступ в Интернет.

6. Значение проекта (работы) в части влияния на формирование научных направлений, значимых для развития экономики, социальной сферы, образования и культуры региона. Исследование предполагает изучение вопросов, фокусирующихся на актуальных проблемах муниципального управления. По оценкам авторов, реализация предложенных ими разработок позволит повысить эффективность управления в сфере наружной рекламы на 25-50% и обеспечить стабильное пополнение доходной части местных бюджетов. Эти вопросы, безусловно, значимы для крупных муниципальных образований региона (например, таких как г. Вологда). В то же время для большинства сельских поселений доходы от аренды земельных участков под рекламными конструкциями невелики, а потому существенно повлиять на экономическую ситуацию в них с помощью предлагаемых авторами мер, вряд ли, удастся.

7. Социальная значимость проекта (работы). Авторы справедливо отмечают, что наружная реклама оказывает существенное влияние на художественно-архитектурное оформление муниципалитета. Поэтому от эффективности управления в данной сфере во многом зависит его привлекательность, комфортность проживания населения. Вместе с тем из материалов заявки не представляется возможным оценить, как и насколько предлагаемые мероприятия повлияют на эти параметры. Кроме того, остается неясным и то, потребуется ли дополнительно привлекать трудовые ресурсы для реализации мероприятий проекта (например, для повышения эффективности контроля за внешним видом и состоянием рекламных конструкций).

К важному социальному результату проекта можно отнести улучшение информированности граждан о проведении мероприятий общегородского масштаба за счет разработки и создания сети и определения мест рекламных конструкций, предназначенных для распространения социальной рекламы и городской информации.

8. Обоснованность и эффективность предлагаемых результатов, подтвержденных предварительными маркетинговыми исследованиями.

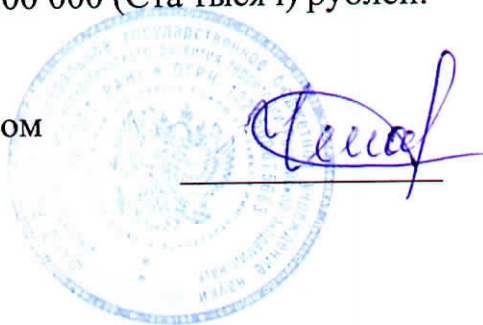
Проект не предполагает проведение предварительных маркетинговых исследований.

Критерии оценки	Оценочный показатель
Новизна предлагаемого проекта (работы).	7
Научный уровень проекта (работы).	7
Приоритет авторства (наличие документов, подтверждающих авторство).	10
Возможность освоения предлагаемых решений на территории Вологодской области.	8
Наличие ресурсов (технических, технологических, организационных) для достижения заявляемых научных результатов.	10
Значение проекта (работы) в части влияния на формирование научных направлений, значимых для развития экономики, социальной сферы, образования и культуры региона.	7
Социальная значимость проекта (работы).	6
Обоснованность и эффективность предлагаемых результатов, подтвержденных предварительными маркетинговыми исследованиями.	1

Проект (работа) по теме «Повышение эффективности муниципального управления в сфере наружной рекламы» соответствует предъявляемым требованиям.

Рекомендуется предоставление государственного научного гранта Вологодской области для финансирования научно-исследовательских и опытно-конструкторских работ студентов, аспирантов, научных работников, научных коллективов в размере 100 000 (Ста тысяч) рублей.

Зам. заведующего отделом
ИСЭРТ РАН к.э.н.



А.Н. Чекавинский

М.П.