

**Закон Пензенской области**  
**от 1 марта 2004 г. N 579-ЗПО**  
**"Об Инвестиционной стратегии Пензенской области"**  
**(с изменениями от 3 декабря 2004 г., 22 мая, 12 сентября 2006 г.,**  
**22 февраля 2007 г.)**

**Принят Законодательным Собранием Пензенской области 25 февраля 2004 года**

**Статья 1.**

Утвердить прилагаемую Инвестиционную стратегию Пензенской области.

**Статья 2.**

Настоящий Закон вступает в силу на следующий день после дня его официального опубликования.

Губернатор Пензенской области

В.К. Бочкарев

г. Пенза  
1 марта 2004 года  
N 579-ЗПО

*Законом Пензенской области от 22 февраля 2007 г. N 1215-ЗПО в Инвестиционную стратегию внесены изменения, вступающие в силу на следующий день после дня официального опубликования названного Закона*

*См. текст стратегии в предыдущей редакции*

**Утверждена**  
Законом  
**Пензенской области**  
**от 1 марта 2004 г. N 579-ЗПО**

**Инвестиционная стратегия Пензенской области**  
**(с изменениями от 3 декабря 2004 г., 22 мая, 12 сентября 2006 г.,**  
**22 февраля 2007 г.)**

**Основные положения инвестиционной стратегии Пензенской области**

Инвестиционная стратегия Пензенской области является официальным документом Правительства Пензенской области, разработанным совместно с группой консультантов и экспертов Национального агентства прямых инвестиций.

В инвестиционной стратегии Пензенской области определены цели инвестиционного развития области, необходимые объемы инвестиционных ресурсов, проведен анализ текущего положения отраслей и инвестиционной привлекательности региона, выделены приоритетные направления инвестирования и обозначены основные источники финансирования реализации приоритетных программ и инвестиционных проектов.

Кроме того, в стратегии предложена детальная система мероприятий по созданию благоприятных условий инвестирования на территории региона и продвижению привлекательного имиджа в России и за рубежом.

**Цели инвестиционной стратегии**

Поставленная в Послании Президента Российской Федерации 2003 года в качестве стратегической цели экономического развития страны задача удвоения валового внутреннего продукта (далее - ВВП) к 2010 г. выполнима лишь при условии ее решения в большинстве субъектов Российской Федерации.

Федерации. Поэтому целью инвестиционной стратегии Пензенской области и критерием ее успешной реализации является привлечение инвестиций в такие сферы, отрасли и проекты, которые обеспечат удвоение валового регионального продукта области (далее - ВРП) к 2010 г.

Проведенный анализ выявил пониженную эффективность экономики Пензенской области по сравнению со страной как в сфере производительности труда, так и по финансовым результатам деятельности отраслей и сфер экономики. Основным условием достижения необходимых темпов роста ВРП Пензенской области является повышение экономической эффективности функционирования отдельных секторов хозяйства и ведущих предприятий за счет привлечения значительных объемов инвестиций в приоритетные сферы экономики.

Расчеты показали, что для решения данной цели в период до 2010 г. в экономику Пензенской области необходимо привлечь около 2,5 млрд долларов инвестиций в основной капитал.

### **Анализ текущей ситуации**

Макроэкономические показатели Пензенской области в период 2001-2003 годов демонстрируют устойчивые тенденции развития инвестиционной деятельности в регионе: доля инвестиций в основной капитал в ВРП Пензенской области в 2002 г. составила 15,9%. В период 2000-2003 годов в Пензенской области был осуществлен ряд крупных инвестиционных проектов. Однако сравнительный анализ масштабов инвестиционной деятельности в Пензенской области на фоне Приволжского федерального округа демонстрирует пониженную активность инвесторов на территории Пензенской области.

Существующая система управления инвестиционным развитием Пензенской области ориентирована на управление объектами инвестиционной деятельности и имеет определенные недостатки. Неэффективная система обслуживания инвестора является существенным ограничением на пути инвестиций в регион.

Устранению существующих проблем и повышению эффективности процесса управления инвестиционной деятельностью будет способствовать Агентство инвестиций и развития Пензенской области (далее также - Агентство) - специализированная организация, получающая статус таковой на конкурсной основе, оказывающая Правительству Пензенской области услуги по привлечению инвестиций в экономику Пензенской области. В качестве наиболее эффективного способа оптимизации прохождения административных процедур рассматривается организация обслуживания инвесторов по принципу "единого окна".

Для устранения несовершенства федерального инвестиционного законодательства и непоследовательности инвестиционной государственной политики органами государственной власти Пензенской области в региональных законах были закреплены основные формы государственной поддержки инвестиционной деятельности. В инвестиционной стратегии проанализировано инвестиционное законодательство Пензенской области и предложены рекомендации по его совершенствованию.

При выборе места для инвестирования инвесторы сопоставляют внутренний потенциал областей, отвечающих их базовым критериям. Поэтому был проведен анализ ключевых элементов инвестиционного имиджа Пензенской области в сравнении с регионами-конкурентами.

Положительными составляющими инвестиционного имиджа Пензенской области являются:

- выгодное географическое положение;
- благоприятная экологическая ситуация;
- высокий уровень развития малого бизнеса;
- интеллектуальный и кадровый потенциал;
- благоприятный социо-культурный климат и туристический потенциал;
- стабильная общественно-политическая ситуация;
- низкий уровень криминальных рисков.

Отрицательными элементами инвестиционного имиджа Пензенской области являются:

- высокая степень износа основных фондов;
- пониженная экономическая эффективность промышленности;
- недостаточность и высокая стоимость энергоресурсов;
- ограниченная собственная сырьевая база;
- низкий уровень жизни;
- высокий уровень консерватизма.

В качестве составляющих инвестиционного климата в рамках проведенного исследования сравнительной инвестиционной привлекательности Пензенской области на фоне других российских регионов были использованы такие характеристики, как инвестиционный потенциал и инвестиционный риск.

В рейтингах инвестиционной привлекательности Пензенская область относится к наиболее "массовой" рейтинговой категории (пониженный потенциал - умеренный риск).

Приволжский федеральный округ (далее - ПФО), в который входит Пензенская область, выделяется среди других округов постоянным уменьшением инвестиционного потенциала при небольшом снижении инвестиционного риска, а также значительной межрегиональной дифференциацией инвестиционного климата. Среди регионов ПФО Пензенская область в послекризисный период демонстрирует устойчивую динамику снижения практически всех частных инвестиционных рисков.

В рамках анализа инвестиционного имиджа в инвестиционной стратегии рассмотрена сравнительная инвестиционная привлекательность городов и районов Пензенской области, проведена дифференциация городов и районов по уровню риска и величине потенциала, а также проанализирована их экономическая активность и инвестиционная эффективность.

В инвестиционной стратегии Пензенской области проанализирована ситуация с жилищным строительством и показатели текущего развития основных отраслей. Описана динамика производства, особенности рынков, тенденции развития отраслей и основные игроки в Пензенской области и Российской Федерации в целом. Анализу подверглись такие отрасли и сектора, как:

- машиностроение;
- агропромышленный комплекс;
- лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность;
- легкая промышленность;
- производство строительных материалов;
- торговля.

### **Инвестиционные приоритеты Пензенской области**

Для определения стратегии инвестирования в ведущие отрасли Пензенской области была использована матрица "привлекательность отрасли - конкурентоспособность предприятий региона".

Были разработаны критерии определения долговременной привлекательности отраслей и конкурентоспособности предприятий. Критериям присваивались веса с учетом их значимости для потенциальных инвесторов и определялась сумма взвешенных рейтингов всех критериев.

Приоритетность инвестирования определена на основании текущих тенденций развития отраслей и отражает современные отраслевые предпочтения инвесторов.

На основе анализа матрицы "привлекательность отрасли - конкурентоспособность предприятий региона" были выделены три группы с высоким, средним и пониженным приоритетами инвестирования соответственно.

В группу отраслей, обладающих высоким приоритетом инвестирования, вошли:

- производство бумаги и картона;
- производство изделий из бумаги и картона;
- производство деревянных и строительных конструкций;
- производство кондитерских изделий;
- пивоваренное производство;
- производство молочных продуктов;
- выращивание свиней и птицы;
- производство мясопродуктов;
- производство деревянной мебели и пиломатериалов;
- производство арматуры;
- производство дизелей и турбокомпрессоров.

Привлечение инвестиций предполагает реализацию определенной последовательности действий, в связи с чем в приложении к инвестиционной стратегии описана типовая схема процесса привлечения инвестиций и предложены типовые формы необходимых документов.

Одним из средств обеспечения устойчивого экономического роста является создание условий для масштабного развития рынка недвижимости. В связи с этим в инвестиционной стратегии Пензенской области рассмотрены основные элементы разработки и реализации программы ипотечного жилищного кредитования Пензенской области.

### **Факторы реализации инвестиционной стратегии**

В качестве факторов успешной реализации инвестиционной стратегии Пензенской области

предложена следующая система мероприятий:

- улучшение позиций Пензенской области в рейтинге инвестиционной привлекательности;
- создание прогрессивного инвестиционного законодательства, регулирующего инвестиционную деятельность в области, предоставление правовых гарантий инвесторам, создание благоприятного налогового режима;
- выбор на конкурсной основе уполномоченной специализированной организации, оказывающей на договорной основе услуги по привлечению инвестиций и сопровождению инвестиционных проектов в Пензенской области;
- инвентаризация и систематизация инвестиционных проектов;
- создание и ведение реестра инвестиционных площадок и геоинформационной системы Пензенской области;
- развитие кадрового обеспечения инвестиционной деятельности, нацеленное на подготовку и привлечение квалифицированных руководителей и специалистов;
- реализация коммуникационной стратегии, направленной на формирование имиджа региона, привлекательного для размещения инвестиций.

## **Часть 1. Цели инвестиционной стратегии**

### **Стратегические цели социально-экономического развития Пензенской области**

Основными целями социально-экономического развития Пензенской области на период до 2008-2010 годов, определенными региональными программными документами, принятыми в 2000-2002 годах, являются повышение благосостояния населения и эффективности производства, отдельных предприятий и отраслей экономики, обеспечение поступательного развития экономики, достижение финансово-бюджетной самодостаточности городов, районов и области в целом.

Опыт реализации региональных стратегий социально-экономического развития, разработанных в середине 90-х годов, показывает, что главным целевым ориентиром является достижение такого объема ВРП, который позволяет решать задачи сбалансированности бюджета, повышения благосостояния населения, проведения различного рода социальных и экономических преобразований, улучшения состояния окружающей среды.

Поставленная в Послании Президента Российской Федерации 2003 г. в качестве стратегической цели экономического развития страны задача удвоения ВВП к 2010 г. выполнима лишь при условии ее решения в большинстве субъектов Российской Федерации. Поэтому целью инвестиционной стратегии Пензенской области и критерием ее успешной реализации является привлечение инвестиций в такие сферы, отрасли и проекты, которые обеспечат удвоение ВРП области к 2010 г.

Проведенный анализ выявил пониженную эффективность экономики Пензенской области по сравнению с экономикой страны как в сфере производительности труда, так и по финансовым результатам деятельности отраслей и сфер экономики. Это связано как с особенностями отраслевой структуры хозяйства (высокая доля сельского хозяйства), так и с применением на большинстве предприятий устаревших технологий и оборудования, а также с недостатками менеджмента, маркетинга и управления финансами на предприятиях. Сочетание этих факторов обуславливает недостаточную конкурентоспособность значительной части продукции и услуг предприятий Пензенской области на внешнем рынке и, как следствие, низкую прибыльность производств.

Традиционная политика поддержания сложившейся неэффективной структуры экономики и производства продукции на базе существующих технологий не позволит добиться выполнения стратегической цели социально-экономического развития Пензенской области. Поэтому основными условиями достижения необходимых темпов роста ВРП Пензенской области являются ускорение прогрессивных структурных сдвигов в экономике региона, повышение экономической эффективности функционирования отдельных секторов хозяйства и ведущих предприятий за счет привлечения значительных объемов инвестиций в приоритетные сферы экономики.

Таким образом, инвестиционная стратегия является важнейшим инструментом реализации целей Программы социально-экономического развития Пензенской области.

### **Задачи инвестиционной стратегии Пензенской области**

Основными задачами инвестиционной стратегии Пензенской области являются:

- Создание условий для мобилизации внутренних и увеличение притока внешних инвестиционных ресурсов в экономику региона, в том числе:
  - повышение инвестиционной привлекательности региона;
  - формирование и продвижение позитивного имиджа Пензенской области;
  - создание инфраструктуры регионального инвестиционного рынка.
- Привлечение финансовых ресурсов, новых технологий и управленческого мастерства в конкретные инвестиционные проекты для развития экономики Пензенской области.

### Оценка необходимых объемов инвестиций

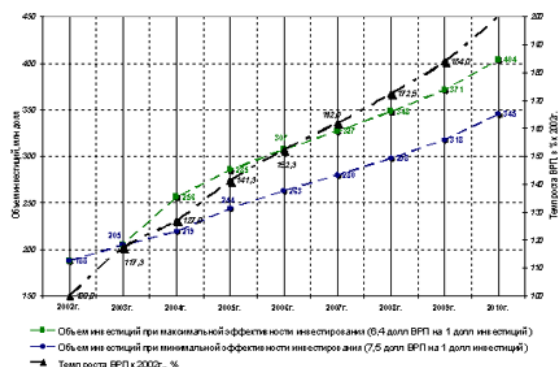
Наиболее адекватным и стабильным показателем, отражающим влияние инвестиций на рост экономики, является объем валового продукта, обеспечиваемый вложением единичного объема инвестиций (далее - индекс эффективности инвестирования).

Сравнительный анализ показал, что независимо от масштабов, этапа развития и отраслевой специфики экономики данный индекс представляет собой величину, меняющуюся в относительно небольшом диапазоне значений. Так для США этот диапазон колеблется в пределах 5,5-7,1, России - 5,6-6,4, Пензенской области - 5,7-7,5.

На основе фактических объемов инвестирования в 2000-2003 годах и сложившейся величины и диапазона индекса эффективности инвестирования в Пензенской области был проведен расчет прогнозных значений объемов инвестиций по годам, необходимых для удвоения ВРП области. Расчеты показали, что для решения данной цели в период до 2010 г. необходимо привлечь от USD 2,352 млрд инвестиций в основной капитал по минимальному варианту(1) и до USD 2,683 млрд инвестиций в основной капитал по максимальному варианту(2) (диаграмма 1).

Это потребует увеличения ежегодного объема инвестирования к 2010 г. в 1,7-2 раза по сравнению с существующими объемами при условии сохранения сложившегося уровня эффективности использования инвестиционных ресурсов.

Диаграмма 1



"Варианты инвестиционного развития Пензенской области до 2010 г."

## Часть 2. Анализ текущей ситуации

### Глава 1. Тенденции инвестиционной деятельности в Пензенской области

В экономику Пензенской области в 2002 г. было привлечено 7070 млн руб. инвестиций в основной капитал, что составляет 0,4% по отношению к Российской Федерации и 2,4% по отношению к ПФО.

В 2002 г. сохранилась тенденция к активизации инвестиционной деятельности. Инвестиции в основной капитал по сравнению с 2001 г. (в сопоставимых ценах) увеличились на 2% (в 2001 г. по сравнению с 2000 г. - на 30%, в 2000 г. по сравнению с 1999 г. - на 15%).

Макроэкономические показатели Пензенской области в период 2001-2003 годов демонстрируют устойчивые тенденции развития инвестиционной деятельности в регионе: доля инвестиций в основной капитал в ВРП в 2002 г. составила 15,9% (в 2001 г. - 17,7%, в 2000 г. - 14,3, в 1999 г. - 13,2%)(3).

В структуре источников капитала собственные и привлеченные средства предприятий (без субъектов малого предпринимательства) примерно равны (в 2002 г. - 2125873 тыс. руб. и 2529112 тыс. руб. соответственно).

В общих расходах консолидированного бюджета Пензенской области доля затрат на инвестиции в основные фонды в последние годы уменьшилась (с 11,5% в 1995-1999 годах до 10,2% в 2000-2002 годах).

В последние три года наблюдается тенденция увеличения доли федерального бюджета в общем объеме инвестиций в основной капитал (до 1/5).

Банковские кредиты, как и средства населения, не являются значимыми величинами.

### **Основные инвесторы в Пензенской области**

В период 2000-2003 годов в Пензенской области был осуществлен ряд крупных инвестиционных проектов. Основными инвесторами в Пензенской области являются:

- Московский пиво-безалкогольный комбинат "Очаково", инвестировавший в строительство завода по выпуску пива, кваса и минеральной воды около USD 100 млн;
- АПК "Черкизовский", инвестировавший в реконструкцию и модернизацию Пензенского мясоптицекомбината, Васильевской птицефабрики и ряда других объектов более USD 12 млн;
- ЗАО "Антивирал" (Санкт-Петербург), вложивший USD 17,28 млн в строительство завода по производству лекарственных препаратов на базе ФГУП "Завод вычислительной техники";
- ГК "Агрохолдинг", инвестировавший около 3 млрд руб. в реконструкцию Пензенской и Заречной птицефабрик, переоборудование Панкратовского свинокомплекса в птицефабрику;
- ООО "Стройинвест", вложивший 500 млн руб. в освоение производства облицовочного кирпича на кирпичном заводе N 2;
- группа компаний "Евросервис", группа "Сюдген" (Groupe Sucres&Denres), "Продимекс", инвестировавшие значительные средства в производство и переработку сахарной свеклы на Бековском, Каменском и Земетчинском сахарных заводах;
- группа компаний "Время", инвестировавшая в модернизацию и освоение новых видов продукции на ОАО "Биосинтез".

Приход в Пензенскую область крупных российских игроков свидетельствует о повышении инвестиционной привлекательности региона.

### **Иностранные инвестиции в Пензенскую область на фоне Приволжского федерального округа**

Предпочтения иностранных инвесторов сконцентрированы на крупных центрах с развитой инфраструктурой рынка, со сравнительно более высокой платежеспособностью населения, а также на территориях, обладающих значительными запасами сырья.

Самые значительные иностранные инвестиции в Приволжском федеральном округе в 2002 г. направлены в республику Татарстан (USD 642,5 млн), Пермскую область (USD 85,9 млн) и Нижегородскую область (USD 90,2 млн).

В Пензенскую область поступило 1994,2 USD тыс. иностранных инвестиций, что составляет 116,1% к аналогичному периоду 2001 г. Удельный вес прямых иностранных инвестиций в общей сумме привлеченного иностранного капитала в 2002 г. составлял 100%, в 2001 г. - 0,6%, в 1998-2000 годах в среднем 43%-59%.

**Таблица 1**

### **Поступление иностранных инвестиций в регионы Приволжского федерального округа**

Название области	Иностранные инвестиции в 2002 году, USD тыс.	% к аналогичному периоду 2001 года
Республика Башкортостан	20547,9	69,3

Республика Марий Эл	3,3	-
Республика Мордовия	19578,7	143,2
Республика Татарстан	642499,2	98,7
Удмуртская Республика	156663	2300
Чувашская Республика	4038,6	11,6
Кировская область	2658,6	70,7
Нижегородская область	90228,7	430
Пензенская область	1994,2	116,1
Пермская область	85976,8	88,1
Саратовская область	8280,3	93,2
Ульяновская область	17074,3	790

### Страны-инвесторы в Пензенскую область

Основной страной-инвестором в Пензенскую область в период с 1998 г. по 2002 г. является Германия.

В 2002 г. в экономику области поступили инвестиции из Германии и Великобритании, причем Великобритания вошла в число стран-инвесторов в Пензенскую область впервые. Доля инвестиций в экономику области, осуществленных Великобританией в 2002 г., составила 5% от общих поступлений, Германией - 95% (в 2001 г. - 99,5%). Германия осуществила вложения в форме прямых инвестиций в лесную, деревообрабатывающую и целлюлозно-бумажную промышленность. Инвестиции из Великобритании были полностью направлены в сельское хозяйство области (USD 107,8 тыс.). В 2001 г. страной-инвестором в сельское хозяйство был Китай (USD 7,8 тыс.).

Инвестиционные вложения в Пензенскую область также осуществляли следующие страны:

- 1995-1996 гг. - Нидерланды;
- 1997-1999 гг. - Турция, США;
- 1999-2000 гг. - Италия;
- в разное время небольшие вложения осуществляли Польша, Молдова, Словакия.

### Отраслевые предпочтения иностранных инвесторов

Большая часть привлеченных в Пензенскую область иностранных инвестиций (94,4%) в 2002 г. приходилась на промышленность. Доля сельского хозяйства в общем объеме привлеченного капитала составила 5,4%.

В период с 1995 г. по 2001 г. связь была основным фокусом иностранных инвесторов (преимущественно из Германии). В 2002 г. иностранных инвестиций в связь не поступало. Отраслевые предпочтения иностранных инвесторов сконцентрировались на лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, где объем инвестиций в 2002 г. составил USD 1881,6 тыс.

Таблица 2

### Структура поступления иностранных инвестиций по отраслям экономики(4)

	1998	1999	2000	2001	2002
Всего, USD тыс.:	4045,3	621,8	442,9	1718,2	1994,2

в том числе: промышленность	55,3	216,9	128,1	2,8	1881,6
из нее:					
- цветная металлургия	-	1,9	-	-	-
- химическая	-	0,8	-	-	-
- деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	-	214,2	47,0	-	1881,6
- пищевая	-	-	81,1	2,8	-
- другие промышленные производства	55,3	-	-	-	-
сельское хозяйство	-	36,1	134,9	7,8	107,8
связь	2921,0	368,8	179,9	1707,6	-
строительство	1069	-	-	-	-
прочие	-	-	-	-	4,8

### **Предприятия Пензенской области с участием иностранного капитала**

Прямые иностранные инвестиции являются важным катализатором роста, поскольку они являются не только источником новых капиталовложений, но и, что особенно важно, открывают доступ к новым технологиям, эффективным способам управления и маркетинга. Скорость экономического развития зависит от оперативного заимствования и эффективного внедрения передового мирового опыта. Прямые иностранные инвестиции наилучшим образом отвечают этой цели и обеспечивают общий экономический рост, а также в значительной степени способствуют повышению уровня квалификации рабочей силы. В связи с этим важным показателем инвестиционного развития региона является количество предприятий с участием иностранного капитала.

По количеству зарегистрированных на территории Пензенской области предприятий с участием иностранного капитала в 2001 г. Пензенская область занимала 12 место среди 14 областей ПФО (22 предприятия(5)), опережая только Мордовию (13 предприятий) и Марий Эл (16 предприятий). Лидерами в ПФО в данном отношении являются Пермская область (90 предприятий), Нижегородская область (89), Самарская область (81), Татарстан (76).

В 2002 г. на территории Пензенской области зарегистрировано 26 предприятий с участием иностранного капитала. По сравнению с 2001 г. их количество увеличилось на 4 предприятия, за счет предприятий электроэнергетики, топливной промышленности, машиностроения и металлообработки, лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной, легкой промышленности, сельского хозяйства и предприятий культуры.

Большая часть предприятий с участием иностранного капитала сосредоточена в пищевой промышленности(6).

### **Глава 2. Существующая система управления инвестиционным развитием в Пензенской области**

Существующая система управления инвестиционным развитием Пензенской области ориентирована на управление объектами инвестиционной деятельности и имеет следующие недостатки:

1. Цели инвестиционного развития Пензенской области строго не определены, следовательно, мероприятия, проводимые Правительством Пензенской области и направленные на инвестиционное развитие, не имеют четкой ориентации, могут приводить к противоположным результатам и не позволяют сконцентрироваться на достижении конкретных целей в условиях ограниченности средств.

2. Зона ответственности за инвестиционное развитие размыта, так как в Правительстве Пензенской области отсутствует исполнительный орган и должностное лицо, непосредственно

отвечающее за данное направление и способное координировать деятельность различных структур.

3. Планирование инвестиционного развития не осуществляется. Деятельность, направленная на инвестиционное развитие, носит хаотичный, несистемный характер.

4. В действующей системе управления инвестиционным развитием отсутствует система контроля выполнения мероприятий, связанных с инвестиционным развитием.

5. Отсутствует мониторинг инвестиционного развития региона и анализ эффективности соответствующих мероприятий.

### **Административные барьеры в Пензенской области**

Существующие в настоящее время в Пензенской области административные барьеры являются существенным препятствием на пути притока инвестиций, развития рыночной среды и роста конкуренции.

Для оценки характера работы бюрократической машины Пензенской области наиболее информативным является показатель привлечения инвестиций на одного чиновника.

Объем инвестиций на одного чиновника в Пензенской области в 1999-2002 годах в среднем составлял USD 51,6 тыс. (65 место в Российской Федерации). В то время, как в соседних областях этот показатель равнялся:

- в Республике Башкортостан - USD 167,4 тыс. (15 место);
- в Самарской области - USD 161,9 тыс. (16 место);
- в Саратовской области - USD 76,3 тыс. (49 место);
- в Республике Мордовия - USD 59,7 тыс. (61 место).

Таким образом, сравнительный анализ демонстрирует пониженную эффективность административного аппарата Пензенской области в привлечении инвестиционных ресурсов.

В процессе исследования системы управления инвестиционным процессом Пензенской области были выявлены следующие "узкие" места на пути привлечения инвестиций:

- непоследовательное выполнение и противоречивое толкование законов и других нормативных актов;
- трудности с получением земельных участков, разрешений на строительство, прохождением процедур, связанных с оформлением инвестиций;
- дифференцированный подход к инвестору - хозяйствующему субъекту в зависимости от уровня личных контактов с соответствующим чиновником;
- трудности при решении процедурных вопросов в налоговых органах;
- таможенные процедуры и иные формы регулирования внешнеэкономической деятельности.

В области предпринимательства для Пензенской области характерны следующие типы административных барьеров:

- введение ограничений на создание новых хозяйствующих субъектов или необоснованное препятствование осуществлению деятельности хозяйствующих субъектов. Имеют место случаи установления дополнительных требований к организациям и предпринимателям, не зарегистрированным на данной территории (например, лицензирование производства и торговли алкогольной продукцией);
- навязывание хозяйствующим субъектам контрагентов без учета установленных законодательными или иными нормативными актами приоритетов(7);
- совмещение функции органов исполнительной власти (местного самоуправления) и хозяйствующего субъекта, которое может иметь своим результатом ограничение конкуренции или ущемление прав хозяйствующих субъектов(8);
- установление запретов на продажу, покупку, обмен, приобретение товаров, услуг, ресурсов неместного производства (ограничение прав хозяйствующих субъектов на подобные операции).

В настоящее время наиболее эффективным способом оптимизации прохождения административных процедур является организация обслуживания инвесторов по принципу "единого окна". Использование данного принципа будет способствовать упрощению согласительных-распорядительных процедур, в том числе с органами местного самоуправления, и позволит субъектам инвестиционной деятельности иметь дело с одной уполномоченной организацией, берущей на себя сопровождение инвестиционного проекта.

### **Глава 3. Инвестиционное законодательство Пензенской области**

В целях преодоления несовершенства федерального инвестиционного законодательства и

непоследовательности инвестиционной государственной политики, стремясь увеличить приток инвестиций в регион, региональные органы власти проявляют значительную активность в управлении региональными инвестиционными процессами, предоставлении различных налоговых льгот и кредитной поддержки субъектам инвестиционной деятельности.

Инвестиционное законодательство Пензенской области закрепляет практически все основные формы государственной поддержки инвестиционной деятельности, имеющие распространение и в других российских регионах. Нормативно-правовая база, регулирующая инвестиционную деятельность в Пензенской области, представлена законами и подзаконными актами.

Основным нормативным актом, регламентирующим инвестиционную деятельность в Пензенской области, является Закон Пензенской области от 20 сентября 2005 года N 864-ЗПО "Об инвестициях в Пензенской области".

### **Закон "Об инвестициях в Пензенской области"**

Данный Закон повторяет типовой, в условиях российской экономики, набор условий инвестиционной деятельности, форм государственной поддержки этой деятельности и порядка ее оказания региональными органами власти, а также гарантий защиты прав, интересов и имущества субъектов инвестиционной деятельности.

Обращают на себя внимание следующие положения данного нормативного акта:

1. Основой правовой формы отношений между органами государственной власти Пензенской области и иными субъектами инвестиционной деятельности устанавливается инвестиционное соглашение, обеспечивающее индивидуальный подход к каждому инвестору. Исполнение соглашения регулируется гражданско-правовыми нормами в соответствии с законодательством Российской Федерации. При этом устанавливается, что Законом о бюджете Пензенской области на очередной финансовый год не может быть приостановлено действие настоящего Закона в отношении ранее заключенных инвестиционных соглашений.

2. В Законе обозначены такие перспективные формы прямого участия органов государственной власти Пензенской области в инвестиционной деятельности, осуществляемой в форме капитальных вложений, как выпуск облигационных займов, гарантированных целевых займов и предоставления концессий российским и иностранным инвесторам по итогам торгов (аукционов и конкурсов) в соответствии с федеральным законодательством и законодательством Пензенской области.

3. Закон предполагает ряд мер государственной поддержки инвестиционной деятельности на территории Пензенской области, налогового и бюджетного стимулирования инвесторов с целью привлечения инвестиций в экономику Пензенской области. Законодательно устанавливаются права и обязанности органов государственной власти Пензенской области как субъектов инвестиционной деятельности.

Государственная поддержка в соответствии с Законом оказывается:

- предприятиям, зарегистрированным на территории Пензенской области (вновь создаваемым и модернизируемым);
- работающим в сфере материального производства (не менее 2/3 валовой выручки от реализации продукции в этой сфере), строительства, сельского хозяйства и коммунального хозяйства;
- в форме преференций и административной поддержки;
- на основании заключения соглашения.

Законом предусматривается налоговое стимулирование в ходе реализации проекта в течение срока окупаемости, а именно: снижение ставки налога на прибыль в части, подлежащей зачислению в бюджет Пензенской области, снижение ставки налога на имущество организаций, приобретенное в рамках реализации проекта, освобождение от уплаты налога на землю при участии в соглашении муниципального образования в качестве третьей стороны.

Предусматривается также налоговое стимулирование по истечении срока окупаемости инвестиционного проекта.

Закон устанавливает гарантии прав инвесторов на дополнительные меры налогового стимулирования и условий их предоставления. В частности, предусмотрено предоставление инвестиционного налогового кредита, возможность освобождения от арендной платы за землю на период действия инвестиционного соглашения.

### **Программа развития и поддержки малого предпринимательства и крестьянских (фермерских) хозяйств в Пензенской области на 2006-2008 годы**

Меры по государственной поддержке малого предпринимательства применяются в отношении круга субъектов малого предпринимательства, определенных Федеральным законом от 14 июня 1995 года N 88-ФЗ "О государственной поддержке малого предпринимательства в Российской Федерации".

По уровню развития малого бизнеса Пензенская область отнесена к группе лидеров Российской Федерации с высоким устойчивым уровнем развития малых предприятий. В области создана достаточно мощная институциональная структура поддержки малого бизнеса.

Программа развития и поддержки малого предпринимательства и крестьянских (фермерских) хозяйств в Пензенской области на 2006-2008 годы утверждена Законом Пензенской области от 20 сентября 2005 года N 867-ЗПО и обеспечивает преемственность Программы развития и поддержки малого предпринимательства в Пензенской области на 2003-2005 годы. Данный Закон является программным нормативным актом среднесрочного действия, где обозначены основные направления и источники финансирования Программы поддержки малого предпринимательства.

Основными направлениями данной Программы являются: совершенствование направлений нормативной правовой базы деятельности малого предпринимательства и крестьянских (фермерских) хозяйств и контроля за правоприменительной практикой, развитие кредитно-финансового механизма поддержки субъектов малого предпринимательства, информационно-консультационное обеспечение малого предпринимательства и инфраструктуры поддержки бизнеса, содействие выставочно-ярмарочной деятельности малого предпринимательства, поддержка развития кластеров (объединений товаропроизводителей, поставщиков сырья и материалов, продавцов) кондитерского производства и деревообработки, производств легкой промышленности.

В качестве приоритетных направлений реализации Программы выделены:

1) участие малых предприятий в поставках продукции для государственных нужд и в инвестиционных конкурсах, финансируемых из бюджетов всех уровней;

2) софинансирование за счет бюджета Пензенской области муниципальных программ, предусматривающих развитие и поддержку малого предпринимательства и крестьянских (фермерских) хозяйств в части развития приоритетных отраслей экономики Пензенской области;

3) предоставление субвенций на компенсацию крестьянским (фермерским) хозяйствам части затрат на закупку комбикормов для откорма молодняка свиней;

4) предоставление субвенций муниципальным районам Пензенской области на адресное товарное кредитование крестьянских (фермерских) хозяйств через районные агентства поддержки малого предпринимательства;

5) субсидирование из бюджета Пензенской области части затрат на уплату процентов в размере 100 процентов ставки рефинансирования Центрального банка Российской Федерации по коммерческим кредитам, привлекаемым субъектами малого предпринимательства на реализацию бизнес-проектов по развитию кондитерских производств и деревопереработке, легкой промышленности, прошедших конкурсный отбор в соответствии с требованиями, установленными Правительством Пензенской области;

6) софинансирование муниципальных программ, определяющих развитие и поддержку малого предпринимательства и крестьянских (фермерских) хозяйств в части реализации программных мероприятий по адресному товарному кредитованию субъектов малого предпринимательства по развитию кондитерских производств и деревообработки, легкой промышленности через районные агентства поддержки малого предпринимательства;

7) субсидирование части процентной ставки по коммерческим кредитам, привлекаемым субъектами малого предпринимательства в сельских и других населенных пунктах (кроме городов областного значения) в приоритетных для области отраслях;

8) субсидирование части процентной ставки по коммерческим кредитам, привлекаемым субъектами малого предпринимательства Пензенской области на развитие и предоставление услуг придорожного сервиса;

9) возмещение затрат по регистрации, открытию расчетного счета, изготовлению печатей, получению лицензий и сертификатов вновь создаваемых юридических лиц малого предпринимательства в приоритетных отраслях экономики Пензенской области, а также в здравоохранении, образовании, науке и культуре, кондитерском производстве и деревообработке, легкой промышленности, отдельным категориям граждан.

10) предоставление субсидий на реализацию мероприятий по поддержке субъектов малого предпринимательства, производящих товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта:

а) субсидирование части затрат, связанных с уплатой процентов по кредитам, привлеченным не ранее 1 января 2005 г. на срок не более 3 лет в российских кредитных организациях субъектами малого предпринимательства, производящими товары (работы, услуги), предназначенные для экспорта;

б) субсидирование части затрат субъектов малого предпринимательства, связанных с оплатой

услуг по выполнению обязательных требований законодательства Российской Федерации и (или) законодательства страны-импортера, являющихся необходимыми для экспорта товаров (работ, услуг), в том числе работ по сертификации, регистрации или другим формам подтверждения соответствия;

в) субсидирование части затрат субъектов малого предпринимательства по аренде выставочных площадей для участия в выставочно-ярмарочных мероприятиях за рубежом.

### **Закон "Об областной целевой программе "Социальное развитие села до 2010 года"**

В 2002 году принят Закон Пензенской области от 18 сентября 2002 года N 390-ЗПО "Об областной целевой программе "Социальное развитие села до 2010 года". Данный Закон является программным нормативным актом долгосрочного действия, где определены основные направления и источники финансирования Программы поддержки социального развития села. Закон имеет рамочный характер.

Для обеспечения условий устойчивого развития сельских муниципальных образований действует схема разграничения сферы доходных и расходных полномочий, утвержденная Законом Пензенской области от 20 сентября 2005 года N 849-ЗПО "О межбюджетных отношениях в Пензенской области".

Важным шагом на пути к формированию стабильного правового поля в Пензенской области должно стать реформирование регионального инвестиционного законодательства. Расширение форм государственной поддержки и налоговых льгот субъектам инвестиционной деятельности будет способствовать росту инвестиционной активности в Пензенской области.

## **Глава 4. Сравнительный анализ сильных и слабых сторон Пензенской области в сравнении с регионами-конкурентами**

### **4.1. Сильные стороны**

Потенциал развития имиджа Пензенской области определяют следующие сильные стороны области как места размещения инвестиций:

**Выгодное географическое положение.** Пензенская область расположена в центре европейской части России, в зоне пересечения Центрального, Южного и Приволжского федеральных округов. Сходным положением обладают Тамбовская и Саратовская области, однако у Пензенской области более выгодное место с точки зрения пересечения транспортных потоков: Пензенская область находится на пересечении автомобильных федеральных трасс и железнодорожных путей Центр-Восток (Москва-Урал, Тамбов-Пенза) и Юг-Север (Волгоград - Нижний Новгород). Расстояние Москва-Пенза равно норме дневного автопробега для большегрузного транспорта.

**Благоприятная экологическая ситуация.** Пензенская область характеризуется благоприятной экологической ситуацией. На территории Пензенской области отсутствуют "вредные" производства (нефтедобыча и нефтепереработка, химическая промышленность и металлургия)<sup>(9)</sup>. Благоприятной экологической ситуации способствуют особая геоклиматическая ситуация (роза ветров над Приволжской возвышенностью) и большая площадь лесов на территории Пензенской области.

По уровню экологических рисков область сходна с соседними Ульяновской областью и Республикой Мордовия и опережает Тамбовскую и Саратовскую области.

Климатическая и экологическая ситуация благоприятствует развитию сельскохозяйственного производства: выращиванию фуражного зерна, овощей, разведению скота и птиц. Однако большинство соседних областей обладают аналогичными природными условиями и также позиционированы как аграрные районы.

**Высокий уровень развития малого бизнеса.** Пензенская область характеризуется высокой долей малого бизнеса в структуре областной экономики. Малые предприятия области приносят около 25% доходов в бюджет Пензенской области. Данный показатель является одним из самых высоких по Российской Федерации.

Пензенская область обладает значительной привлекательностью в качестве полигона для реализации программ по развитию малого предпринимательства.

**Интеллектуальный и кадровый потенциал.** На территории Пензенской области находятся 12 крупных отраслевых научно-исследовательских институтов, в которых работают ведущие ученые и специалисты высчислительной и измерительной техники, автоматики, микроэлектроники, аппаратуры связи, лазерной техники и других отраслей науки. Большинство институтов обладают единственными в

своих отраслях технологиями, уникальным градуировочным и испытательным оборудованием, специальными испытательными базами. В области действуют 12 высших учебных заведений.

Специфика кадрового потенциала области характеризуется сравнительно высокой, по сравнению с соседними областями, долей молодых кадров (до 35 лет)<sup>(10)</sup>, наиболее восприимчивых к современным рыночным технологиям.

Специфика трудовых ресурсов Пензенской области связана также с относительной дешевизной рабочей силы: уровень средней заработной платы в области является одним из низких среди субъектов Приволжского федерального округа.

**Благоприятный социокультурный климат и туристический потенциал.** В настоящее время в Пензенской области языческая, мусульманская и христианская культуры успешно сосуществуют друг с другом - область характеризуется высокой степенью национальной толерантности. В этом преимущество области по сравнению с рядом национально-территориальных образований Поволжья.

Пензенская область обладает большими культурными традициями. На Пензенской земле прошли детские годы А.Н.Радищева и М.Ю.Лермонтова, детские и юношеские годы В.Г.Белинского. В Пензе жили и работали Н.П.Огарев и М.Е.Салтыков-Щедрин. Область - родина выдающегося режиссера В.Э. Мейерхольда, писателей А.И.Куприна, М.Н.Загоскина, А.Г.Малышкина, историка В.О.Ключевского, изобретателя электрической лампочки П.Н.Яблочкова, ботаника и географа А.Н.Бекетова и основоположника физической химии Н.Н.Бекетова, хирурга Н.Н.Бурденко, маршалов М.Н.Тухачевского и Н.И. Крылова.

В настоящее время на территории Пензенской области находится фамильная усыпальница и Государственный музей А.Н.Радищева, музей-усадьба В.Г.Белинского, музей Куприна, музей сценического искусства В.Э. Мейерхольда, Пензенская картинная галерея, уникальный Музей одной картины.

Пензенская земля по праву считается колыбелью великого русского поэта М.Ю.Лермонтова. Здесь, в "любезных сердцу Тарханах" находится усадьба и могила поэта. Ежегодно в Тарханах проходят Всероссийские Лермонтовские чтения.

Пензенская земля отличается богатыми религиозными традициями. Даже во времена советской власти здесь проживало 85% религиозного населения. На территории Пензенской области находятся Троицкий Сканов монастырь XVII века, храм рождества Христова, построенный прадедом А.Н.Радищева, знаменитые святые источники. На территории Пензенской области много мест, сохранивших дореволюционный облик и традиционный русский быт.

Однако Пензенская область, обладая значительным историко-культурным потенциалом, использует его недостаточно. Отсутствие специально ориентированной туристической инфраструктуры, специально подготовленных кадров, слабая информационная обеспеченность конъюнктурной туристической информацией, отсутствие координации действий в вопросах продвижения туристических продуктов создает ситуацию упущенной экономической выгоды.

В то же время большинство регионов России увеличивают свое присутствие на российском и международном рынке туристических предложений. В настоящий момент для большинства путешествующих (а их сегодня в мире насчитывается более 630 млн чел.) Россия продолжает оставаться "белым пятном" на туристической карте мира. По прогнозам Всемирной Туристской Организации (ВТО) и Агентства "Евромонитор" туристический спрос на отдых в Российской Федерации к 2020 г. возрастет до 75 млн посетителей в год<sup>(11)</sup>.

**Стабильная общественно-политическая ситуация.** Пензенская область соседствует с регионами, устойчивыми в политическом отношении, со сходным этническим и религиозным составом населения, находится в удаленности от внешних границ Российской Федерации. Область характеризуется высоким уровнем доверия населения Губернатору, Правительству Пензенской области, что позволяет проводить целенаправленную социальную и экономическую политику. В то же время Губернатор Пензенской области и ключевые игроки области обладают недостаточной известностью за пределами Пензенской области и в рейтингах влияния занимают средние позиции.

**Низкий уровень криминальных рисков.** По показателю криминальных рисков Пензенская область занимает первое место в Поволжье и уступает только Чукотке в общероссийском разрезе (для сравнения, Тамбовская область среди регионов России занимает 18 место по этому показателю, Ульяновская - 23, Саратовская - 47). Таким образом, ведение бизнеса в Пензенской области сопряжено со значительно меньшими рисками по сравнению с соседними регионами.

## 4.2. Слабые стороны

С точки зрения инвестиционной привлекательности для Пензенской области характерны следующие слабые стороны.

**Высокая степень износа основных фондов.** В период с 1999 г. по 2002 г. в Пензенской области произошло значительное увеличение уровня износа основных фондов - с 42,2% до 58,4% (в ПФО в среднем с 44,4% до 49,7%). Наибольшая степень износа основных фондов отмечается в транспорте (70,7%), связи (56%) и строительстве (50%) - это самые высокие показатели в ПФО и второе место в России после Кабардино-Балкарской Республики (78,3% - в строительстве) и Магаданской области (69,9% - в связи). В промышленности и сельском хозяйстве износ основных фондов Пензенской области примерно соответствует среднероссийскому.

Износ основных фондов в жилищно-коммунальном хозяйстве (далее - ЖКХ) составляет около 1/3. В городах и райцентрах области многие объекты инженерного обеспечения эксплуатируются с износом более 50%.

Сложившееся положение свидетельствует об ограниченных возможностях значительного числа предприятий осуществлять производство конкурентоспособной продукции.

**Пониженная экономическая эффективность промышленности Пензенской области.** Пензенская область характеризуется многоотраслевой структурой промышленного комплекса. Однако область на данный момент практически не обладает завершенными технологическими цепочками в сфере машиностроительного производства. Кроме того в непосредственной близости находятся значительно более мощные промышленные центры Поволжья - Нижний Новгород, Самара, Саратов, Казань.

Удельный вес убыточных предприятий в промышленности в 2001-2002 годах составлял 44,6% и 49,2% соответственно. По данному показателю Пензенская область наряду с Республикой Марий Эл, Кировской и Ульяновской областью имеет наихудшие показатели в ПФО.

Эффективность использования трудовых ресурсов в промышленности (производительность труда) в Пензенской области также заметно хуже, чем в среднем по стране и ПФО. Аналогичная ситуация наблюдается также с показателем эффективности использования основного капитала (фондоотдачи).

**Недостаточность и высокая стоимость энергоресурсов.** Пензенская область - энергодефицитный регион и вынужден покупать энергоресурсы по монополюно высоким ценам на федеральном оптовом рынке энергии (мощности).

Общая уставная мощность электростанций области составляет 375 МВт. (для сравнения, в Самарской области суммарная мощность электростанций составляет 5829 МВт). Энергосистема Пензенской области была и остается дефицитной по установленной мощности и производству электроэнергии с тенденцией роста этих показателей.

**Ограниченная собственная сырьевая база области.** Пензенская область бедна запасами ценных полезных ископаемых:

- Определенное значение для развития области имеет наличие запасов сырья для производства цемента, кирпича, керамзита. В то же время большинство соседних регионов обладают более развитой сырьевой базой для производства строительных материалов (Республика Башкортостан, Татарстан, Самарская область, Нижегородская область, Саратовская область, производящие около 25% строительных материалов в Российской Федерации).

- На 1 января 1999 г. запасы нефти Пензенской области составили 1242 тыс. тонн. Разработка нефти усложнена высоким содержанием воды. Кроме того, нефть высокосернистая и требует очистки. Освоение месторождений вследствие соседства Пензенской области с регионами, богатыми горючими природными ресурсами хорошего качества, не требующими для эксплуатации дорогой и сложной инфраструктуры, не является ключевым фактором развития.

- Общая площадь лесного фонда Пензенской области составляет 856 тыс. га, лиственный потенциал используется на 38%. Общий запас древесины на корню - 118 млн м<sup>3</sup>. По данному показателю в ПФО лидируют Пермская область (1180 млн м<sup>3</sup>), Кировская область (773 млн м<sup>3</sup>), Республика Башкортостан (714 млн м<sup>3</sup>). Качество леса в Пензенской области также уступает соседним регионам.

**Низкий уровень жизни.** Пензенская область относится к числу регионов России, где в силу ряда факторов показатели уровня жизни значительно ниже среднероссийских (по показателям уровня заработной платы, доходов консолидированного бюджета на душу населения область занимает одно из последних мест среди субъектов ПФО).

**Высокий уровень консерватизма.** Консерватизм является характерной чертой менталитета жителей области. Данный факт обуславливается высокой долей сельского населения, склонного к традиционному жизненному укладу. Процессы модернизации общества и социального развития затронули Пензенскую область лишь в послевоенный период, преимущественно в областном центре.

Влияние данного фактора на развитие области особенно заметно в сравнении с прогрессивными в данном отношении соседними регионами - Нижегородской, Самарской, Саратовской областями.

Анализ сильных и слабых сторон Пензенской области с точки зрения инвестиционной привлекательности показывает, что:

- большинство сильных сторон не является имиджевыми преимуществами области, так как они присущи и другим аналогичным регионам;
- большинство преимуществ нейтрализуются аналогичными недостатками (изношенность производственного фонда, невостребованность кадрового потенциала и его моральное устаревание).

Таким образом, имидж Пензенской области как региона с невысоким экономическим потенциалом и невыраженными имиджевыми особенностями сложился в силу типичности и усредненности сильных сторон области.

В связи с этим, наряду с усилиями, направленными на повышение инвестиционного потенциала и снижение инвестиционного риска, для области особое значение имеет выделение дополнительных (дифференцирующих) имиджевых преимуществ. Такие имиджевые преимущества способны повлиять на решение потенциального инвестора при выборе объекта инвестирования среди регионов, сопоставимых по объективным показателям.

В настоящий момент Пензенская область имеет типичный имидж для регионов Европейской части России с невысоким экономическим потенциалом и не обладает выраженными имиджевыми особенностями.

Одним из ключевых факторов такого восприятия Пензенской области является низкая интенсивность распространения информации об области на федеральном уровне:

- область создает мало информационных поводов межрегионального значения;
- не ведется систематическая работа по распространению новостных пресс-релизов;
- в области не представлены ведущие информационные агентства и спецкорреспонденты федеральных СМИ;
- спектр рекламно-информационных и представительских материалов о Пензенской области ограничен.

Выделение имиджевых преимуществ Пензенской области связано с развитием и выгодным представлением ее сильных сторон и выделением факторов, которыми не обладают аналогичные регионы, например, создание в области инвестиционной инфраструктуры, способной преодолеть влияние объективных факторов и вывести область на новый уровень экономического развития.

## **Глава 5. Инвестиционная привлекательность Пензенской области**

### **5.1. Основные параметры оценки инвестиционного климата региона**

В качестве составляющих инвестиционного климата в рамках проведенного исследования сравнительной инвестиционной привлекательности Пензенской области на фоне других российских регионов были использованы следующие характеристики: инвестиционный потенциал и инвестиционный риск<sup>(12)</sup>.

Инвестиционный потенциал - это количественная характеристика, учитывающая насыщенность территории региона факторами производства (природными ресурсами, рабочей силой, основными фондами, инфраструктурой и т.п.), потребительский спрос населения и другие показатели, влияющие на потенциальные объемы инвестирования в регион.

Инвестиционный потенциал региона складывается из следующих частных потенциалов:

- трудового (трудовые ресурсы и их образовательный уровень);
- потребительского (совокупная покупательная способность населения региона);
- производственного (совокупный результат хозяйственной деятельности населения в регионе);
- финансового (объем налоговой базы, прибыльность предприятий региона и доходы населения);
- институционального (степень развития ведущих институтов рыночной экономики);
- инновационного (уровень развития науки и внедрения достижений научно-технического прогресса в регионе);
- инфраструктурного (экономико-географическое положение региона и его инфраструктурная обеспеченность);
- ресурсно-сырьевого (средневзвешенная обеспеченность балансовыми запасами основных видов природных ресурсов).

Инвестиционный риск - характеристика качественная, зависящая от политической, социальной, экономической, финансовой, экологической, криминальной ситуации и законодательной среды. Его величина показывает вероятность потери инвестиций и дохода от них. Совокупный инвестиционный риск рассчитывается исходя из следующих видов риска:

- законодательный (юридические условия инвестирования в те или иные сферы или отрасли, порядок использования отдельных факторов производства);
- политический (распределение политических симпатий населения по результатам последних парламентских выборов, авторитетность местной власти);
- экономический (тенденции в экономическом развитии региона);
- финансовый (степень сбалансированности регионального бюджета и финансов предприятий);
- социальный (уровень социальной напряженности);
- криминальный (уровень преступности в регионе с учетом тяжести преступлений);
- экологический (уровень загрязнения окружающей среды, включая радиационное).

## **5.2. Относительная инвестиционная привлекательность Пензенской области в России**

В различных рейтингах инвестиционной привлекательности ("Эксперт", АК&М, "Интерфакс" и др.) Пензенская область находится в середине списка и относится к наиболее "массовой" рейтинговой категории (пониженный потенциал - умеренный риск) (Таблица 3).

**Таблица 3**

### **Место Пензенской области по интегральному риску и совокупному потенциалу среди 89 регионов России(13)**

	1995/ 1996	1996/ 1997	1997/ 1998	1998/ 1999	1999/ 2000	2000/ 2001	2001/ 2002	2002/ 2003
Инвестиционный риск	42*	30*	58	43	41	48	42	41
Совокупный потенциал	48**	54**	49	50	51	49	48	47

\* - без учета законодательного и финансового риска

### **Индикативные показатели инвестиционного риска**

Умеренный уровень совокупного инвестиционного риска Пензенской области обусловлен значениями следующих частных показателей:

- В части финансового риска:
  - значительно более низкая, чем по другим субъектам Российской Федерации обеспеченность бюджета Пензенской области собственными доходами;
  - более высокий (почти в 1,5 раза выше среднероссийского) уровень просроченной кредиторской задолженности предприятий области.
- В части экономического риска:
  - в области по сравнению с Россией значительно медленнее восстанавливаются дореформенные показатели уровня промышленного производства и розничного товарооборота;
  - высокий удельный вес убыточных предприятий, а также уровень износа основных фондов по сравнению со средним по Российской Федерации.
- В части социального риска:
  - в 1,5 раза выше доля минимальной продуктовой корзины в доходах населения в области по сравнению с Россией;
  - пониженный уровень реальных доходов населения по сравнению с дореформенным периодом (1991 г.);
  - повышенный уровень задолженности по заработной плате.
- В части политического риска:
  - пониженный по сравнению со средним по другим субъектам Российской Федерации уровень поддержки Губернатора Пензенской области на последних выборах.

## Индикативные показатели инвестиционного потенциала

Среди частных потенциалов, по которым Пензенская область имеет пониженные величины (кроме природно-ресурсного потенциала, повлиять на который невозможно), наиболее существенными являются следующие индикаторы:

- В части финансового потенциала:
    - пониженные значения всех индикаторов финансового потенциала, (так, поступления по налоговым платежам и другим доходам во все уровни бюджетной системы, сальдо прибыли (убытка) предприятий и организаций промышленности, строительства, транспорта и связи в 3,5 раза меньше, чем в среднем по России; денежные доходы населения отстают от среднероссийских в 1,8 раза).
  - В части институционального потенциала:
    - крайне низкий уровень развития страховой инфраструктуры в области (сумма страховых взносов в Пензенской области на 01.01.2003 составила 374,3 млн руб., что в 10 раз меньше среднероссийских показателей).
  - В части производственного потенциала:
    - пониженная доля области в объеме промышленного производства и строительно-монтажных работ в России (0,458%);
    - крайне низкая доля Пензенской области в объеме платных услуг населению (0,536% в России) по сравнению ее с долей в численности населения (1,045%).
  - В части инновационного потенциала:
    - низкие объемы инвестирования в науку (в 4 раза отстают от среднероссийских) и текущих затрат на научные исследования и разработки (в 2 раза меньше по сравнению со среднероссийскими показателями).
  - В части потребительского потенциала:
    - пониженная (почти в 2 раза) доля Пензенской области в объеме оборота розничной торговли (0,556% в России) по сравнению ее с долей в численности населения (1,045%).
    - пониженные (2164 руб.) по сравнению с Россией (4016 руб.) среднедушевые доходы населения при сопоставимой стоимости минимальной продуктовой корзины 913 руб. и 1005 руб. соответственно.
- Таким образом, результаты анализа индикативных показателей позволили выявить "слабые места" инвестиционного климата Пензенской области, устранение которых позволит существенно улучшить инвестиционный климат региона.

### 5.3. Сравнительная инвестиционная привлекательность Пензенской области среди регионов Приволжского федерального округа

Приволжский федеральный округ, в который входит Пензенская область, выделяется среди других округов постоянным уменьшением инвестиционного потенциала при небольшом снижении инвестиционного риска, а также значительной межрегиональной дифференциацией инвестиционного климата. Регион с наиболее высоким инвестиционным потенциалом - Самарская область опережает "аутсайдера" - Коми-Пермяцкий автономный округ по этому показателю в 38 раз.

Среди регионов ПФО Пензенская область в послекризисный период демонстрирует положительную динамику рангов практически всех частных инвестиционных рисков:

- По рангу социального риска Пензенская область обогнала 6 регионов ПФО, не пропустив вперед ни одного региона.
- По рангу политического риска Пензенская область опередила Нижегородскую, Оренбургскую, Пермскую и Самарскую области, пропустив вперед лишь Ульяновскую.
- По рангу экологического риска область поднялась на одно место за счет сохранения хорошей экологической обстановки, ее ухудшения в Удмуртии и Саратовской области и улучшения в Нижегородской области.
- По рангу экономического риска Пензенская область в последние 4 года сумела подняться с последнего места в ПФО, опередив Республику Марий Эл.
- Наибольший прогресс отмечен в ранге области по уровню законодательного риска: здесь Пензенская область поднялась с 13-го места на 6-е.
- Неизменными остались позиции области по криминальному риску - на минимальном уровне среди регионов ПФО.

**Диаграмма 1**



"Роза инвестиционных рисков Пензенской области по сравнению с соседними регионами"

Что касается динамики рангов Пензенской области по частным инвестиционным потенциалам, то здесь наблюдается стабильная ситуация. Пензенская область сохраняет свои позиции в ПФО по следующим видам потенциалов:

- природно-ресурсному (8-е место в ПФО);
- потребительскому (11-е);
- финансовому (12-е).

Улучшились позиции Пензенской области в ранге инфраструктурного потенциала, с седьмого на шестое место в ПФО, опередив Татарстан. В ранге трудового потенциала Пензенская область передвинулась на одно место вверх (на седьмое), опередив Оренбургскую область. Аналогичным образом за счет опережения Чувашии удалось продвинуться Пензенской области на одно место вверх и в ранге инновационного и, опередив Мордовию, финансового потенциалов.

В то же время ухудшились позиции Пензенской области в институциональном (с 9-го на 12-е место) и в производственном (с 11-го на 12-е место) потенциалах.

Диаграмма 2



"Роза инвестиционного потенциала Пензенской области по сравнению с соседними регионами"

#### 5.4. Сравнительная инвестиционная привлекательность городов и районов Пензенской области

В Пензенской области насчитывается 33 муниципальных образования (МО) "первого порядка": 5 городов, в том числе город Заречный, имеющий статус закрытого административно-территориального образования, и 28 районов.

Ранжированный по уровню инвестиционной привлекательности ряд городов и районов Пензенской области приведен в Таблице 4, а их территориальное распределение - на [карте 1](#).

Таблица 4

#### Рейтинг инвестиционной привлекательности городов и районов Пензенской области в 2001-2002 гг.

Рейтинговый	Характеристика типа	Низкий инвес-	Высокий инвестиционный
-------------	---------------------	---------------	------------------------

тип		тиционный риск	риск
Класс А	Максимальный уровень инвестиционной привлекательности	Кузнецк Заречный	Пенза, Пензенский район
Класс В	Высокий уровень инвестиционной привлекательности	-"-	Каменка, Сердобск, Городищенский, Кузнецкий, Нижнеломовский районы
Класс С	Удовлетворительный уровень инвестиционной привлекательности	Камешкирский район Тамалинский район	Башмаковский, Бековский, Белинский, Бессоновский, Земетчинский, Иссинский, Каменский, Кольшлейский, Кондольский, Лопатинский, Лунинский, Мокшанский, Никольский, Пачелмский, Сердобский районы
Класс D	Низкий уровень инвестиционной привлекательности	-	Вадинский, Малосердобинский, Наровчатский, Неверкинский, Сосноборский, Спасский, Шемшейский районы

**Карта 1. ОБЩАЯ ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ГОРОДОВ И РАЙОНОВ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**



"Карта 1. Общая инвестиционная привлекательность городов и районов Пензенской области"

Наибольшей инвестиционной привлекательностью в Пензенской области характеризуется г. Пенза.

Вслед за Пензой наиболее инвестиционно привлекательными территориями в области являются города Кузнецк, Заречный и Пензенский район (Таблица 4). При этом Кузнецк имеет минимальный инвестиционный риск среди всех городов и районов области, в основном за счет пониженных показателей финансового и социального риска.

Наряду с городами Каменка и Сердобск, Кузнецким, Городищенским и Нижнеломовским районами, названные территории концентрируют более 2/3 суммарного инвестиционного потенциала области. Однако среди них лишь Кузнецк и Заречный обладают низким, а Пенза, Пензенский, Кузнецкий и Городищенский районы - приемлемым уровнем инвестиционного риска.

За исключением отдельных инвестиционно привлекательных "очагов", большинство районов Пензенской области (17 из 28) не могут представить инвестору существенных инвестиционных преимуществ по сравнению с соседями. Кроме того, еще семь районов, шесть из которых периферийные, являются инвестиционно непривлекательными (карта 1).

Таким образом, наиболее инвестиционно привлекательные территории Пензенской области образуют два локальных "ядра" - Пензенское (Пенза, Заречный и Пензенский район) и значительно меньшее - Кузнецкое (Кузнецк и Кузнецкий район). На остальной территории Пензенской области, за исключением Каменки, Сердобска, Сердобского, Городищенского и Нижнеломовского районов, инвестиционный климат в целом малоблагоприятен.

#### **5.4.1. Сравнительная инвестиционная привлекательность г. Пензы**

Закономерным лидером по уровню инвестиционной привлекательности является Пенза, опережающая следующий за ней по этому показателю Кузнецк в 8 раз. Лидерство г.Пензы по уровню инвестиционной привлекательности связано с ее высоким инвестиционным потенциалом. Занимая в населении области долю в 35%, Пенза концентрирует 41% инвестиционного потенциала региона.

Уровень инвестиционной привлекательности г. Пензы обусловлен следующими факторами:

- Пенза не обладает выраженным природно-ресурсным потенциалом, что является естественным для центрального города региона;

- Доля Пензы в инфраструктурном потенциале области составляет 16%. В большинстве регионов России региональные центры, как правило, выполняют ключевые функции транспортно-распределительных узлов. Вместе с тем низкая доля Пензы в инфраструктурном потенциале области свидетельствует о достаточно равномерном распределении инфраструктурной составляющей инвестиционной привлекательности по территории Пензенской области. То есть другие города области, с точки зрения транспортной доступности, мало уступают областному центру. После начала активной работы Пензенского аэропорта инфраструктурный потенциал г.Пензы может значительно возрасти.

- В трудовом потенциале области Пенза имеет долю в 41%, что обусловлено значительно более высоким уровнем занятости населения в Пензе (52,7%), чем в среднем по области (40,8%). Вместе с тем Пенза характеризуется наименьшей среди всех городов и районов области долей населения в возрасте младше трудоспособного, что обуславливает наихудшие условия пополнения трудовых ресурсов Пензы в перспективе. В то же время превышение концентрации производственного потенциала г.Пензы относительно трудового в 1,4 раза говорит о значительно более высокой производительности труда в экономике Пензы по отношению к среднеобластному уровню.

- Помимо производственного, Пенза концентрирует свыше 50% институционального, финансового и потребительского потенциала области, что и обеспечивает городу общее лидерство по совокупному инвестиционному потенциалу.

- Высокое значение инвестиционного риска Пензы, превышающее среднеобластной уровень, в значительной степени препятствует улучшению инвестиционного климата всей области. По уровню интегрального риска Пенза замыкает первую десятку городов и районов области. Особенно высоки в городе криминальный, социальный и экологический риски. Низкое место Пензы как крупного промышленного центра по экологическим показателям является закономерным и типичным вследствие высокой концентрации производства и населения. Высокий социальный и криминальный риски обусловлены высоким уровнем безработицы в городе.

Таким образом, повышенный интегральный инвестиционный риск г.Пензы и ее низкий инфраструктурный потенциал являются наиболее существенными причинами, снижающими общую инвестиционную привлекательность Пензенской области.

#### **5.4.2. Дифференциация городов и районов по уровню риска и величине потенциала**

Города и районы Пензенской области весьма близки между собой по уровню интегрального риска. Однако составляющие интегрального инвестиционного риска муниципальных образований Пензенской области характеризуются существенными отличиями:

- Пензенская область характеризуется относительной однородностью по уровню экономического риска;

- не велики различия между городами и районами области по уровню финансового и криминального риска;

- социальный и особенно экологический риск являются наиболее существенными факторами дифференциации условий инвестирования внутри Пензенской области. Так, по уровню социального риска города и районы различаются почти в 6 раз (Кузнецк и Бессоновский район), а по уровню экологического риска - в 15 раз (Сосновоборский и Бессоновский районы).

Дифференциация городов и районов Пензенской области по составляющим совокупного потенциала имеет следующие особенности:

- Значительная дифференциация городов и районов области по производственному потенциалу (разница между Пензой и Кондольским районом по величине производственного потенциала в 374 раза).

- Высокий уровень различий муниципальных образований (далее - МО) Пензенской области по потребительскому потенциалу (в 164 раза между Пензой и Вадинским районом) отражает не только более высокую покупательную способность населения областного центра. Концентрация

потребительского потенциала населения в Пензе связана с покупками товаров и услуг населением других городов и районов в областном центре. Также низкий потребительский потенциал населения на периферии области обусловлен недостаточной развитостью малого бизнеса и зависимостью доходов жителей от положения градообразующих производств. Так, например, Вадинский район концентрирует 0,343% потребительского потенциала области и всего 0,057% малых предприятий области.

- В отличие от неравномерности занимаемых городами и районами мест по частным рискам по большинству видов инвестиционного потенциала первое место принадлежит Пензе, второе место - Кузнецку и третье - Заречному. Лишь по институциональному потенциалу Пензенский район вышел на третье место в области, обогнав Заречный, в котором недостаточно развит малый бизнес.

- По величине природно-ресурсного потенциала лидирует Пензенский район, на втором месте - Кузнецкий и на третьем, - Земетчинский район.

Таким образом, неоднородность распределения уровней различных видов инвестиционного риска между городами и районами Пензенской области обуславливает необходимость индивидуального подхода к повышению инвестиционной привлекательности каждого МО, концентрации усилий Правительства Пензенской области и местных органов власти на улучшение ситуации в критических для каждого МО "точках" инвестиционной привлекательности.

Достаточно небольшая дифференциация инвестиционного потенциала Пензенской области является позитивным фактором инвестиционной привлекательности, создающим предпосылки равномерного инвестиционного развития территории Пензенской области.

#### **5.4.3. Экономическая активность и инвестиционная эффективность муниципальных образований и районов Пензенской области**

Важным условием наращивания инвестиционного потенциала городов и районов области является повышение их экономической активности, важнейшими индикаторами которой являются:

- предпринимательская активность - доля города или района в числе малых предприятий;
- инвестиционная активность - суммарный объем отечественных и прямых иностранных инвестиций.

Как показал предыдущий анализ, по уровню инвестиционной привлекательности города и районы Пензенской области сравнительно однородны. По уровню экономической активности между городами и районами области наблюдаются значительные отличия.

Сопоставление экономической активности и инвестиционной привлекательности МО, показанное на [Карте 2](#), позволяет сделать выводы об инвестиционной эффективности муниципальных образований и районов области, т.е. об уровне эффективности использования муниципальной властью и бизнесом сложившегося в том или ином МО инвестиционного климата.

Уровень экономической активности превышает уровень инвестиционной привлекательности лишь в 13 МО Пензенской области. Среди них Пенза - всего лишь восьмая в списке, а лидируют Бессоновский и Каменский районы, в максимальной степени использующие свой потенциал для привлечения инвестиций и развития бизнеса. Почти все наиболее эффективно использующие свою инвестиционную привлекательность МО (кроме Камешкирского района) образуют "ось инвестиционного развития", проходящую через центральную часть области с северо-востока на юго-запад - от Иссинского до Бековского района ([Карта 2](#)).

Напротив, восточную часть Пензенской области в целом можно охарактеризовать как инвестиционно неэффективную. Особенно неэффективно используются инвестиционные возможности в трех из пяти главных городах области - Каменке, Сердобске и Кузнецке. Доля Кузнецка в общем объеме инвестиций в область за 2000-2001 годы составила лишь 1,6%, а Сердобска - 0,05% (самый низкий показатель среди всех МО области).

Таким образом, контрастность распределения экономической и инвестиционной активности по территории Пензенской области при сравнительно однородной инвестиционной привлекательности городов и районов, свидетельствует о неравномерном использовании инвестиционного потенциала большинства МО Пензенской области. Большинство городов области, в том числе и Пенза, не выполняют роль "инвестиционных лидеров".

**Карта 2. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ВОЗМОЖНОСТЕЙ В ГОРОДАХ И РАЙОНАХ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ**



"Карта 2. Использование инвестиционных возможностей в городах и районах Пензенской области"

## Глава 6. Анализ показателей текущего развития основных отраслей Пензенской области

### 6.1. Машиностроение

#### Динамика производства в машиностроительном комплексе Пензенской области

За период 1992-2001 годов объемы производства машиностроительной продукции сократились в 2,3 раза, в то время как по промышленности в целом - в 1,8 раза. При этом наибольший спад производства в Пензенской области произошел в отраслях машиностроения, выпускающих наукоемкую, технологически сложную продукцию. Рост производства в машиностроении Пензенской области в последние годы был напрямую связан с положительными тенденциями развития других отраслей после кризиса 1998 года и во многом определялся инвестиционной программой крупнейших ТНК и темпами модернизации армии. Усиление конкуренции на рынке привело к необходимости замены и модернизации устаревшего оборудования с целью перехода на выпуск продукции, соответствующей более высоким стандартам качества, и сокращения производственных потерь. На увеличении объемов производства в Пензенской области позитивно сказался и фактор укрепления внутреннего платежеспособного потребительского спроса. В частности, возрос спрос на оборудование для малого торгового бизнеса, общественного питания, сервисных отраслей - увеличилось потребление сельхозмашин, инструмента, автоэлектрооборудования, электронной аппаратуры, торгового оборудования.

В 2002 г. в машиностроении Пензенской области наблюдался спад производства. Объем выпуска составил 94,2% по сравнению с аналогичным периодом прошлого года, в то время как в целом по промышленности объем производства составил 100,4% по сравнению с выпуском 2001 г.

Ключевыми факторами, оказавшими влияние на динамику машиностроительного производства, являются:

- сокращение инвестиционного спроса на машины и оборудование в Российской Федерации (в 2002 г. - 102,4% против 108,7% в 2001 г.);
- сохранение потребительского спроса на непродовольственные товары в Российской Федерации (в 2002 г. темп роста 108,5% против 108,7% в 2001 г.);

- интенсивное увеличение машиностроительного импорта в Российской Федерации (2000 г. - USD 10,3 млрд, 2001 г. - USD 13,2 млрд, 2002 г. - USD 16,1 млрд)

Особенностью конъюнктуры в 2002 г. был резкий рост дифференциации машиностроительных производств по динамике выпуска:

**Таблица 5**

**Производство основных видов машиностроительной продукции**

	1992	1999	2000	2001	2002	2002 в % 2001
Станки металлорежущие, шт.	207	86	246	115	133	115,7
Насосы и агрегаты вакуумные, шт.	9575	1896	1744	1646	1224	74,4
Компрессоры воздушные и газовые приводные, шт.	1672	2017	2051	1304	956	73,3
Машины прядильные, шт.	550	-	-	2	-	-
Медицинская техника и запчасти к ней, тыс. руб.	309,3	18546	20711	58875	58526	99,4
Прицепы тракторные, шт.	1952	-	-	-	-	-
Сеялки тракторные, шт.	9339	1443	1854	2714	1572	57,9
Арматура стальная, тыс. шт.	201,4	56,4	93,0	84,0	68,2	81,2
Насосы и агрегаты вакуумные, шт.	207	86	246	115	133	115,7
Компрессоры воздушные и газовые приводные, шт.	9575	1896	1744	1646	1224	74,4
Машины прядильные, шт.	1672	2017	2051	1304	956	73,3

**Производство оборудования для химической и нефтехимической промышленности**

**Основные особенности рынка.** Рынок отрасли находится в прямой зависимости от состояния сопряженных отраслей и уровня инвестиционного спроса.

**Основные тенденции развития.** Предприятия отрасли преимущественно входят в состав холдинговых структур. В целом по отрасли наблюдаются процессы оптимизации производственных мощностей, повышения качественных характеристик отдельных видов машин и оборудования и внедрения в производство современных научно-технических разработок и новых высокоэффективных технологий.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В Российской Федерации основными участниками рынка являются следующие компании:

- Группа "Кедр";
- ОАО "Дзержинскимаш" (Нижегородская область);
- ГУП "Химполимермаш" (Челябинская область);

- ОАО "КемеровоХиммаш";
- ОАО "ДимитровградХиммаш" и другие.

#### **Ключевые игроки Пензенской области**

- ОАО "ПензХиммаш";
- ОАО "Кузполимермаш".

### **Производство дизелей и компрессоров**

**Основные особенности рынка.** Производители дизелей и компрессоров характеризуются узкой специализацией.

Финансирование НИОКР в отрасли не значительно. Отсутствует система государственного регулирования, стимулирования выпуска новой техники.

**Основные тенденции развития.** Развитие производства в данной отрасли обусловлено намерением МПС России модернизировать существующий парк тепловозов, мощность которых не отвечает требованиям сегодняшнего дня, а также необходимостью удовлетворения ежегодно возрастающего спроса на подвижной состав, связанный с ростом объемов грузо- и пассажирооборота.

С 1992 г. закупки пассажирских вагонов МПС уменьшились в 7 раз. В результате парк сократился почти в 1,5 раза за счет списания вагонов, выработавших свой ресурс, его износ составляет в среднем более 50%. До 2005 г. планируется списание около 5 тыс. вагонов старше 28 лет службы. Согласно утвержденной Правительством программе "Модернизация транспортной системы России (2001-2010 гг.)" до 2010 г. предусматривается ввести в действие 11480 новых пассажирских вагонов (14), что составляет порядка 1050 вагонов в год (в 2002 г. произведено 867 вагонов).

Высокая емкость и перспективность рынка обновления оборудования подвижного железнодорожного состава иллюстрируется намерением строительства в Ленинградской области завода компании General Electric по производству дизельных двигателей для локомотивов. В результате роста конкурентоспособности отечественных предприятий такие западные концерны, как Siemens, ABB, General Electric, Westinghouse Electric готовы рассматривать российские компании в качестве партнеров и инвестировать в их развитие значительные средства. Предприятиям Пензенской области необходимо подготовить и инициировать переговоры о возможном партнерстве.

В настоящее время в отрасли наблюдается тенденция к консолидации. Так, в Пермской области был создан Федеральный центр двигателестроения.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В Российской Федерации основными участниками рынка являются следующие компании: "Волгодизельмаш", г. Балаково, Саратовская обл.; "Пенздизельмаш", г. Пенза; "Первомайскдизельмаш", г. Первомайск, Украина; "Звезда", Санкт-Петербург; РУМО, г. Нижний Новгород; "Коломенский завод", г. Коломна, Московская обл.; "Брянский машзавод", г. Брянск; "Завод им. Малышева", г. Харьков, Украина; "Русский дизель", Санкт-Петербург по лицензии Pielstick; "Турбомоторный завод", г. Екатеринбург.

#### **Ключевые игроки Пензенской области**

- ОАО "Специальное конструкторское бюро турбонагнетателей" (ОАО "СКБТ") - отраслевое конструкторское бюро дизельной отрасли Российской Федерации;
- ОАО "Пензадизельмаш";
- ОАО "Пензкомпрессормаш" (проводит инвестиционную политику в рамках стратегии, определяемой ООО "НПК Кедр-89", основным акционером общества);
- ОАО "БесКом".

### **Производство арматуры**

**Основные особенности рынка.** Отличительной чертой российского рынка арматуростроения является отсутствие специализации производителей на выпуске продукции для конкретных отраслей. Основными конечными потребителями продукции являются:

- нефтяная промышленность;
- газовая промышленность;
- энергетика;
- химия и нефтехимия;
- металлургия;
- АЭС;
- ЖКХ.

Рынок отрасли находится в прямой зависимости от текущей ситуации в отраслях-потребителях

продукции.

По оценкам Ассоциации арматуростроителей, основной проблемой отрасли является наличие "фальшивой" арматуры, происхождение которой, как правило, неизвестно, или восстановленной арматуры, которая продается значительно дешевле.

**Основные тенденции развития.** Основной тенденцией, наметившейся в 2002 г., является появление так называемого сегментированного спроса (на некоторые модификации продукта предложение превышает спрос, рынок других модификаций остается дефицитным).

В отрасли(15) наметилась тенденция появления новых производств (ЗАО "Аргамус", ООО "Огниво-НН", Муромский завод трубопроводной арматуры, ООО "Гусарь"), оснащенных современным оборудованием, имеющих небольшую численность персонала, низкую себестоимость продукции. Цены на продукцию на 25-30% ниже, чем у традиционных производителей. Основная причина появления новых производителей - неудовлетворенный спрос на продукцию и высокие цены традиционных производителей.

В настоящее время на рынке наметилась тенденция ужесточения конкуренции со стороны западных производителей арматуры. Можно прогнозировать, что в ближайшее время на рынке появится продукция китайского производства (задвигки Ду 50-200 мм) по ценам значительно ниже российских производителей и относительно хорошего качества. После завоевания положительного имиджа у потребителей последует импорт задвижек больших типоразмеров, что представляет серьезную угрозу для российских производителей.

В сопряженных с отраслью секторах планируется осуществление следующих инвестиционных проектов, в рамках реализации которых прогнозируется увеличение спроса на продукцию отрасли:

- Нефтяная промышленность:

развитие Балтийской трубопроводной системы;

интеграция нефтепроводов "Дружба" и "Адрия";

строительство нефтепровода из России в Китай;

проект "Север", предусматривающий строительство новых магистральных нефтепродуктопроводов Кстово-Ярославль-Кириши-Приморск и Андреевка-Альметьевск.

- Газовая промышленность:

комплексное промышленное освоение полуострова Ямал. Разработка месторождения "Заполярье";

освоение месторождений "Приразломное" и "Штокмоновское";

строительство трубопровода Ямал-Западная Европа;

строительство Североевропейского газопровода.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В Российской Федерации трубопроводную арматуру выпускает большое количество заводов. Подавляющая их часть - это различного рода машиностроительные производства, которые начали выпускать трубопроводную арматуру в 90-е годы, пытаясь выйти на новые рынки сбыта и загрузить свои неиспользуемые мощности. Как правило, такие производства выпускают ограниченную номенклатуру, пользующуюся спросом в их регионе.

Однако действительно серьезными участниками этого рынка являются предприятия, которые изначально специализировались на выпуске трубопроводной арматуры. Среди них:

- ОАО "Тяжпромарматура" (г. Алексин, Тульской области);

- ООО "Самараволгомаш" (г. Самара);

- ОАО "Волгограднефтемаш" (г. Волгоград);

- ОАО "Сумское машиностроительное НПО им. М.В. Фрунзе" (Украина);

- Благовещенский арматурный завод (г. Благовещенск, Башкирия);

- Юго-Камский машиностроительный завод им.Лепсе (пос. Юго-Камский, Пермская область);

- ОАО "Тулаэлектропривод" (г. Тула);

- ОАО "Икар" (г. Курган);

- ОАО "Пензенский арматурный завод";

- ОАО "Пензтяжпромарматура".

**Ключевые игроки Пензенской области.** Основными производителями трубопроводной арматуры в Пензенской области являются ОАО "Пензтяжпромарматура" и ОАО "Пензенский арматурный завод", ранее представлявшие собой одно предприятие. Эти заводы не конкурируют друг с другом, поскольку выпускают различный ассортимент.

Предприятие ОАО "Пензтяжпромарматура", являющееся крупнейшим в России производителем запорной продукции для нефтяной промышленности, может стать одним из центров российского арматуростроения.

**Производство автомобильных комплектующих**

**Основные особенности рынка.** Данная отрасль находится в прямой зависимости от положения основных потребителей продукции - АвтоВАЗ, ГАЗ, УАЗ, и т.д. и общей ситуации на российском автомобильном рынке. В 2000 г. импорт новых иномарок составил 71,7 тыс. шт., в 2001 г. - 114,8 (+60%), в 2002 году - 137 (+19%). Таким образом, если в 2000 г. на одну новую иномарку приходилось 14 выпускаемых отечественных автомобилей, то в 2001 г. - 9, а в 2002 г. - уже 7. Повышение пошлин на подержанные иномарки не привело к радикальной переориентации потребителей на покупку отечественных автомобилей.

**Основные тенденции развития.** Российская автомобильная промышленность в настоящее время переживает сложный период, связанный с интеграцией в мировое автомобилестроение, происходящими процессами укрупнения автомобилестроительных компаний. Проводимая политика реформирования существующих автомобильных комплексов путем их разделения на отдельные виды производств и расширение кооперационных связей позволит производителям Пензенской области освоить для себя новые рынки сбыта.

Повышение пошлин на ввоз иномарок создает предпосылки для развития на территории России сборочных производств. Свои машины в России уже выпускают Ford и General Motors. Создаваемые первоначально как "отверточные производства" на импортных комплектующих, эти заводы будут постепенно переориентированы на комплектующие российского производства, о чем заявляет руководство данных предприятий. Предприятия Пензенской области при наличии квалифицированного менеджмента и четкого плана действий могут претендовать на получение заказа на производство комплектующих от международных автомобильных компаний.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Крупнейшими игроками на рынке является ОАО "Автоваз", а также связанная с ним инфраструктура, СП "GM-АвтоВАЗ", группа СОК, Ford Motor (Всеволожск, Ленинградская область).

#### **Основные игроки Пензенской области**

- ЗАО "Автозапчасть АМО ЗИЛ";
- ОАО "Граз", ОАО "Гразспецавто";
- ЗАО "Пензенский завод "Автозапчасть";
- ООО "Пензенский подшипниковый завод";
- ЗАО "Сердобский машиностроительный завод".

### **Сельскохозяйственное машиностроение, машиностроение для перерабатывающих отраслей АПК и легкой промышленности**

**Основные особенности рынка.** Производство напрямую зависит от платежеспособности сельхозпроизводителей, переработчиков сельхозпродукции.

Спрос на продукцию отрасли ограничен. Продукция характеризуется низким качеством по сравнению с западными аналогами.

Отрасль характеризуется высоким уровнем конкуренции со стороны зарубежных производителей, особенно из стран СНГ - Украины и Республики Беларусь.

**Основные тенденции развития рынка.** В связи с устойчивыми тенденциями роста в отечественной пищевой промышленности и необходимостью процессов модернизации ожидается увеличение спроса на технологическое оборудование для перерабатывающих отраслей АПК. Кроме того, подъем данной подотрасли связан с развитием малого предпринимательства и увеличением выпуска оборудования для торговых предприятий, сферы обслуживания, общественного питания.

Рост поставок сельскохозяйственной продукции на переработку ведет к улучшению финансового состояния сельхозпроизводителей и росту их возможностей по обновлению парка машин и оборудования. Тенденция к увеличению интеграционных процессов в АПК, инвестиции крупных холдинговых структур в сельское хозяйство и перерабатывающую промышленность также увеличивают платежеспособный спрос на продукцию отраслей сельскохозяйственного машиностроения.

Таким образом, предприятия Пензенской области, выпускающие сельскохозяйственную технику, имеют возможность увеличить объем продукции и выйти на новые рынки сбыта.

В производстве оборудования для отраслей легкой промышленности наблюдается длительный спад. Стагнация отечественной текстильной промышленности привела к почти полному отказу от производства многих видов оборудования. Так, например, производство прядильных машин в Пензенской области сократилось с 550 шт. в 1992 г. до 2 в 2001 г. и продолжает оставаться на низком уровне. В краткосрочном и среднесрочном периоде повышение инвестиционного престижа отрасли не ожидается.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В Российской Федерации основными

предприятиями данной отрасли являются "Ростсельмаш", Челябинский тракторный завод, Волгоградский тракторный завод, "Промтрактор" (Чебоксары), Владимирский тракторный завод, Красноярский завод комбайнов.

#### **Основные игроки Пензенской области**

- ОАО "Пензтекстильмаш";
- ЗАО "Белинксельмаш";
- ОАО "Пензмаш";
- ОАО "Кузтекстильмаш".

### **Приборостроение, радиоэлектроника, промышленность средств связи**

**Основные особенности рынка.** Преобладающая часть предприятий отрасли в настоящий момент является частью оборонно-промышленного комплекса (далее - ОПК) и находится в ведении отраслевых министерств и ведомств. Предприятия отрасли имеют большой научно-технический и кадровый потенциал.

**Основные тенденции развития рынка.** В последние годы значительно возросло производство продукции военного назначения. Благоприятную ситуацию в ОПК обеспечило действие следующих факторов:

- в течение 2002 г. шло устойчивое финансирование государственного оборонного заказа, который увеличился по сравнению с 2001 г. на 40%;
- увеличился экспорт военной техники и объем валютных поступлений от экспорта (USD 4,3 млрд против USD 4,2 млрд в 2001 г.);
- государство в 2002 г. практически полностью рассчиталось с ОПК по долгам за 1996-1999 годы. Это способствовало пополнению оборотного капитала, что для ОПК весьма существенно из-за большой длительности производственного цикла.

В перспективе ожидается сохранение устойчивого финансирования заказов для предприятий ОПК со стороны отраслевых министерств и ведомств. Успех предприятий, стоящих в плане приватизации, будет зависеть от выбранного рынка и грамотной политики собственников.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Большинство предприятий отрасли не имеют аналогов в Российской Федерации и занимают монопольное положение на рынке.

**Основные игроки Пензенской области.** На территории Пензенской области широко представлена отрасль приборостроения - здесь сосредоточено 19 предприятий, среди которых предприятия, имеющие федеральное значение: ГП ПО "Старт", ФГУП ППО "ЭВТ", ряд заводов, специализирующихся на разработке и производстве изделий для радиоэлектроники, средств связи и вычислительной техники - Завод вычислительной техники, ОАО "НИИВТ", ФГУП НИИФИ, ПНИЭИ, ГНПП "Рубин", ОАО "Пензенский завод точных приборов", НИИ ЭМП.

Заметное положение на рынке занимают ОАО "Электромеханика", ФГУП "Радиозавод", ЗАО "Сердобский часовой завод", ОАО "Пензенские часы".

На территории Пензенской области находится семь крупных отраслевых НИИ, в которых сконцентрированы ведущие ученые и специалисты в области разработок комплексов автоматизированного управления системами различной сложности, в том числе управлением войсками и оружием.

### **Текущее состояние и макроэкономические тенденции развития рынка Российской Федерации**

В посткризисный период на предприятиях отрасли прошло несколько крупных волн перераспределения собственности. Первая из них состоялась в период приватизации. Вторая волна перераспределения пришлась на 1995-1998 годы. В этот период менеджеры среднего и высшего звена целенаправленно выкупали заводы у государства и скупали акции мелких акционеров. В настоящее время в отечественном машиностроительном комплексе происходит дальнейшее широкомасштабное перераспределение собственности. За 2001-2002 годы собственники сменили практически все ведущие предприятия: машиностроительный комплекс был разделен на сферы влияния нескольких крупных холдингов, имеющих общероссийское значение.

В то же время многие крупные предприятия комплекса по-прежнему находятся в государственной собственности (либо контрольный пакет акций предприятия принадлежит государству).

Таким образом, в настоящий момент в машиностроительном комплексе можно выделить следующие группы предприятий:

- Государственные предприятия - во многом зависят от заказа, сформированного на текущий год в федеральных и отраслевых ведомствах. Финансирование технического перевооружения происходит преимущественно за счет собственных средств. Доля бюджетов всех уровней в общем объеме финансирования составляет около 5% необходимых средств.

- Предприятия, входящие в крупные холдинги - зависят от стратегии развития холдинга, решения относительно развития предприятий принимаются в управляющих компаниях холдинга. Предприятия в составе финансово-промышленных групп обладают стабильными технологическими связями и возможностями модернизации оборудования.

- Предприятия-одиночки - высокая степень износа технологического оборудования, не позволяющая удерживать качество выпускаемой продукции на уровне мировых стандартов. Нестабильность технологических связей в рамках некогда единого производства. Высокая зависимость от колебаний рыночной конъюнктуры. Отсутствие достаточных собственных средств для модернизации производства.

Характерной чертой машиностроительного комплекса является высокая степень износа производственных мощностей. Сложившаяся возрастная структура оборудования не позволяет российским машиностроительным предприятиям перейти на выпуск высокотехнологичной, конкурентоспособной продукции (Таблица 6).

При модернизации производственных мощностей предприятия преимущественно приобретают отечественное оборудование, что обусловлено, с одной стороны, ценовыми преимуществами, с другой стороны - технологической "совместимостью" с уже имеющимся оборудованием. Тем не менее, наблюдается тенденция увеличения числа предприятий, приобретающих для модернизации производства импортную технику: удельный вес предприятий машиностроительного комплекса, закупивших в 2002 г. российское оборудование, вырос на 16%, по сравнению с 2001 г., а импортное - на 25,5%.

**Таблица 6**

**Возраст основной части машин и оборудования  
в машиностроительной промышленности**

Распределение по периодам приобретения основной части машин и оборудования (в % от числа опрошенных)					
До 1970 г.	1970-1979	1980-1989	1990-1995	После 1995	Средний возраст основной части машин
16	16	23	19	23	16,6

Масштабы процесса обновления оборудования в машиностроительной отрасли недостаточны для преодоления тенденции старения основных фондов.

Расчеты показывают, что для эффективного функционирования машиностроительной промышленности общая потребность в привлеченных финансовых ресурсах в период с 2002-2004 годов составит USD 6,3 млрд, в период с 2005-2007 годов она увеличится до USD 16,1 млрд. (16)

**Таблица 7**

**Собственные ресурсы и потребность в привлеченных ресурсах  
в машиностроительной отрасли, в USD млрд (за период)**

	2002-2004 гг.	2005-2007 гг.
Собственные средства	8,8	6,9
Привлеченные средства	6,3	16,1

Доля инвестиций в основной капитал машиностроительного комплекса в общем объеме инвестиций в экономику в 2001 г. по сравнению с 1992 г. уменьшилась на 40% и составляет около 3% инвестиций в экономику Российской Федерации. В настоящий период отрасль демонстрирует тенденции роста инвестиционной привлекательности:

Таблица 8

**Крупнейшие инвестиционные проекты в машиностроительном комплексе России, заявленные в 2002-2003 гг.**

Инвестор	Проект	Регион	Объем инвестиций
Groupe Sucres&Denres (Франция) 2004-2005	Производство свеклоуборочных комбайнов	Липецкая, Калужская области	-
Доц (Германия)	Производство зерноуборочных комбайнов	Алтайский край	-
Кейс-Нью-Холанд (дочерняя фирма группы "Фиат")	Производство зерноуборочных комбайнов	Выбор региона	-
Claas (Германия) 2003-2005	Производство зерноуборочных комбайнов	Тульская область, Краснодарский край, Ростовская область	До \$60 млн.
John Deere (США) 2004-2006	Расширение дилерской сети и производство сельхозтехники	Выбор региона	-
Pratt & Whitney (Канада) 2003-2004	Производство моторов	Пермская область	\$25 млн.
Pratt & Whitney (Канада)	Производство авиационных двигателей	Выбор региона	\$75 млн.
General Electric (США) 2004-2006	Производство двигателей	Ленинградская область	-
Бошун (Швейцария) 2004	Производство дорожной техники	Нижегородская область	-
"Volvo Truck" (Швеция) 2003	Производство грузовых автомобилей	Московская область	\$10 млн.
Ford Motor Company (США)	Производство автомобильных комплектующих	Спб, Самара, Нижний Новгород, Московская и Орловская области	-
Cabinplant International (Дания)	Производство оборудования	Выбор региона	-

	для пищевой промышленности		
Merloni TermoSanitari 2002-2005	Производство водонагревателей марки ARISTON	Ленинградская область	до 25 млн. евро
Merloni Elettrodomestici SpA (Италия) 2004-2007	Производство стиральных машин и холодильников	Выбор региона	100 млн. евро
Thales (Франция) 2004	Производство электроники гражданского и военного назначения	Нижегородская область	-
Hyundai ImageQuest (Ю.Корея) 2003-2004	Производство жидкокристаллических мониторов, телевизоров	Московская область, Выбор региона	\$25 млн.
Vestel Elektronik Sanayi ve Ticaret (Турция) 2003	Производство телевизоров (Рекорд)	Владимирская область	\$27 млн.

Для некоторых крупных предприятий и компаний важным инструментом привлечения финансовых ресурсов, имеющим высокий потенциал развития, стало размещение акций. В машиностроении инвесторы проявляют интерес к акциям "АвтоВАЗа" (капитализация - USD 304 млн), "КамАЗа" (USD 220 млн), Объединенных машиностроительных заводов или группы "Уралмаш-Ижора" (USD 135 млн), ГАЗа (USD 77 млн). В целом капиталовложения в данную отрасль сдерживаются недостаточно высоким уровнем корпоративного управления, финансовой прозрачности, низкой рентабельностью производства.

Рентабельность производства в целом по отрасли в 2000 г. составляла 14,1% (в лесной, целлюлозно-бумажной и деревообрабатывающей - 16,5%, химической и нефтехимической - 17%). Машиностроение относится к трудоемким отраслям, повышение производительности труда в которых значительно повлияет на увеличение рентабельности производства (Таблица 9).

**Таблица 9**

**Возможности роста уровня рентабельности от экономии на отдельных компонентах затрат (по данным 2000 г.)**

	Увеличение нормы прибыли (17) (процентных пунктов) при уменьшении соответствующей компоненты затрат на 1%		
	на сырье и материалы	На топливо и энергию	на оплату труда и социальное страхование
Промышленность в целом	0,33	0,12	0,15

Машиностроение и металлообработка	0,27	0,06	0,20
-----------------------------------	------	------	------

На основании анализа текущего состояния можно выделить следующие основные тенденции развития отрасли:

1. Увеличение степени износа основного капитала.
2. Зависимость роста производства от динамики инвестиционного спроса в сопряженных отраслях.
3. Изменение конкурентной среды - усиление присутствия на рынке иностранных производителей.
4. Низкий уровень корпоративного управления и отсутствие эффективных маркетинговых стратегий.
5. Активизация процессов консолидации.

Основным препятствием текущего развития отрасли является высокий уровень износа оборудования и низкий уровень используемых технологий.

## 6.2. Агропромышленный комплекс

### Динамика производства в Агропромышленном комплексе Пензенской области

#### Сельскохозяйственное производство

Пензенская область традиционно является аграрным регионом. Основными культурами, выращиваемыми в Пензенской области, являются зерновые культуры, картофель, подсолнечник, сахарная свекла, овощи.

В 2002 г. в Пензенской области, как реакция производителей на конъюнктуру рынка 2001 г., выросли посевы зерновых. В структуре зернового производства наблюдается рост доли пшеницы (в 2001 г. был превышен уровень советского периода), ячменя, уменьшение доли кормовых культур. Производство ржи в Пензенской области в 2000 г. вернулось к докризисному уровню и в период 2000-2002 годов постепенно увеличивается(18).

Государственная протекционистская политика по отношению к сахарному сырцу обусловила рост посевов сахарной свеклы.

Посевы картофеля, производство которого сосредоточено на 98,1% в хозяйствах населения, стабилизировались на одном уровне.

Таблица 10

#### Посевные площади основных сельскохозяйственных культур, тыс. га

	1992	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Зерновые культуры	1294	1076,7	1075,5	980,3	823,4	756,3	790,5
Подсолнечник	44,9	51,6	48,7	92,1	89,9	61,4	51,7
Сахарная свекла	55,0	35,1	33,6	52,7	46,4	33,7	36,2
Картофель	54,0	55,0	54,9	54,9	52,2	52,0	53,0
Овощи	10,3	11,9	11,4	11,7	11,7	11,2	11,3

Таблица 11

#### Валовой сбор основных сельскохозяйственных культур, тыс. тонн

	1996–2000 (в среднем за год)	2000	2001	2002	2002 в % к 2001
Зерновые культуры	1091,3	820,3	1046,4	1170,5	111,9
Подсолнечник	35,5	45,7	20,4	23,8	116,7
Сахарная свекла	408,3	386,9	391,7	355,6	90,8
Картофель	387,8	467,9	465,0	422,8	90,9
Овощи	148,6	162,1	171,3	171,9	100,4

В 2002 г. в Пензенской области выросло производство основных видов животноводческой продукции. Однако по сравнению с растениеводческой продукцией объемы производства остаются еще значительно ниже дореформенного уровня. В животноводстве объемы производства молока растут при продолжающемся спаде поголовья коров, т.е. производство молока становится более интенсивным. Выросло поголовье свиней, овец и коз, птицы.

**Таблица 12**

**Производство основных видов животноводческой продукции  
в хозяйствах всех категорий, тыс. тонн**

	1992	1999	2000	2001	2002
Мясо (скот и птица на убой в живом весе)	184,3	83,8	83,3	74,3	79,4
Молоко	739,0	473,3	435,9	435,3	466,5
Яйца, млн штук	486,2	340	330,4	263,1	266,7

Рост производства мяса достигается, прежде всего, за счет сельхозпредприятий: производство скота и птицы на убой в 2002 г. по сравнению с 1999 г. выросло на 31,26%. Молочное производство возрастает в основном за счет частного сектора(19) (доля хозяйств населения в производстве молока составляет 62,9%).

Анализ соотношения объемов производства и темпов роста производства основных видов сельскохозяйственной продукции с дореформенным уровнем показывает сравнительные преимущества аграрного сектора Пензенской области и место области во внутрироссийском разделении труда в этом секторе. Из таблиц видно, что Пензенская область увеличивает присутствие на рынке зерна, овощей и картофеля, однако теряет позиции по производству сахарной свеклы, молока и яиц.

В мясном животноводстве Пензенской области наименее успешно развивается производство мяса КРС, а производство мяса птицы и свинины, напротив, имеет большие перспективы.

**Пищевая промышленность**

Производство в пищевой промышленности Пензенской области характеризуется устойчивым ростом - 103,4% и 104,0% в 2002 г. по сравнению с аналогичным периодом 2001 г. и 2000 г. соответственно. Рост обусловлен преимущественно увеличением производства в молочной, макаронной и пивной промышленности - на 39,8%, 62,2%, 7,9% по сравнению с прошлым годом соответственно (Таблица 13).

## Производство основных продовольственных продуктов

	1992	1999	2000	2001	2002	2002 в % к 2001
Мясо, включая субпродукты, тыс. тонн	61,6	10,2	10,1	14,6	18,3	125,3
Колбасные изделия, тонн	14723	6255	14505	21455	21700	100,9
Животное масло, тонн	13864	6337	6472	7035	6800	97,1
Цельномолочная продукция, тыс. тонн (в пересчете на молоко)	84,1	22,1	20,6	24,1	33,7	139,8
Сахар-песок, тыс. тонн	71,6	229	288,5	366,6	386,8	105,5
Мука, тыс. тонн	157	154,4	108,1	108,7	112,9	103,9
Крупа, т.	20422	13015	7973	6420	4500	70,3
Макаронные изделия, тонн	11105	9598	7295	7442	12070	162,2
Консервы, тубы	24775	3941	1642	1351	1131	83,7
Кондитерские изделия	29547	40246	34178	32317	30700	95,0
Пиво, тыс. дкл.	1947	4351	5195	5386	5814	107,9

Производство основных продуктов питания в Пензенской области составляет в среднем от 25% до 75% от выпуска 1992 г. За исключением производства кондитерских изделий, достигшего дореформенного уровня, производства сахара-песка и пива, которое в 5 раз и 3 раза соответственно превысило уровень 1992 г., производства колбасных изделий, почти в 1,5 раза превысившего дореформенный уровень.

## Рынок зерна и продуктов его переработки

**Основные особенности рынка.** Выращивание зерновых в Пензенской области, как и в большинстве регионов России, сильно зависит от погодных условий. Система страхования природных рисков в сельском хозяйстве не развита.

Наполнение товарного рынка зерна в Пензенской области осуществляется в основном за счет сельскохозяйственных предприятий, осуществляющих его производство и реализацию. Основной объем зерна реализуется на территории Пензенской области. В других регионах реализуется 0,5-2,4% зерновой продукции. Около 50% продукции реализуется напрямую перерабатывающим предприятием, минуя оптово-посреднические организации. В 2002 г. в области действовало около 100 перерабатывающих предприятий. Более 60% перерабатывающих предприятий покупали зерно на своей территории, около 40% - в других регионах.

Рост объемов реализации продукции пензенскими производителями ограничивается:

- отсутствием современной инфраструктуры зернового рынка. Значительная часть зернохранилищ Пензенской области не соответствует современному технологическому уровню. Это не позволяет доводить зерно до необходимого уровня стандартов, особенно по влажности и засоренности, что влияет на снижение реализационных цен и рост потерь при хранении;

- высокими транспортными тарифами, разбивающими зерновой рынок России на несколько региональных рынков;

- низким уровнем маркетинга, недостаточной информацией о рынке (спросе, ценах, покупателях).

**Основные тенденции развития.** В отрасли идет интенсивное формирование межрегиональных и общенациональных вертикально и горизонтально интегрированных компаний. Многие из этих компаний осуществляют крупные проекты сельскохозяйственного производства.

Государство в 2004-2005 годах планирует увеличение поддержки производителей зерна. Для этого будет продолжено применение интервенционного механизма. Однако в настоящий момент выгоду от этого получают не производители зерна, а крупнейшие трейдерские компании.

Государственное регулирование зернового рынка в ближайшие годы будет сосредоточено на поддержке развития рыночной инфраструктуры в следующих направлениях: развитие биржевой торговли зерном, развитие инфраструктуры, хранения, транспортировки и экспорта зерна, модернизация системы определения и контроля качества.

Развитие других отраслей, входящих в зерновую технологическую цепочку, связано с состоянием сопряженных производств.

Рост производства мяса птицы и свинины обуславливает необходимость развития комбикормовой промышленности и выпуска белково-витаминных добавок. В то же время техническое оснащение предприятий отрасли не соответствует задачам развития кормопроизводства в Пензенской области.

Отрасли переработки зерна характеризуются относительно высоким избытком производственных мощностей (так в мукомольной промышленности производственные мощности загружены на 45%, в крупяной - на 28%).

Средняя рентабельность производства составила: в мукомольной отрасли 7,2%, в комбикормовой - 3,2%, в крупяной - 4,2%.

Комбикормовая промышленность характеризуется значительной инвестиционной привлекательностью: предприятия отрасли участвуют в формировании межрегиональных и общенациональных вертикально и горизонтально интегрированных холдинговых компаний.

В последние годы наблюдается понижение объемов производства муки первого-второго сорта и рост импорта муки класса "премиум": под влиянием роста реальных доходов населения в 2001-2002 годах изменилась структура питания и потребительские предпочтения населения России. В 2002 г. увеличилось потребление продуктов быстрого приготовления и полуфабрикатов, при производстве которых используется мука высшего сорта.

Увеличение спроса на муку высшего сорта со стороны производителей полуфабрикатов и кондитерских изделий обуславливает рост инвестиционной привлекательности отрасли и необходимость активизации процессов модернизации оборудования и используемых технологий.

Хлебопекарная промышленность характеризуется умеренной инвестиционной привлекательностью. Это связано с государственным регулированием цен на хлеб, отсутствием конкуренции по ассортименту и качеству продукции (производители выпускают примерно одинаковый набор хлебобулочной продукции), традиционной ориентацией производства на местный рынок.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** На российском рынке зерна действует свыше 600 компаний, занимающихся реализацией и закупкой зерна, из которых крупных (с объемом оборота зерна свыше 100 тыс. т. в год) - свыше 40. Лидирующими компаниями-интеграторами являются:

- группа компаний "Астон",
- ОАО "Макфа",
- ООО "Зерновая компания "ОГО",
- ЗАО "Зерновая компания "Разгуляй",
- ОАО "ТД "Росхлебопродукт",
- ОАО "Русагрокапитал",
- ОАО "Юг Руси" и другие.

В России работают подразделения ведущих мировых и региональных трейдеров: ADM, Cargill, Glencore, Nidera, Louis Dreyfus, WJ Grain и др.

В переработке зерна ведущие позиции занимают ОАО "Русагрокапитал", ОАО ТД "Росхлебопродукт".

**Ключевые игроки Пензенской области.** Рынок зерна Пензенской области отличается низкой концентрацией: в производстве зерна занято большое количество малых и средних сельхозпредприятий.

Комбикормовая отрасль Пензенской области представлена 24 предприятиями, из них 9(20) не работают. Основными предприятиями отрасли являются:

- Ардымский комбикормовый завод;
- Лунинский комбикормовый завод;
- Лопатинский комбикормовый завод;

- Неверкинский комбикормовый завод;
- Пенькозавод "Шемышейский".

В мукомольно-крупяной и макаронной промышленности Пензенской области основными предприятиями являются Студенецкий мукомольный завод и Пензенская макаронная фабрика.

В хлебопекарной промышленности наибольшую долю рынка Пензенской области занимает ЗАО АПО "Пензхлебопродукт", в состав которого входит:

- Пензенский хлебозавод N 2;
- Пензенский хлебозавод N 4;
- Пензенский хлебокомбинат.

## Рынок сахара

**Основные особенности рынка.** Отрасль имеет достаточно сложную систему госрегулирования с использованием лицензирования, квотирования, сезонных и обычных пошлин на сырец и белый сахар. Собственным сырьем - сахарной свеклой - промышленность обеспечена примерно на 1/4. Квоты на ввоз сырья Правительство Российской Федерации продает на аукционе. Производство и потребление сахара носит сезонный характер. Свекловичный сахар в основном производится в сентябре-ноябре, сырцовый - в марте-июле. Около 60% сахара потребляется населением, 30% приходится на пищевую промышленность, около 10% расходуется на непродовольственные нужды.

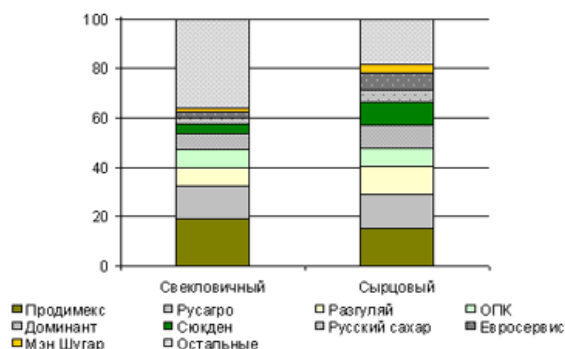
Сахарный рынок - наиболее структурирован, он поделен между крупными компаниями-производителями, в том числе и иностранными.

Техническое оснащение сахарных заводов Пензенской области, не принадлежащих ведущим игрокам на российском сахарном рынке, не соответствует современному уровню, отсутствует современное оборудование, невысок уровень автоматизации производственных процессов.

**Тенденции развития рынка.** Сахарная отрасль характеризуется высокой степенью инвестиционной привлекательности. В настоящее время идет активный процесс консолидации рынка ведущими российскими игроками. Развитие отрасли характеризуется укреплением материально-технической базы МТС, созданных при сахарных заводах. Первостепенное внимание уделяется интенсификации производства и повышению урожайности сахарной свеклы. Значительные капиталовложения производятся также в поддержание материально-технической базы и модернизацию самих сахарных заводов.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Лидерами сахарной отрасли в России являются компании Продимекс, Русагро, Разгуляй-Укррос (РСК), Доминант, Сюдден и ОПК, контролирующие не менее 60% рынка.

Диаграмма 3



"Доли крупнейших игроков на рынке Российской Федерации в производстве сахара в 2003 году, %"

### Ключевые игроки Пензенской области

- Бековский сахарный завод (контрольный пакет акций принадлежит компании "Евросервис"),
- Атмис-сахар (принадлежит группе "Сюдден". Посевы сахарной свеклы группы "Сюдден" составляют 3000 га, производство осуществляется без использования ручного труда),
- Земетчино-сахар (контрольный пакет принадлежит ГК "Продимпекс").

## Рынок молока

**Основные особенности рынка.** Особенность молочного производства заключается в привязанности производителей к местам производства сырья и недолгих сроках хранения готовой продукции. Мощности предприятий Пензенской области позволяют производить продукцию в основном на местный и региональный рынок. Проблемой молочного рынка Пензенской области является дефицит холодильных емкостей, хранилищ для сырья и готовой продукции.

**Основные тенденции развития.** Индивидуальные и фермерские хозяйства и колхозы в последнее время увеличили объемы производства молока и в состоянии обеспечить промышленность собственным сырьем. Сформировавшиеся за последнее время крупные холдинги инвестируют развитие инфраструктуры с тем, чтобы обеспечить стабильные поставки на свои региональные молокозаводы.

Кроме того, настоящий период развития отрасли характеризует активный выход региональных компаний на рынки соседних регионов с пастеризованной продукцией длительного срока хранения ("Делва", "Молочное дело"). Данный процесс происходит либо за счет модернизации собственного производства, либо посредством покупки предприятий в других регионах.

Наиболее удачным для многих регионов стал второй вариант, который позволил удовлетворить растущий спрос как на цельномолочные продукты, так и продукцию, которая не производится на территории Пензенской области.

В будущем можно ожидать, что спрос на молочные продукты в Пензенской области, как и в целом в России, будет расти, а крупнейшие производители молочной продукции продолжат свою интеграцию в регионы путем покупки местных производств. Наиболее успешными окажутся те, кто сумеет предложить разнообразный ассортимент продукции по доступным ценам с четкой ориентацией по группам потребителей, а также сделает свою продукцию широко узнаваемой за счет рекламы.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Крупнейшим игроком на российском молочном рынке является компания "Вимм-Билль-Данн - Продукты питания" (ВБД).

Основные конкуренты ВБД на российском рынке молочной продукции - компании Danone (заводы в Тольятти и Чехове), Parmalat, Campina и Ehrmann, располагающие огромными инвестиционными возможностями. В отличие от ВБД, западные компании до настоящего времени не рассматривали возможности организации своего производства в регионах России, так как работают в основном в высоком ценовом сегменте, а покупательная способность жителей регионов существенно ниже, чем в Москве и Московской области. Продукция же компании "Вимм-Билль-Данн" в основном ориентирована на средний ценовой сегмент, что предоставляет ей дополнительные преимущества при выходе на региональные рынки.

#### **Ключевые игроки Пензенской области**

- ОАО "Молочный комбинат "Пензенский";
- ООО "Пензмолпром";
- ОАО "Кузнецкмолоко";
- ЗАО "Пищекомбинат";
- ОАО "Луч";
- ООО "Молвек";
- ОАО "Мечта";
- ОАО "Надежда".

## **Рынок мяса и продуктов из мяса**

**Основные особенности рынка.** В настоящее время внутреннее производство мяса в Пензенской области уступает импорту. Основной проблемой мясоперерабатывающих предприятий отрасли является проблема обеспечения сырьем. Крупные мясоперерабатывающие предприятия Российской Федерации пытаются налаживать связи непосредственно с местными производителями мясного сырья и комбикормов путем заключения с ними долгосрочных договоров и выделения инвестиционных средств на развитие хозяйств.

Наиболее перспективным сектором является производство мяса птицы, которое привлекает инвесторов коротким экономическим циклом, но в тоже время данный рынок сильно зависит от ситуации в зерновом секторе. За последнее десятилетие в Пензенской области была существенно подорвана материально-техническая база птицеводства, сократилась численность и производство мяса птицы. Особенно в тяжелом положении оказалось бройлерное производство. В сокращении производства бройлеров решающую роль сыграла широкомасштабная интервенция крупных импортеров мяса птицы из дальнего зарубежья.

Структура мясоперерабатывающей отрасли в Пензенской области в основном ориентирована на местный рынок. Пензенская область соседствует с регионами, которые занимают по производству мяса в убойном весе ведущее место в Российской Федерации (Республика Башкортостан - второе место в

России после Краснодарского края, Республика Татарстан - третье место).

В области до настоящего времени не сформированы крупные структуры, которые объединили бы в своем составе несколько предприятий. Сложная ситуация в отрасли не позволяет пензенским производителям накапливать за счет прибыли достаточные объемы инвестиционных ресурсов и направлять их на покупку и модернизацию других предприятий.

**Основные тенденции развития.** В настоящий момент рынок характеризуется низкой степенью концентрации производителей. В ближайшее время ожидается активизация экспансии крупных игроков, сумевших обеспечить себе надежную собственную сырьевую базу и тем самым выигрывающих на производственных издержках по сравнению с предприятиями-импортерами сырья, в другие регионы за счет покупки и получения контроля над местными производителями.

Можно ожидать, что с ростом доходов населения спрос на мясные продукты в Пензенской области будет расти. В первую очередь произойдет увеличение потребления недорогого мяса птицы, затем при сохранении тенденции произойдет постепенная замена его потребления на мясо свиней и КРС. При этом потребители начнут обращать больше внимания на соотношение цены и качества продукции и требовать от производителей разнообразного ассортимента. Мировой опыт показывает, что будущее развитие отрасли обеспечат компании, которым удастся создать производственную цепочку, включающую в себя все этапы, начиная с производства зерна и кормов вплоть до реализации продуктов под собственными брендами.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В отрасли имеет место интенсивный процесс консолидации активов и создания крупных интегрированных холдинговых компаний. Наиболее крупными участниками российского рынка являются: АПК "Черкизовский", "Планета Менеджмент", ФПГ "РОСПРОМ", "Агрохолдинг", "Заря-ОГО", группа компаний "Разгуляй-УкрРос", "Агрос" и некоторые другие.

В последнее время в мясное производство начали активно инвестировать крупные вертикально интегрированные холдинги и предприятия мясоперерабатывающей промышленности. Многие компании, уже имеющие собственное производство зерна, стали искать новые сферы приложения сил и средств.

На рынке Приволжского федерального округа ведущую роль играют: ООО "Йошкар-Олинский мясокомбинат" (Республика Марий Эл), АПК "Черкизовский", ООО "МПЗ "КампоМос", ОАО "Ногинский мясокомбинат", ЗАО "Микояновский мясокомбинат", ОАО "Лианозовский колбасный завод", ОАО "Царицыно", ОАО "Останкинский мясоперерабатывающий комбинат", ОАО "Уфимский мясоконсервный комбинат".

#### **Ключевые игроки Пензенской области**

- ОАО "Мясоптицекомбинат "Пензенский";
- ОАО "Мясоптицекомбинат "Сердобский";
- ОАО "Каменкамесо";
- ГУП "Пензенская областная агропромышленная корпорация";
- ОАО "Птицефабрика "Васильевская";
- Совхоз "Прогресс";
- ОАО "Кузнецк-мясо";
- СПК "Петровский";
- Совхоз "Башмаковский";
- ОАО "Птицефабрика "Пензенская";
- ООО "Птицефабрика "Чернозерская".

### **Рынок кондитерских изделий**

**Основные особенности рынка.** Кондитерская промышленность является высокорентабельной отраслью и входит в число бюджетообразующих отраслей промышленности. Продукция отрасли отличается высоким уровнем спроса, рост уровня спроса за последний год составил 8%, за последние 3 года - 25%[\(21\)](#). Сбыт продукции конечному потребителю производится через посредников - дилеров, крупных оптовиков и мелких оптовиков. Посредники, участвующие в цепочках сбыта от производителей к конечному потребителю оказывают существенное влияние на условия заключения договоров по распространению и продвижению товара. География продаж крупных производителей (в том числе ЗАО "Пензенская кондитерская фабрика") охватывает большинство регионов Российской Федерации.

**Основные тенденции развития.** В настоящее время на рынке наблюдается активное появление новых игроков - после модернизации вышла на рынок кондитерская фабрика "Ламзурь" (г.Саранск), укрепляет позиции на российском рынке компания "Ромен" (Украина). На рынке наблюдается тенденция слияния конкурирующих производств (образование "Объединенных кондитеров") и объединения производителей с поставщиками (Саратовская кондитерская фабрика и

Саратовский масложировой комбинат).

В дальнейшем в секторе кондитерских изделий можно ожидать развитие тенденции укрупнения рынка и рост вертикальной интеграции.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В настоящее время крупнейшим производителем кондитерских изделий является группа "Гута", которая через управляющую компанию "Объединенные кондитеры" контролирует старейшие российские заводы: ОАО "Красный октябрь", ОАО "Бабаевский", ОАО "Ротфронт", а также еще 14 региональных предприятий и 40 торговых домов.

Несколько лет назад на российский рынок пришли крупные западные компании "Нестле" и "Штольверк", организовавшие собственные производства в Самаре и Покрове.

В целом рынок отличается высоким уровнем конкуренции и поделен между основными игроками российского уровня:

- Группа высококачественной продукции класса "премиум" - ОАО "Красный Октябрь", ОАО "Бабаевский", ОАО "Ротфронт", Кондитерская фабрика им. Н.К.Крупской, ОАО "Азарт", Концерн "Сладко", фабрика "Россия".

- Группа продукции массового спроса - ЗАО "Пензенская кондитерская фабрика", ТАКФ, "Ясная поляна" (г. Тула), "Конфин" (г. Волгоград), "Воронежская кондитерская фабрика", "Сормовская кондитерская фабрика", "Южуралкондитер".

**Ключевые игроки Пензенской области.** В Пензенской области крупнейшим производителем является ЗАО "Пензенская кондитерская фабрика". Производство кондитерской продукции осуществляют так же ОАО "Рябинка", ОАО "Кристина", ОАО "Пензпищепром", ОАО "Виктория", ОАО "Скифы", ОАО "Горпищекombинат "Сердобский", ОАО "Пищекombинат "Лунинский" и др.

## **Рынок пива и сырья для пивоваренной промышленности**

**Основные особенности рынка.** Отрасль характеризуется высокой степенью консолидации. Жесткая конкуренция в отрасли обуславливает высокие стандарты качества пива и требует от компаний покупки современного оборудования и использования высококачественного сырья. Основным сырьем для пивоваренной отрасли является солод и хмель.

В течение последних 5 лет российский рынок солода демонстрирует устойчивое развитие. Потребление данного продукта увеличивается в соответствии с ростом производства в пивоваренной промышленности.

В настоящее время наибольшую долю рынка (более 90%) занимает светлый солод. Это обусловлено тем, что на протяжении последних 7-8 лет свыше 90% продаж пива стабильно приходится на светлые сорта.

По итогам 2001 г. до 50% российского рынка солода приходится на импортную продукцию, поставляемую крупными международными и российскими зерновыми оптовыми компаниями.

В настоящее время многие предприятия отрасли имеют собственные солодовни. Особенно это характерно для средних предприятий (производящих до 5 млн дал. пива в год). 38% из них полностью обеспечивают себя солодом, в т.ч. 13% осуществляют его поставку сторонним потребителям. Качество и цена являются основными факторами, определяющими сотрудничество пивоваренных предприятий с поставщиками сырья.

Многие пивоваренные предприятия не удовлетворены существующей системой поставок сырья. Основной проблемой является качество поставляемого сырья, причем у предприятий на 100% обеспечивающих себя сырьем от ведущих международных поставщиков такая проблема отсутствует.

Начиная с 1999 г., в связи с увеличением производства солода, наблюдается рост потребности российского рынка в пивоваренном ячмене. В последние годы в структуре российского рынка пивоваренного ячменя отмечается увеличение доли импорта (до 25%). Пивоваренный ячмень импортируется в основном из Дании, Финляндии, Франции и Великобритании, а также других стран Западной Европы.

В настоящее время качественный пивоваренный ячмень в России производит небольшое число сельскохозяйственных предприятий. Основными проблемами, сдерживающими рост производства в отрасли, являются:

- небольшое количество районированных сортов вследствие разрушения селекционной базы в Российской Федерации(22);

- отсутствие необходимого оборудования и утрата большинством сельскохозяйственных предприятий технологий производства пивоваренного ячменя, учитывающих специфику его выращивания, уборки и послеуборочной доработки.

В Российской Федерации реализуется отраслевая целевая программа "Обеспечение устойчивого производства пивоваренного ячменя и солода в Российской Федерации на 2002-2005 гг. и на период до

2010 г."

**Основные тенденции развития рынка.** Российское пивоваренное производство демонстрирует устойчивые тенденции роста.

В соответствии с прогнозом Союза российских производителей пивобезалкогольной продукции, в 2003 г. рост объема производства составит 10-12%, однако в ближайшие пять лет темп роста будет постепенно замедляться, и среднегодовой прирост составит в среднем 5-8% в год.

Успех компании в отрасли будет зависеть от качества выпускаемой продукции и объема инвестиций в продвижение продукта. Реализация данной стратегии возможна только крупными игроками, в соответствии с этим ожидается, что средние и мелкие пивоварни, не выдержав конкуренции, в ближайшие 2 года уйдут с рынка или объединятся в холдинговые компании. В отрасли активизируются процессы консолидации, крупные компании начнут скупку акций мелких региональных производителей.

Отрасль характеризуется высокой степенью привлекательности для иностранных компаний. Западные пивные корпорации, не имеющие своих производств в России, пытаются наладить выпуск своего пива на преуспевающих отечественных заводах(23). Однако суммарная доля рынка лицензионных брендов из-за их дороговизны не превышает в натуральном выражении 1%. С повышением уровня доходов населения выпуск лицензионных брендов на российских заводах будет расти.

В ближайшие годы прогнозируется увеличение емкости российского рынка солода на фоне роста производства пива. Причем возрастающие потребности в солоде во все большей степени будут покрываться за счет внутреннего производства, доля импорта будет снижаться.

Вследствие увеличения производства солода значительно возрастет потребность в пивоваренном ячмене, причем ожидается рост, как российского производства, так и импорта.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В настоящее время в пивоваренной отрасли наблюдается тенденция усиления позиций иностранных производителей. За последние 5 лет ряд крупных иностранных компаний (Baltic Beverages Holding (BBH), Sun Interbrew, South African Breweries (SAB) и Efes Beverages Group) купили или построили около 20 предприятий в различных регионах Российской Федерации. Лидером по объему рынка России среди них является Baltic Beverages Holding, производящий 35% российского пива. Ведущим предприятием Baltic Beverages Holding является "Балтика", BBH также контролирует ОАО "Ярпиво", ОАО "Пикра" (Красноярский край), ОАО "Золотой Урал".

Эксперты полагают, что к 2004 г. доля холдинга "BBH" в России превысит 40%. Причем компания "Балтика" (вместе с дочерними "Дон-Пиво" и "Тульское пиво") будет контролировать четверть рынка. Еще треть рынка займет "Sun-Interbrew", увеличив объем производства марки "Stella Artois" на Клинском пивокомбинате (сейчас доля рынка компании составляет 22%). Оставшиеся 30% распределят между собой "Очаково", "Эфес" и "Красный Восток".

**Ключевые игроки Пензенской области.** В настоящее время основными предприятиями пивной отрасли Пензенской области являются ООО "Пивоваренный завод "Самко" и ОАО "Визит", принадлежащие частным лицам. Эти предприятия выпускают около 15 сортов пива, ежегодно производя порядка 5 млн дал. пива и занимают около 60% рынка Пензенской области. Также на пивном рынке области работают ОАО "Горпищекомбинат Сердобский", ОАО "Пензпищепром", ЗАО "Старый пивовар", ЗАО "Сура".

В 2003 г. ЗАО "Московский пивобезалкогольный комбинат "Очаково" завершает в Пензенской области строительство завода по производству и разливу пива мощностью 10 млн дал. с последующим увеличением мощности до 20 млн дал. в год. Можно прогнозировать, что приход в Пензенскую область крупного российского игрока коренным образом изменит ситуацию на пивном рынке Пензенской области и соседних регионов.

### **Текущее состояние и макроэкономические тенденции развития отрасли в Российской Федерации**

В развитии агропромышленного комплекса в посткризисный период (с 1998 г.) выделяются следующие основные этапы, характерные для развития отраслей, ориентированных на потребительский рынок:

- первый этап (1998-2001 годы) - рост объемов производства и инвестиций в АПК;
- второй этап (с 2001 г.) - стабилизация производства, актуализация нерешенных проблем отрасли.

В ходе экономических реформ рыночно-ориентированная система организации финансирования инвестиций заменила планово-распределительную. Сокращение присутствия государства на рынке капитала сопровождалось свертыванием инвестиционной деятельности в АПК. Доля инвестиций в

основной капитал АПК в общем объеме инвестиций в экономику в 1997 году по сравнению с 1990 годом сократилась с 28 процентов до 8 процентов. После финансового кризиса 1998 года, когда создались более благоприятные условия для отраслей АПК, наметилась позитивная динамика производственной и инвестиционной активности: в 1999 году удельный вес инвестиций в АПК повысился до 9,8 процента (таблица 14), импортные продовольственные товары из-за резко возросших цен оказались неконкурентоспособными по сравнению с отечественными, что привело к значительному сокращению продовольственного импорта и позволило российским производителям поднять цены, увеличить производство и снизить размеры финансовых потерь от диспаритета цен.

В период 2001-2002 годов пищевая промышленность сохранила высокие объемы производства, но темпы роста выпуска в отрасли постепенно сокращались. В настоящее время перерабатывающая и пищевая промышленность растут более высокими темпами, чем сельскохозяйственное производство, что свидетельствует о продолжающейся ориентации на импортное сырье. К маю 2002 г. восстановился докризисный уровень продовольственного импорта.

**Таблица 14**

**Отраслевая структура инвестиций в основной капитал АПК за счет всех источников финансирования (в %, по кругу АПК)**

	1997	1998	1999	2000	2001
Инвестиции в основной капитал, всего	100	100	100	100	100
в том числе:					
Сельское хозяйство	33,1	37,6	30,1	40,7	39,2
Пищевая промышленность	41	50,7	59,9	52,7	45,9
из нее:					
Пищевкусовая	28,2	39,7	48,4	41,0	35,4
Мясо-молочная	8,5	9,0	7,7	8,2	7,7
Рыбная	4,3	2,0	3,8	3,7	1,7
Мукомольно-крупяная и комбикормовая	2,6	2,9	2,0	4,0	2,5

Благодаря высокой устойчивости и более быстрой окупаемости вложенных средств пищевая промышленность по сравнению с сельским хозяйством остается более привлекательной для инвестора. Тем не менее, в силу отсутствия крупных игроков на рынке, большого количества недооцененных активов и наличия потенциала для роста рынка, сельское хозяйство является отраслью привлекательной для инвестиций. Главным фактором, сдерживающим инвестиции в отрасль с точки зрения ряда руководителей холдинговых компаний-инвесторов в АПК является слаборазвитая инфраструктура дистрибуции и неэффективная логистика.

Развитие отраслей агропромышленного комплекса также ограничивается тяжелым финансовым положением предприятий сельского хозяйства и низким техническим и технологическим уровнем производства.

В сельском хозяйстве продолжается накопление долгов, увеличилась изношенность парка сельскохозяйственных машин. Возраст основной части машин и оборудования в пищевой промышленности в среднем составляет 11 лет.

**Таблица 15**

**Возраст основной части машин и оборудования в пищевой промышленности**

Распределение по периодам приобретения основной части машин и оборудования (в % от числа опрошенных)					
До 1970 г.	1970-1979	1980-1989	1990-1995	После 1995	Средний возраст основной части машин
5	9	23	15	47	11,0

Вследствие износа и морального старения техники в сельском хозяйстве выбытие основных фондов за 1997-2001 годы превышало их поступление. Коэффициент обновления основных фондов сельского хозяйства в 2001 г. составил 0,7% при норме (8-10%) против 0,46% в 1998 г., а коэффициент ликвидации - 1,9%, против 1,5% в 1998 г. Сложившаяся ситуация способствовала увеличению износа основных фондов отрасли. В 2001 г. степень износа основных фондов организаций сельского хозяйства составила 50,8% против 43,7% в 1997 г. Износ основных фондов в пищевой промышленности в 2001 г. составил 38,3% против 45,7% в 1997 г., однако коэффициент обновления превышает коэффициент их выбытия почти в 2 раза. Норма ввода новых производственных мощностей в период 2000-2002 гг. составила 4-9%. В результате в посткризисный период было обновлено не менее четверти производственных мощностей.

**Таблица 16**

**Степень износа основных фондов отраслей АПК, %**

	1997	1998	1999	2000	2001
Пищевая промышленность	45,7	46,9	43,9	39,8	38,3
Сельское хозяйство	43,7	46,9	48,8	50,4	50,8

Обеспеченность сельского хозяйства техникой по отношению к нормативной потребности составляет в настоящее время по тракторам 56%, комбайнам - 60%, потребность в новых машинах удовлетворяется лишь на 5-10%. 80% тракторов и 78% зерно-кормоуборочных машин работали с истекшими сроками эксплуатации(24).

Используя лизинг, предприятия пытаются преодолеть инвестиционный кризис и получить возможность, не вкладывая одновременно больших средств в приобретение сельскохозяйственной техники и дорогостоящего оборудования, обновить основные фонды. Однако сегодня лизинг в России занимает только около 8% общего объема инвестиций в АПК, в то время как, например, в США - 30%, в Чехии - 28%, в Англии - 11-20%, во Франции - 16-17%, в Германии - 15-16%.

Оживление инвестиционной деятельности - основное условие преодоления кризисных явлений в агропромышленном комплексе и дальнейшего развития. Агропромышленное производство в России отличается неустойчивостью, носит выраженный сезонный характер, существенно зависит от агроклиматических условий. Высокие риски ограничивают приток внутренних и внешних инвестиций. По этой причине около 80% всех инвестиций в основной капитал АПК составляют собственные средства предприятий и организаций агропромышленного комплекса. Вследствие ограниченности собственных ресурсов средства, направляемые на инвестиции, в абсолютном выражении невелики. Для активизации процессов технического перевооружения и модернизации технологий необходимо сосредоточить усилия на привлечении внешних инвестиционных ресурсов.

В агропромышленном комплексе в 2003 г. был заявлен ряд инвестиционных проектов.

**Таблица 17**

**Крупнейшие инвестиционные проекты в агропромышленном комплексе России, заявленные в 2002-2003 годах**

Инвестор	Проект	Регион	Продукт, производственная мощность	Объем инвестиций
<b>Пивоваренное производство</b>				
Carlsberg (Дания) 2003-2005	Строительство пивоваренного завода	Восточная Сибирь	-	\$150 млн
Русский солод (Россия) 2003-2006	Строительство солодовенного завода	Воронежская область, Орловская область	100 тыс. тонн. в год	\$100 млн
Балтика (Россия) 2003	Строительство пивоваренного завода	Самара	15 млн дал пива в год	\$55 млн
ПИТ (Россия) 2003-2005	Строительство пивоваренного завода	Московская область	40 млн декалитров в год	\$50 млн
Балтика (Россия) 2003	Строительство пивоваренного завода	Хабаровск	10 млн дал пива в год	\$50 млн
Очаково (Россия) 2003	Строительство пивоваренного завода	Тюмень	150 млн дал пива в год	\$40 млн
Балтика (Россия) 2003-2004	Строительство солодовенного завода	Тула	100 тыс.т. продукции в год.	\$32 млн
Groupe Soufflet (Франция) 2003-2004	Строительство солодовенного завода	Рязанская область	100 тыс. тонн солода в год	\$31 млн
Тинькофф (Россия) 2002-2003	Строительство пивоваренного завода	Ленинградская область	250000 гектолитров в год	\$20 млн
Cargill International SA (США)	Строительство солодовенного завода	Тульская область	-	\$20 млн
Soufflet (Франция) 2003-2004	Строительство солодовенных заво-	СПб, Белгородская область	-	-

	дов. Выращивание пивоваренного ячменя			
Detroit Brewing (Дания)	Строительство пивоваренных заводов	Выбор региона	-	-
<b>Молочная промышленность</b>				
"Планета" (Россия) 2004-2006	Молочное производство	Выбор региона	-	\$600 млн
"Вимм-Билль-Данн" (Россия) 2004	Строительство завода по производству молочной продукции и соков	Екатеринбург	200 т. в день	\$40 млн
Zentis (Германия) 2005-2006	Строительство завода по производству джемов	Московская область	35000 т продукции в год	\$20-25 млн
Onken (Германия) 2003	Строительство завода по производству йогуртов	Белгородская область	100 т молока в сутки	20 млн. евро
Lactalis (Франция) 2003-2004	Строительство сыроваренного завода (President.)	Московская область	6 тыс. тонн сыра в год	\$13 млн
Вимм-Билль-Данн (Россия) 2003	Строительство завода плавленых сыров	Краснодарский край	30 т. в сутки	5 млн (намерения до \$20 млн)
Cadbury Schweppes (Великобритания)	Производство маргарина	Выбор региона	-	-
<b>Производство и переработка мяса</b>				
Планета (Россия) 2004-2005	Производство и переработка мяса (свинина)	Нижегородская область	3,5 тыс. тонн ежемесячно	\$8-9 млн
ТД "Зеленый город" (Россия) 2003-2004	Производство мясных консервов (свинина, говядина, птица, деликатесы)	Московская область	4 млн банок консервов в месяц	\$3,5 млн
Конференция дат-	Выращивание	Новгород-	-	3 млн евро

ских промышленни- ков (Дания)	свиней	ская об- ласть, Краснодар- ский край		
"Ландтехник", "Фортшритт", "Пет- кус" (Германия)	Организация племенного животновод- ства	Ставро- польский и Краснодар- ский край, Ростовская область	-	-
АПК "Агрос" (Рос- сия)	Переработка мяса	Москва	-	-
Форум Агропромыш- ленников (Дания) 2003-2004	Выращивание свиней	Самарская, Псковская, Ленинград- ская об- ласти	-	-
Bovi-Denmark, Dansire, SEA (Да- ния)	Поставка племенных животных (КРС, свиньи)	Регионы России	-	-
Tyson Food (США) 2003-2004	Производство птицы	Ставро- польский край, Мос- ковская область	-	-
Doix (Франция)	Производство бройлеров	Регионы России	-	-
Секаб и Софракоп (Франция)	Переработка сельхозпро- дукции (ово- щи, свинина, индейка, яй- ца)	Ставро- польский край	-	-
Русагрокапитал (Россия)	Выращивание птицы	Регионы России (Самара)	-	-
Донской Табак (Россия)	Выращивание птицы	Ростовская область	-	\$25 млн
<b>Зерновой сектор</b>				
Юг Руси (Россия) 2003-2004	Производство хлеба	Ростовская область	-	\$4 млн
"Groupe Louis Dreyfus" (Франция)	Производство зерна	Волгоград- ская об- ласть	Емкость состав- ляет 100000 т.	\$1,3 млн
Всемирный банк	Развитие	Юг России	-	30 млн евро

2004-2005	рынка зерна и сельхозпродуктов	(Ростовская область)		
Каравай плюс (Россия)	Производство зерна	Ростовская область	-	\$80 млн
Русагрокапитал (Россия)	Производство зерна, муки, комбикормов	Самарская, Смоленская, Ростовская области, Краснодар, Ярославль, Новосибирск, Ставрополь, Воронеж.	-	10 млн евро
<b>Производство растительного масла</b>				
Cargill International SA (США)	Производство растительного масла	Воронежская область	-	\$100 млн
Русагро (Россия) 2003-2004	Производство растительного масла	Воронежская область	1 тыс. тонн семян в сутки	\$100 млн
Юг Руси (Россия) 2003-2004	Производство растительного масла	Выбор региона	-	\$24 млн
Русагрокапитал (Россия) 2004	Производство растительного масла	Ростовская область	80 тыс. тон. в год	-
Sucden (Франция) 2004	Производство растительного масла	Выбор региона	-	-
<b>Сахарная промышленность</b>				
Cargill (США) 2003-2004	Производство сахара	Краснодарский край Тульская область	-	\$200 млн
Каравай плюс (Россия)	Производство сахара	Ростовская область	-	\$80 млн
РЕТО-Агро (Россия) 2003-2004	Производство сахара	Башкирия	-	\$50 млн
Разгуляй-УкрРос (Россия) 2004-2005	Производство сахара	Центральная Россия и Юг России	-	\$1 млн
Sucden (Франция)	Производство	Регионы	-	-

	сахара	России		
<b>Производство кофе</b>				
Nestle (Швейцария) 2004-2006	Производство кофе	Краснодарский край	-	\$120 млн
Kaffa Industries (Россия) 2004	Производство растворимого кофе	Московская область	5 тыс. тонн растворимого кофе в год	\$50 млн
ТД "Гранд" и "Tata Coffee" (Индия) 2003-2004	Производство агломерированного кофе	Московская область	-	\$20 млн
Русский продукт (Россия) 2003	Производство агломерированного кофе	Калужская область	5,5 тыс. тонн кофе в год	\$15 млн
Unilever (Великобритания)	Производство чая	СПб	-	\$12 млн
<b>Консервирование овощей. Производство соков и бутылированной воды</b>				
Нидан фудс (Россия) 2003-2004	Производство соков	Московская область	1 млн литров соков в день	\$60 млн
Bonduell (Франция) 2003	Производство консервированных овощей	Краснодарский край	60 тыс тонн в год	40 млн евро
Вимм-Билль-Данн Продукты 2003	Производство бутылированной воды	Новгородская область	360 тыс. литров в сутки	\$7 млн
Pernod-Ricard (Франция)	Производство безалкогольных напитков	Регионы России	-	-
Nestle Waters (Швейцария)	Производство бутылированной воды	Московская область	-	-
<b>Производство пищевых добавок и кормов</b>				
Соевый союз России 2003-2010	Производство пищевых и кормовых белков	Краснодарский край, Черноеземье, Амурская область, Ставропольский край и Приморский край	-	12,7 млрд рублей.
Mars 2003	Производство сухих кормов для домашних	Новосибирская область	25 тыс. т сухого корма в год	\$20 млн

	животных				
Louis Dreyfus (Франция) 2003-2004	Производство зерна и корма для скота	Воронежская область	-	-	
<b>Кондитерское производство</b>					
Группа "Гута" (Россия) 2004-2005	Концентрация кондитерской отрасли	Регионы Российской Федерации	-	-	
Шокотек (Германия)	Организация производства карамели	Ярославская область	-	5 млн евро	
Leaf OY (Финляндия)	Производство леденцов Mynthon	СПб	-	-	

Расчеты показывают, что общая потребность в привлеченных ресурсах в пищевой отрасли в период с 2002-2004 годов составит USD 3,5 млрд., в период 2005-2007 годов она увеличится до USD 5,9 млрд. (25). В сельском хозяйстве потребности в инвестициях носят более масштабный характер в силу большей технологической и технической отсталости отрасли.

**Таблица 18**

**Собственные ресурсы и потребность в привлеченных ресурсах в пищевой промышленности, в USD млрд (за период)**

	2002-2004 гг.	2005-2007 гг.
Собственные средства	5,8	7,4
Привлеченные средства	3,5	5,9

Анализ текущего состояния отрасли позволяет выделить следующие основные тенденции, характеризующие ее развитие:

- Формирование вертикально и горизонтально интегрированных компаний.
- Усиливающаяся конкуренция с зарубежными производителями.
- Высокая зависимость от импортного сырья.
- Приобретение и строительство крупными мировыми компаниями производств в России.
- Развитие национальных торговых марок.
- Расширение ассортимента предлагаемой продукции.

Основным препятствием текущего развития отрасли является слаборазвитая инфраструктура дистрибуции и неэффективная логистика.

**6.3. Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность**

**Динамика производства в Пензенской области**

В последние годы в Пензенской области происходит постоянный рост деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности. Динамика производства лесной отрасли меняет свои тенденции. Если в течение трех лет с 1999 г. по 2001 г. наблюдалось увеличение объемов, то в 2002 г. производство продукции сохранилось на уровне 2001 года (100,1%).

**Производство основных видов продукции лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности Пензенской области**

	1992	1999	2000	2001	2002	2002 в % к 2001
Пиломатериалы, тыс. м3	304,9	147,2	172,4	181,1	165,2	91,2
Фанера клееная, тыс. м3	20,9	19,9	33,5	40,6	43,7	107,6
Бумага, т	39645	16258	18515	20333	24150	118,8

### Лесная промышленность

**Основные особенности рынка.** Общая площадь лесного фонда Пензенской области составляет 856 тыс. га, уровень лесистости 21,4%, общий запас древесины - 118 млн м3, доля вырубок от общей площади лесов - 1,45%. Площадь, покрытая лесом, распределена неравномерно. В самых лесных районах (Кузнецкий, Никольский, Городищенский, Сосновоборский) лесопокрытые площади составляют 42-49%, примерно 33% лесной площади занято широколиственными, 40% - мелколиственными и 27% сосновыми лесами.

Первичной заготовкой леса в Пензенской области занимаются преимущественно небольшие леспромхозы и лесозаготовительные участки. Более половины лесхозов убыточны. Для типичного лесхоза характерны недостаток денежных средств, морально устаревшее оборудование и низкий уровень менеджмента предприятий.

Инфраструктура лесозаготовительной деятельности Пензенской области находится на низком уровне. Лесхозы Пензенской области финансируются в среднем на 10-15 процентов от их потребности и сочетают в себе функции лесозаготовителя и контролера за заготовками. Используемая в Пензенской области система лесопромышленного управления не отвечает современным стандартам.

**Основные тенденции развития рынка.** В последнее время лесная промышленность пользуется повышенным интересом инвесторов. Большая часть новых проектов связана со строительством лесопильных заводов (Stora Enso). Меры Правительства Российской Федерации по экономическому ограничению экспорта кругляка и увеличению производства продукции более высоких переделов по-прежнему остаются неэффективны - наметилась тенденция вместо кругляка экспортировать дешевый распил(26).

В перспективе ожидается увеличение западных инвестиций в лесной комплекс Российской Федерации: в Европе запасов хвойной древесины хватит только для поддержания имеющихся перерабатывающих мощностей. Для дальнейшего развития и завоевания рынка России и Азии западным инвесторам потребуется инвестировать в российский лесной комплекс, обладающий большими запасами хвойных лесов.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Предприятия, входящие в группы Ilim Pulp Enterprise, Stora Enso, "Титан", Kronospan Holdings Limited (Австрия), Запкареллес (Республика Карелия) и другие.

**Ключевые игроки Пензенской области.** ОАО "Кузнецкий леспромхоз", ОАО "Лунинский леспромхоз", Ахунский лесхоз и т.д.

### Целлюлозно-бумажная промышленность

**Основные особенности рынка.** Целлюлозно-бумажная промышленность (далее - ЦБП) является наиболее стратегически и социально значимой отраслью лесопромышленного комплекса России. В последние годы в ЦБП интенсивно осуществляется процесс структурных преобразований, направленный на создание вертикально-интегрированных компаний с широкой диверсификацией производства от лесозаготовок до глубокой механической и химической переработки древесины. Кроме

того, интенсивно развивается производство упаковочной и тарной продукции из картона и гофрокартона, санитарно-гигиенических изделий и др. Важным фактором увеличения конкурентоспособности продукции ЦБП является стабильно растущий спрос внутреннего и мирового рынка на продукцию отрасли, что связано с множественностью сфер ее применения и ограниченностью стран, имеющих собственные сырьевые ресурсы и технические возможности для создания высокотехнологичных производств. Потребности в высококачественных бумаге и картоне, а также изделиях из них, в России не удовлетворены и, если отечественные производители не займут эту рыночную нишу, то доля импорта будет увеличиваться. Сегодня расчетная годовая потребность России в массовых печатных изданиях удовлетворяется не более чем на 20-25%, в тетрадях на 55%, в обоях - на 35%, в санитарно-гигиенических изделиях - на 15%.

С учетом неудовлетворенной потребности и вытеснения с российского рынка импортных изделий из бумаги и картона следует ожидать значительный рост внутреннего спроса на целлюлозно-бумажную продукцию уже к 2004 г., причем, спрос увеличится, по прогнозным оценкам, на 23%. К 2010 г. спрос российского рынка на товарную целлюлозу возрастет на 43%, бумагу и картон - на 65%.

Однако отечественная ЦБП не выпускает многие освоенные за рубежом высокоэффективные виды продукции. В России многие виды офисной бумаги не производятся. Не выпускается также высококачественная бумага для художественной печати, узок ассортимент бумаги для упаковки пищевых продуктов и т.д. Достаточно большой перечень целлюлозно-бумажной продукции российского производства значительно уступает зарубежным аналогам. Сюда, в первую очередь, относятся: бумага для офисной и копировально-множительной техники; бумага мелованная; бумага типографская и книжно-журнальная для офсетной печати; картон для плоских слоев гофрированного картона с белым покровным слоем.

Экспорт ЦПБ из-за ее низкого качества ограничен по ассортименту. Очень незначителен экспорт печатных видов бумаги, спрос на которые устойчиво повышается, практически не экспортируются технические виды бумаги и картона.

**Основные тенденции развития.** Развитие отрасли является одним из самых динамичных в России. Несмотря на отмечающийся рост, уровень потребления бумаги в России составляет 8 кг/чел. в год, что в 20 раз ниже европейского стандарта. Этот показатель говорит о существовании отложенного спроса на продукцию ЦБП. Прогнозируется, что в ближайшее время произойдет значительное увеличение спроса на продукцию отрасли.

В целлюлозно-бумажной промышленности наметился процесс активной модернизации действующих мощностей и увеличение выпуска бумаги для офисной и копировально-множительной техники, мелованной, типографской и книжно-журнальной для офсетной печати, картона, гофрированного картона с белым покровным слоем.

Ведущие компании отрасли ключевыми элементами своих бизнес-стратегий считают формирование экологической политики и ее реализацию.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Предприятия, входящие в группы Ilim Pulp Enterprise, "Neusiedler Сыктывкар", "Титан" и др.

Наряду с вышеперечисленными группами в России успешно функционируют крупные лесопромышленные предприятия, контролируемые собственным менеджментом. Такими предприятиями являются: "Кондопога", "Соликамскбумпром", "Цепрусс", Калининградский, Соломбальский и Сегежский целлюлозно-бумажные комбинаты.

**Ключевые игроки Пензенской области.** ОАО "Маяк" - одно из ведущих предприятий ЦБП России. Является перспективной базой для развития смежных отраслей технологической цепочки.

## **Деревообрабатывающая промышленность**

**Основные особенности рынка.** Развитие отрасли связано с наличием качественного отечественного сырья. Большинство предприятий в Пензенской области используют для переработки местное сырье. Развитие отрасли в Пензенской области ограничивают проблемы с доставкой готовой продукции потребителям (не хватает железнодорожных контейнеров, время доставки заказа превышает нормативное).

Отрасль характеризуется высокой рентабельностью (20-30%).

**Основные тенденции развития рынка.** С 1998 г. рынок находится в стадии быстрого роста - спрос превышает предложение и растет с каждым годом.

Сектор мебельного производства демонстрирует устойчивые тенденции роста. В связи с этим экономически привлекательным является строительство заводов по выпуску древесных плит. Наибольшим потенциалом обладает выпуск древесноволокнистых плит средней плотности - MDF (Medium Density Fiberboard), которые используются в производстве мебели, напольных и стеновых

покрытий. MDF активно вытесняет из мебельного производства традиционные ДВП и ДСП: современные фасады мебели делаются из MDF. При этом 85% MDF экспортируется из Германии, Швейцарии и Австрии. Со стабилизацией курса рубля завозить плиты или ламинированный паркет стало не выгодно из-за расходов на таможенную пошлину и транспорт (38% в стоимости плиты MDF - расходы на таможенные пошлины).

В ближайшей перспективе потребности российского рынка оцениваются в среднем в 500 тыс. кубометров MDF, российские же предприятия производят примерно 90 тыс.

Среди перспективных направлений лесопромышленного комплекса (далее - ЛПК) в связи с конъюнктурой рынка находятся также производство упаковки, санитарно-гигиенических изделий, комплектующих для мебели.

Создание работоспособной системы по ипотечному кредитованию, а также реализация федеральной целевой программы "Социальное развитие села до 2010 г." существенно оживит рынок малоэтажного деревянного домостроения, производство отделочных материалов из дерева.

Мировой рынок и рынок России характеризуется увеличением потребления фанеры. Такое положение на рынке складывается под влиянием деловой активности в потребляющих отраслях экономики: в сфере ремонта и модернизации жилья, в промышленном и гражданском строительстве, производстве мебели, тараупаковочном производстве и машиностроении.

Высокая инвестиционная привлекательность данных секторов обуславливает перспективы появления на рынке новых игроков, прежде всего иностранных компаний, развивающих собственное производство в России. Причем иностранные компании в настоящий момент несмотря на большие затраты предпочитают строить бизнес на green field. В прошедший же период международные гиганты входили на российский рынок преимущественно (27) за счет приобретения ведущих предприятий российского лесопромышленного комплекса (Сыктывкарский ЛПК, "Чудово RWS", Онежский ЛДК, "Плитспичпром").

Среди лидеров отрасли активизации процесса слияний и поглощений не прогнозируется, тем не менее, данные процессы возможны среди небольших производителей в рамках одного региона. Успех компании в отрасли будет зависеть от уровня применяемых технологий и скорости модернизации производства. Положительно оцениваются возможности объединения производителей с поставщиками и покупка компаний дистрибьюторов и розничных сетей. Характерной тенденцией и тех и других является интеграция с предприятиями первичной заготовки, которая позволяет резко повысить эффективность производства.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** Предприятия, входящие в группу Ilim Pulp Enterprise, Объединенную плитную группу, группу компаний "Свежа", "Игирму-Тайрику", Пермский фанерный комбинат, "Кроностар" и т.д. - пиломатериалы, фанера.

"Волховец" (г. Великий Новгород), "Оптим" (г. Калининград), "Престиж" (г. Санкт-Петербург), "Краснодеревщик" (г. Челябинск), "Дера" (г. Пенза) - производство отделочных материалов из дерева.

"ИКЕА-групп", МК "Шатура", "Сходня-мебель", "Электрогорск-мебель", - производство мебели.

**Ключевые игроки Пензенской области.** Характерной тенденцией производителей отрасли является интеграция с предприятиями первичной заготовки.

Деревообрабатывающую промышленность области представляют как старейшие в России предприятия (ОАО "Спичечная фабрика "Победа", ОАО "Фанерный завод "Власть труда"), так и молодые динамичные производства ("ЗАО "Фотон", ЗАО "Дера", ООО "Промсервис").

Мебельное производство сосредоточено на ЗАО "Дубровчанка", Кузнецкмебель, ООО "Пензенском мебельном комбинате", ООО "Клавир Фабрик Хофманн", ООО "Дружба", ООО "Первомайское".

Определенные перспективы имеет восстановление производства на Чаадаевском ДОКе, Евлашевском ДОКе.

### **Текущее состояние и макроэкономические тенденции развития отрасли в Российской Федерации**

В развитии рынка лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности в посткризисный период (с 1998 г.) выделяется два основных этапа:

- первый этап (1998-2000 годы) - оживление производства;

- второй этап (с 2001 г.) - исчерпание потенциала незадействованных производственных мощностей.

Первый этап развития рынка лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности прошел под знаком оживления производства. К 2000 г. отечественные производители в ЛПК смогли резко - на 232% по сравнению с 1998 г. нарастить выпуск продукции. Наиболее заметный

рост произошел в производстве древесностружечных и древесноволокнистых плит, клееной фанеры, целлюлозы, бумаги и картона.

Рост производства сопровождался повышением его эффективности. Выпуск на одного занятого в физическом выражении в 2000 г. увеличился по сравнению с 1998 г. не менее чем в 3 раза.

Рост эффективности производства сказался на финансовых результатах отрасли - лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность перестала быть убыточной, в 1998 г. рентабельность составила 5,0%, в 1999 г. - 23,5%.

С 2001 г. начался второй этап развития рынка лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности, который можно охарактеризовать как исчерпание потенциала незадействованных производственных мощностей.

Уровень загрузки производственных мощностей в 2001 г. вырос по сравнению с 1998 г. в 1,5-2 раза и составил по выпуску:

- пиломатериалов - 40%;
- клееной фанеры - 80%;
- плит древесностружечных - 63%;
- бумаги - 81%;
- картона - 67%.

Однако необходимо иметь в виду, что заметная часть ныне простаивающих производственных мощностей (до 30 процентов) при увеличении выпуска не может быть задействована. С учетом этого резервы мощностей в отрасли уже практически отсутствуют. Особенно остра ситуация в лесозаготовительной и целлюлозно-бумажной промышленности.

Как свидетельствуют результаты конъюнктурного исследования инвестиционной активности промышленных предприятий(28) средний возраст основной части машин в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности составляет 10,2 лет (в среднем по промышленности 20,1 год). Высока доля новых основных фондов на предприятиях экспортоориентированной лесной отрасли. Однако в целом основные фонды в ряде секторов отрасли характеризуются высокой степенью износа. В целлюлозно-бумажной промышленности более 50% основного технологического оборудования требует модернизации, 45% - полной замены. Фактические сроки эксплуатации основного технологического оборудования в лесозаготовительной отрасли превышают нормативные в среднем на 80%. Удельный вес продукции, получаемой с применением прогрессивных технологических процессов, составляет менее трети, а по многим видам - менее 10%.

**Таблица 20**

**Возраст основной части машин и оборудования в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности**

Распределение по периодам приобретения основной части машин и оборудования (в % от числа опрошенных)					
До 1970 г.	1970-1979	1980-1989	1990-1995	После 1995	Средний возраст основной части машин
5	7	20	19	46	10,2

Задача обновления производственного аппарата может быть решена только за счет инвестиционной активности предприятий и более активного привлечения внешних по отношению к предприятию источников финансирования.

Инвестиции в лесную, деревообрабатывающую и целлюлозно-бумажную промышленность за период с 1990 по 2002 год снизились в 5 раз из-за ухудшения финансово-экономического состояния предприятий, недостатка собственных средств на проведение реконструкции и технического перевооружения действующих производств. Объемы инвестирования за последние 6 лет показывают значительный рост вложений в 1999-2000 годах, а затем их снижение. В 2002 году инвестиции составили 18,2 млрд. рублей, или 92 процента от уровня 2001 года. Позитивным моментом здесь стал рост доли привлеченных инвестиций с 14 до 39 процентов в 2002 году, которые достигли 7,1 млрд. рублей. Причем внутри отраслей наблюдается явная диспропорция в росте привлеченных инвестиций. Самое капиталоемкое производство - ЦБП - в 2002 году получило в 3,5 раза меньше инвестиционных ресурсов,

чем деревообрабатывающая промышленность.

Прямые иностранные инвестиции в лесопромышленный комплекс России за последние 4 года составили USD 400 млн. Как показал опыт, наиболее охотно иностранный инвестор вкладывает средства в предприятия с иностранным капиталом. На первом этапе иностранные компании инвестируют средства в сравнительно небольшие проекты - до USD 30 млн.

Примером являются:

- "Чудово RWS" (Новгородская обл.) - лучшее предприятие в отрасли по производству фанеры, в т.ч. ламинированной, тонкого лущеного шпона;
- "Кроно стар" (Костромская обл.) - завод по производству современных древесных плит (ДСП, МДФ, OSB) более 1 млн куб. м в год;
- ОАО "Светогорск" и ОАО "Нойзидлер Сыктывкар", выпускающие высококачественные офисные виды бумаги.

В последнее время интерес к отрасли возрос также со стороны интегрированных бизнес-групп (Северсталь, Базовый элемент и пр.). Параллельно в отрасли резко активизировался процесс перераспределения собственности: например, до недавнего времени в секторе ЦБП присутствовали 3 крупнейших игрока с вертикальными цепочками переработки - "Базовый элемент", группа "Титан" и лидер "Илим Палп энтерпрайз". В результате переделов, происходивших внутри отрасли, и, в частности, корпоративного противостояния "Илим Палп" и "Базового элемента" последний начал сдавать позиции, продав "Илим Палп" Усть-Илимский ЛПК. В то же время "Илим Палп" ведет переговоры об объединении с "Титаном". Таким образом, есть вероятность монополизации рынка, хотя вариантов дальнейших переделов исключать не стоит.

В большинстве лесоизбыточных регионов (республиках Коми, Башкортостан, Бурятия, Костромской, Вологодской, Кировской, Тверской, Пермской областях, Хабаровском и Красноярском краях, Ханты-Мансийском АО и др.) разработаны и реализуются программы развития ЛПК на период до 2010-2015 годов, в которых предусмотрено создание мощностей по глубокой переработке древесины.

В других регионах также разрабатываются аналогичные программы.

Приход большого капитала позволяет надеяться на улучшение ситуации в отрасли в среднесрочной перспективе. О новом строительстве объявили многие известные российские компании.

**Таблица 21**

**Крупнейшие инвестиционные проекты в лесной промышленности России, заявленные в 2002-2003 гг.**

Инвестор	Проект	Регион	Продукт, годовая мощность производства	Объем инвестиций
Kronospan Holdings Limited (Австрия)	Деревообработка	Московская область	плиты MDF (200 тыс. кубометров), ДСП, OSB-плиты	500 млн евро
Kronoholding (Швеция)	Создание производства по деревообработке	Костромская область	-	350 млн евро
Pfleiderer (Германия)	Деревообработка	Новгородская область	-	\$ 200 млн
Илим Палп Энтерпрайз (Россия)	Деревоперерабатывающий завод, модернизация ЦБК	Архангельская область, Иркутская область	пиломатериалы (500-700 тыс. кубометров)	\$ 100 млн
Лесопромышленная компания "Континент"	Строительство лесопереработки	Красноярский край	пиломатериалы	50 млн евро

менталь-менеджмент" (Россия) (2005)	рабатывающего завода			
Metsaliitto (Финляндия)	Лесопильный завод	Вологодская область	пиломатериалы (300 тыс. кубометров)	60 млн евро
Новгородлеспром UPM Kymmene (Финляндия)	Деревообрабатывающий завод	Новгородская область	пиломатериалы (200 тыс. кубометров)	42 млн евро
Stora Enso (Швеция, Финляндия)	Два лесопильных завода	Карелия, Новгородская область	пиломатериалы (200 тыс. кубометров)	17 млн евро
Волосовский ЛПК (Россия)	Лесопильно-деревообрабатывающее производство	Ленинградская область	пиломатериалы (130 тыс. кубометров)	\$ 7,5-8 млн
"Gelzen HolzHandel" (Германия)	Деревообрабатывающий завод	Ленинградская область	60 тыс. кубометров древесины в год	\$ 5 млн
ООО "Син Юань" (Китай) (2003-2004)	Завод по переработке древесины	Иркутская область	-	\$ 5-6 млн
EURO Hamrak (Финляндия)	Лесопильный завод	Карелия	-	2 млн евро
Феррошталь (Германия)	Целлюлозно-бумажный комбинат	Вологодская область	-	\$ 530 млн
Правительство Республики Башкирия, "Management und Beratungs" (Австрия)	Целлюлозно-бумажный комбинат	Башкирия	целлюлоза, бумага	\$ 63,5 млн
Stora Enso Oyj (Финляндия)	Целлюлозно-бумажный комбинат		гофрокартон	40 млн евро
Kronospan AG (Австрия) (до 2010)	Деревообрабатывающий комплекс	Московская область	МДФ	400-450 млн евро
Группа компаний "Свеза"	Деревообработка	Костромская область	большеформатная фанера	\$ 38 млн
Incar (Финляндия)	Мебельная фабрика	Карелия	н. д.	30 млн евро
Kronoholding	Деревообрабатывающий комплекс	Костромская область	ламинированная ДСП	\$ 34,5 млн

Объединенная плитная группа	Производство плит на Жешартском фанерном комбинате	Коми	плиты MDF (130 тыс. кубометров)	\$ 18 млн
UPM Kymmene (Финляндия)	Завод по производству тонкого шпона	Новгородская область	-	16 млн евро
Shauman Wood Oy (Финляндия)	Завод по производству шпона	Новгородская область	шпон	\$ 16,5 млн
ИКЕА (Швеция)	Лесопильный завод, фабрика по производству мебельных щитов	Карелия	пиломатериалы (100 тыс. кубометров), клееные щиты (30 тыс. кубометров)	\$ 16 млн
Сведвуд Тихвин (ИКЕА, Швеция)	Мебельная фабрика	Ленинградская область	-	10 млн евро
Xinjiang Hualing Industry & Trade Group (Китай)	Мебельная фабрика, деревообрабатывающий завод	Алтайский край	-	\$ 10 млн
Титан (Россия)	Модернизация леспромхозов Архангельского ЦБК	Архангельская область	-	\$ 47,4 млн
Нойзидлер Сыктывкар (Россия)	Модернизация ЦБК	Коми	-	\$ 41,1 млн
International Paper (Россия)	Модернизация ЦБК "Светогорск"	Ленинградская область	-	\$ 28 млн
Jesco Star Group (Канада)	Реконструкция Медвежьегогорского леспромхоза	Карелия	пиломатериалы (150 тыс. кубометров)	\$ 17 млн
Волга (Россия)	Реконструкция производства	Нижегородская область	модернизация бумагоделательной машины	\$ 15 млн
Сегежский ЦБК (Россия)	Реконструкция производства	Карелия	линия по изготовлению многослойных бумажных мешков	\$ 8,2 млн
Международный Московский банк (Рос-	Модернизация фабрики	Адыгея	-	\$ 4,5 млн

сия)	"Картонтара"			
Северо-Западная лесная компания (Россия)	Реконструкция Каменногорской бумажной фабрики	Ленинградская область	-	\$ 3 млн

Расчеты показывают, что для эффективного функционирования и использования потенциала лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности общая потребность в привлеченных финансовых ресурсах в период с 2002 по 2004 год составит USD 1,5 млрд., в период с 2005 по 2007 год она резко увеличится до USD 2,3 млрд. [\(29\)](#)

**Таблица 22**

**Собственные ресурсы и потребность в привлеченных ресурсах в ЛПК промышленности, в USD млрд (за период)**

	2002-2004 гг.	2005-2007 гг.
Собственные средства	1,7	2,5
Привлеченные средства	1,5	2,3

Текущая ситуация (2002-2003 гг.) в лесной, деревообрабатывающей и целлюлозно-бумажной промышленности характеризуется доминированием тенденции слабого расширения выпуска. По итогам 2002 г. объем выпуска в целом по отрасли увеличился на 2,4% преимущественно за счет роста в целлюлозно-бумажной промышленности (в 2002 г. по сравнению с 2001 г. - 104,6%). В лесной и деревообрабатывающей промышленности по итогам 2002 г. зафиксировано снижение 94,1% и 97,9% соответственно.

В период 2002-2003 годов в отрасли наблюдается снижение нормы прибыли, связанное с ростом материальных затрат. Стимулируя спрос, предприятия отрасли поддерживали низкую динамику цен на продукцию. В то же время материальные затраты у предприятий данной отрасли быстро росли. Рост цен в 2002 г. составил 108,2%, затрат 111-113% (оценка).

Рентабельность отрасли в значительной степени обусловлена стоимостью сырья и материалов [\(Таблица 23\)](#). Предприятия, входящие в интегрированные технологические цепочки, будут иметь преимущество в стоимости и качестве исходного сырья и материалов.

**Таблица 23**

**Возможности роста уровня рентабельности от экономии на отдельных компонентах затрат (по данным 2000 г.)**

	Увеличение нормы прибыли <a href="#">(30)</a> (процентных пунктов) при уменьшении соответствующей компоненты затрат на 1%		
	на сырье и материалы	на топливо и энергию	на оплату труда и социальное страхование
Промышленность в целом	0,33	0,12	0,15

Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная промышленность	0,39	0,10	0,18
---	------	------	------

В 2002 г. резко возрос интерес к отрасли со стороны органов государственного управления (МЭРТ Российской Федерации и Минпромнауки). В 2002 г. многократно возросло количество публикаций в прессе, лейтмотивом которых являлась мысль о серьезном недоиспользовании потенциала отрасли и необходимости действий государства и капитала в данном направлении. В этом же ключе высказывались чиновники различных министерств и ведомств. Были разработаны и приняты Правительством "Основные направления развития лесной промышленности до 2015 года", а так же проект Национальной лесной политики Российской Федерации.

Согласно концепции развития лесной отрасли планируется увеличить срок аренды лесов с 5 до 49 лет. Существующие ранее ограничения срока аренды до 5 лет ставили арендаторов и собственников в невыгодные условия, что препятствовало привлечению в отрасль долгосрочных инвесторов. В целях повышения эффективности управления лесной сферой все полномочия по управлению лесным фондом планируется делегировать региональным властям. При этом леса по-прежнему останутся в федеральной собственности, а регионы лишь возьмут ее в управление и будут финансировать лесовосстановительные работы. Предполагается, что вышеперечисленные меры позволят в 2-3 раза увеличить производство и доходы от продажи лесной продукции.

Стимулированию разработки и внедрению в лесной промышленности инвестиционных проектов будет способствовать и осуществление концессии участков лесного фонда в соответствии с новым Лесным кодексом Российской Федерации. Это относится к условиям и порядку осуществления концессии на участки лесного фонда без разработки специальных нормативных актов.

Для ускорения обновления оборудования ставится задача снижения ввозных таможенных пошлин на импортное технологическое оборудование, запасные части, узлы и механизмы для лесопромышленного комплекса, аналоги которых не выпускаются в России. Данная мера позволит ускорить импортозамещение ввозимой лесобумажной продукции.

Анализ ситуации в отрасли свидетельствует о ее крайней неэффективности. Как известно, на Россию приходится четвертая часть мировых запасов леса. При этом, на долю лесопромышленного комплекса приходится 4-5 процентов общего выпуска промышленной продукции и валютной выручки, доля отрасли в ВВП - около 3 процентов. На мировом рынке доля России составляет по разным продуктам от 1 до 4 процентов. Согласно разработанному Проекту Национальной лесной политики Российской Федерации экономический потенциал лесного сектора России оценивается в USD 100 млрд., но используется сегодня лишь на 7-10 процентов. Благодаря потенциалу отрасли ей отведена роль одного из "моторов" промышленного роста в среднесрочной перспективе. Согласно принятому Правительством Российской Федерации распоряжению от 1 ноября 2002 года N 1540-р "Основные направления развития лесной промышленности" объем производства к 2015 году должен возрасти в 3-4 раза, что соответствует среднегодовому темпу роста в 8-11 процентов.

Анализ текущего состояния отрасли позволяет выделить следующие основные тенденции, характеризующие ее развитие:

- Увеличение потока инвестиционных средств, направляемых на организацию производств по глубокой переработке древесины.
- Усиливающаяся тенденция экспорта продукции.
- Образование вертикально-интегрированных холдингов с широкой диверсификацией производства.
- Рост внутреннего спроса на целлюлозно-бумажную продукцию.

Динамичному развитию отрасли препятствует ряд проблем: прежде всего, это низкий технический уровень производства, нерациональное использование древесного сырья и материалов.

#### 6.4. Легкая промышленность

##### Динамика производства в легкой промышленности Пензенской области

Легкая промышленность, объединяющая текстильную, швейную, кожевенно-обувную и меховую отрасли, за последнее десятилетие претерпела самые серьезные изменения. Доля предприятий отрасли в общем объеме производства области сократилась почти в четыре раза, а по отдельным видам продукции производство сократилось почти в 20 раз.

**Производство основных видов продукции  
легкой промышленности Пензенской области**

	1992	1999	2000	2001	2002	2002 в % к 2001
Хлопчатобумажные ткани готовые, тыс. м <sup>2</sup>	159	29	30	30	27	90
Верхний трикотаж, тыс. шт.	1279	17,5	39,6	64,1	99,4	155,1
Хромовые кожтовары, тыс. дм <sup>2</sup>	100005	2303	9780	7782	2850	36,6
Обувь, тыс. пар	6081	2396,5	1824,4	1427,1	1047,2	73,4

Производство хлопчатобумажных тканей снизилось в 6 раз по сравнению с 1992 г. Верхнего трикотажа выпускается в 13 раз меньше, хромовых кожтоваров - в 35 раз, обуви - в 5,8 раза.

**Основные особенности рынка.** Развитие предприятий отрасли характеризуется отсутствием планов долгосрочного развития. Большое число предприятий в отрасли работает на давальческом сырье. Зачастую зарубежные компании импортируют в Россию сырье и поставляют его на российские предприятия, а произведенную готовую продукцию экспортируют.

Текущее состояние отрасли характеризуется усилением конкуренции. Отечественные производители испытывают одинаково сильное конкурентное давление как со стороны импортных производителей (Белоруссия, Китай, Турция), так и со стороны мелких отечественных кооперативов. Так как "барьер" на вход в отрасль невысокий, то на рынке будут продолжать появляться новые мелкие и средние игроки. Малый и средний бизнес создает все больше компактных современных производств, доля которых в объеме производства увеличивается. Появление за последнее время большого числа мелких кооперативов игроки отрасли объясняют тем фактором, что у кооперативов появилась возможность закупки бывшего в употреблении оборудования крупных отечественных и зарубежных производителей.

Основная причина стагнации заключается в том, что внутренний российский рынок, а дальневосточный особенно, заполнен швейными изделиями, прежде всего из Китая и государств Юго-Восточной Азии.

**Основные тенденции развития.** Некоторые предприятия постепенно начинают самостоятельно реализовывать свою продукцию.

Ожидается, что продолжающийся в среднесрочной перспективе рост реальных доходов населения будет стимулировать рост розничного товарооборота, одновременно расширяя и качественно изменяя потребительский спрос. Рост розничного товарооборота при данном уровне конкурентоспособности изделий легкой промышленности отечественного производства все более будет обеспечиваться ресурсами импорта.

Растет и нелегальное производство дешевой одежды и обуви внутри страны. Значительная часть легального бизнеса стала нелегальной и процесс этот продолжается. Конкурентоспособность российских легальных участников рынка падает из месяца в месяц. В конце 2002 г. и в I квартале 2003 г. даже крупные компании были вынуждены снизить объемы производства по причине затоваривания.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В России существует значительное число предприятий легкой промышленности, большая часть которых сосредоточена в Европейской части страны. Среди предприятий отрасли существенную долю составляют малые и средние компании. Наиболее крупными предприятиями легкой промышленности являются: Вязниковский льнокомбинат, Владимирская область (брезентовые ткани); "Аэлита", Тверская область (швейные изделия); "Нордблум", Санкт-Петербург (швейные изделия); "Сибирский текстиль", Республика Хакасия

(шерстяные ткани, пряжа); "Чебоксарский трикотаж" (Республика Чувашия); "Комсомолка", Комсомольск-на-Амуре (швейные изделия); Улан-Удэнская тонкосуконная мануфактура; Новосибирский хлопчатобумажный комбинат (пряжа, ткани); "Белка", Кировская область (меховые изделия); "Большевичка", Москва (швейные изделия).

**Ключевые игроки Пензенской области.** Основные предприятия области ОАО "Сурская мануфактура" и ЗАО "Пензенская трикотажная фабрика" (текстильная промышленность), ОАО "Кузнецкая одежда" и ОАО "Пензенская швейная фабрика им. К. Цеткин" (швейная промышленность), ОАО "Кузнецкобувь" (обувная промышленность) находятся в тяжелом финансовом состоянии. Ситуация на ОАО "Сурская мануфактура" и ОАО "Кузнецкобувь" во многом зависит от объема заказов Министерства обороны Российской Федерации, МВД, других силовых ведомств.

### **Текущее состояние и макроэкономические тенденции развития отрасли Российской Федерации**

В развитии рынка легкой промышленности в посткризисный период (с 1998 г.) выделяется два основных этапа:

- первый этап (1998-1999 годы) - высвобождение рынка от импорта и оживление производства;
- второй этап (с 2000 г.) - стагнация отечественного производства, возврат конкурирующего импорта и актуализация нерешенных проблем отрасли.

Первый этап развития рынка легкой промышленности прошел под знаком высвобождения рынка от импорта и оживления производства. Девальвация рубля в августе 1998 г. привела к обвалному сокращению импорта. Уже по результатам 1998 г. его объем сократился примерно на 25%, а в 1999 г. он составил лишь четверть от уровня предшествующего года. В этих условиях, даже, несмотря на сжатие потребительского спроса, отечественные производители в 1999 г. смогли резко - на 91,4% - нарастить выпуск продукции. В результате, если в докризисный период (1997 г.) импорт, по оценке, занимал около 3/4 рынка, то в 1999 г. - лишь около четверти.

Рост производства в 1999 г. сопровождался повышением его эффективности. Выпуск на одного занятого в физическом выражении увеличился не менее чем в 2 раза. Коэффициент использования мощностей в легкой промышленности в среднем возрос на 18-24%.

Рост эффективности не замедлил сказаться на финансовых результатах, - легкая промышленность в целом перестала быть убыточной, в 1999 г. рентабельность составила 9,5%.

С 2000 г. начался второй этап развития рынка легкой промышленности в посткризисный период, который можно охарактеризовать как стагнацию отечественного производства и возврат конкурирующего импорта.

Импорт начал "возвращаться" на рынок, быстро восстанавливая утраченные позиции. Только в 2000 г. его объем увеличился более чем в полтора раза. На замедление процессов импортозамещения указывает рост стоимостных, и, особенно, физических объемов импорта. Увеличению доли импортной продукции на рынке легкой промышленности способствовал низкий потенциал существенно устаревшей производственной базы. Рост производства в 1999-2000 годах проходил во многом на старом оборудовании, не позволяющем выпускать по-настоящему конкурентоспособную продукцию. Однако существенное (на 15%) расширение спроса со стороны населения в 2000 г. позволило отечественным производителям нарастить выпуск продукции (прирост составил 44%), несмотря на быстрый возврат импорта.

Переломным для отечественных производителей легкой промышленности стал 2001 г. Этот период характеризуется дальнейшим интенсивным ростом импорта на фоне стагнации отечественного производства. Замещение отечественных изделий импортными сохранилось и в 2002 г. По итогам года ввоз тканей, одежды и обуви возрос не менее чем в 1,5 раза. В 2002 г. объем производства в целом по отрасли составил 96,6% к уровню предшествующего года. Наихудшая ситуация наблюдалась в швейной промышленности. Здесь по итогам года объем спада производства составил 89,9% к уровню предыдущего года. В текстильной промышленности конъюнктура была также неблагоприятна (95,8%). Наилучшее положение в кожевенной и обувной промышленности (рост производства 110,8% и 111,8% соответственно)[\(31\)](#).

Важнейшими факторами, обусловившими усиление позиций конкурирующего импорта на внутреннем рынке, является:

- низкая конкурентоспособность российской продукции;
- продолжающееся ухудшение состояния производственных мощностей.

Ожидается, что продолжающийся в среднесрочной перспективе рост реальных доходов населения будет стимулировать рост розничного товарооборота, одновременно расширяя и качественно изменяя потребительский спрос. Рост розничного товарооборота при данном уровне

конкурентоспособности изделий легкой промышленности отечественного производства все более будет обеспечиваться ресурсами импорта.

Результаты выборочных конъюнктурных опросов руководителей предприятий промышленности, проводимых Центром экономической конъюнктуры и Госкомстатом России, показывают, что целям освоения внутреннего спроса подчинены многие тактические решения, принимаемые сегодня руководителями предприятий Российской Федерации, включая выбор поставщиков и освоение новых каналов сбыта. 90% руководителей предприятий приняли стратегию повышения качества при сохранении умеренных цен на продукцию. Руководство большинства предприятий ставит перед собой серьезную цель: постепенно выйти на мировой уровень качества, понимая, что дальнейшее расширение производства невозможно без радикального повышения качества продукции.

Повышение качества выпускаемой продукции невозможно без проведения модернизации производства. Как свидетельствуют результаты обследования предприятий легкой промышленности (32), средний возраст основной части оборудования в легкой промышленности около 15 лет (см. табл. "Возраст основной части машин и оборудования в легкой промышленности"). При наличии столь устаревшей морально и физически техники трудно организовать производство высококачественной конкурентоспособной продукции.

**Таблица 25**

**Возраст основной части машин и оборудования  
в легкой промышленности**

Распределение по периодам приобретения основной части машин и оборудования (в % от числа опрошенных)					
До 1970 г.	1970-1979	1980-1989	1990-1995	После 1995	Средний возраст основной части машин
8	12	35	18	23	14,5

В среднесрочной перспективе ожидается, что основным препятствием развития отечественных производителей в легкой промышленности станет несоответствие требований обновления основных фондов и возможностей реинвестирования (определяемых объемом собственных финансовых ресурсов - прибыли за вычетом налогов и амортизации). Для развития отрасли необходимо более активное привлечение других источников инвестиций, кроме собственных средств предприятий. Расчеты показывают, что для успешного развития легкой промышленности общая потребность в привлеченных финансовых ресурсах в период с 2002 г. по 2004 г. составит USD 0,1 млрд, в период с 2005 г. по 2007 г. она увеличится до USD 0,2 млрд (33).

**Таблица 26**

**Собственные ресурсы и потребность в привлеченных ресурсах  
в легкой промышленности, в USD млрд (за период)**

	2002-2004 гг.	2005-2007 гг.
Собственные средства	0,5	0,7
Привлеченные средства	0,1	0,2

В настоящий момент инвестиционный престиж отрасли продолжает оставаться низким. Доля инвестиций в основной капитал предприятий легкой промышленности в 2001 г. составила 0,2% от общего объема инвестиций в экономику Российской Федерации (промышленности в целом - 42,6%, предприятий топливной промышленности - 22,1%). В современной ситуации лидерами отрасли становятся те предприятия, которые сумели своевременно изыскать ресурсы на модернизацию

производства. Интерес к развитию отрасли проявляют следующие компании:

Таблица 27

**Крупнейшие инвестиционные проекты в легкой промышленности России, заявленные в 2002-2003 гг.**

Инвестор	Проект	Регион	Объем инвестиций
Golden Lady (Италия) 2003-2004	Фабрика по производству чулочных изделий	Великий Новгород	10,2 млн евро
Итальянская ассоциация производителей	Производство обуви	Санкт-Петербург	-

Текущее состояние отрасли характеризуется усилением конкуренции. Отечественные производители испытывают одинаково сильное конкурентное давление как со стороны импортных производителей (Белоруссия, Китай, Турция), так и со стороны мелких отечественных кооперативов. Так как "барьер" на вход в отрасль невысокий, то на рынке будут продолжать появляться новые мелкие и средние игроки. Малый и средний бизнес создает все больше компактных современных производств, доля которых в объеме производства увеличивается. Появление за последнее время большого числа мелких кооперативов игроки отрасли объясняют тем фактором, что у кооперативов появилась возможность закупки бывшего в употреблении оборудования крупных отечественных и зарубежных производителей.

Успех компании на рынке во многом будет определяться внутренней эффективностью деятельности. По оценке Минэкономразвития, увеличение производительности труда на 1% в настоящих условиях ведет при прочих равных к экономии 4,3% валовой прибыли предприятий легкой промышленности.

Таблица 28

**Возможности роста уровня рентабельности от экономии на отдельных компонентах затрат (по данным 2000 г.)**

	Увеличение нормы прибыли (34) (процентных пунктов) при уменьшении соответствующей компоненты затрат на 1%		
	на сырье и материалы	на топливо и энергию	на оплату труда и социальное страхование
Промышленность в целом	0,33	0,12	0,15
Легкая промышленность	0,53	0,07	0,23

Подводя итоги анализа текущего состояния отрасли, можно выделить следующие основные тенденции, характеризующие ее развитие:

- возврат конкурирующего импорта на внутренний рынок;
- усиление конкуренции на рынке;
- замедление темпов роста производства продукции;
- обострение проблем конкурентоспособности отечественной продукции;

- продолжающееся ухудшение состояния производственных мощностей;
- возросшие требования потребителей к качеству продукции;
- появление на рынке новых динамично развивающихся игроков;
- снижение рентабельности производства;
- возрастание роли эффективного менеджмента на предприятиях.

Указанные тенденции берут свое начало в 2001 г. и сохраняются в среднесрочной перспективе, оказывая свое влияние на развитие предприятий отрасли.

Основным препятствием текущего развития отрасли является состояние основных фондов, уровень используемых технологий и высокие издержки.

## 6.5. Производство строительных материалов

### Динамика производства строительных материалов в Пензенской области

В период 1992-2001 годов в Пензенской области произошло значительное уменьшение производства основных видов строительных материалов. Так, производство строительного кирпича уменьшилось по сравнению с уровнем 1992 г. в 3,5 раза, производство сборных железобетонных конструкций - в 5,4 раза.

В течение 2002 г. в отрасли по полному кругу предприятий тенденция к снижению объемов производства строительных материалов была преодолена. По итогам года выпуск продукции промышленности строительных материалов увеличился на 9% по отношению к 2001 г. (в 2001 г. по отношению к 2000 г. - 85,1%). Однако в разрезе крупных и средних предприятий отрасли отмечалось продолжение снижения объемов производства (87,6% в 2002 г. по отношению к 2001 г.). Таким образом, рост производства в строительном секторе обусловлен деятельностью малых предприятий, которые по сравнению с крупными предприятиями сектора более мобильны и приспособлены к изменениям потребностей внешней среды.

Снижение объемов производства крупных и средних предприятий обусловлено значительным износом основных производственных фондов и снижением динамики инвестиций в основной капитал, низкой конкурентоспособностью продукции и недостаточной инновационной активностью производства.

Таблица 29

### Производство основных видов продукции промышленности строительных материалов Пензенской области

	1992	1999	2000	2001	2002	2002 в % к 2001
Стеновые панели, тыс.м3	74,8	18,4	14,1	11,5	14,0	121,7
Кирпич строительный, млн усл. шт. кирпича	373,9	158,4	135,8	120,4	107,4	89,2
Конструкции и изделия сборные железобетонные, тыс. м3	488,8	110,7	96,1	80,7	89,0	110,3
Щебень и гравий из природного камня и песчано-гравийных материалов, тыс. м3	890,2	338,0	593,7	475,5	332,3	69,9

**Основные особенности рынка.** Отрасль строительных и отделочных материалов является базой строительного комплекса. В ее составе более 10 направлений, которые дифференцированы по типам изделий и объединяют около 24 предприятий. Основную долю продукции, производимой

предприятиями строительного комплекса Пензенской области составляют стеновые материалы, кирпич строительный, конструкции из бетона, щебень и гравий. Потребности строительной индустрии Пензенской области в кирпично-черепичном, керамзитовом сырье, строительных песках, камнях и формовочных материалах в настоящее время удовлетворяются преимущественно за счет собственных запасов минерального сырья. По другим видам сырья потребности промышленности строительных материалов Пензенской области в той или иной степени покрываются за счет поставок с месторождений, расположенных на территории России.

Промышленность строительных материалов является одной из наиболее энергоемких, а также грузоемких отраслей. Объем перевозок продукции и сырья разными видами транспорта составляет 25% от общегосударственных грузоперевозок.

Промышленность строительных материалов Пензенской области ориентирована на внутренний рынок и в целом обеспечивает основные потребности строительного комплекса. Однако в регионе сохраняется дефицит по некоторым видам строительных материалов (например, строительный кирпич).

Невысокий уровень инвестиций в предприятия строительной отрасли Пензенской области обусловлен недостатком собственных средств предприятий, низкой рентабельностью, недостаточным платежеспособным спросом, непрозрачностью финансово-хозяйственной деятельности для кредиторов и инвесторов, отсутствием бизнес-планов. Также оказывают влияние недостатки существующей экономической системы России, и, в первую очередь, отсутствие доступной системы долгосрочного кредитования промышленности.

**Основные тенденции развития.** В связи с ростом благосостояния населения и развитием ипотеки производство строительных материалов имеет большие перспективы развития.

Развитие рынка отдельных строительных материалов в Российской Федерации зависит от существующих тенденций в строительстве. Так, снижение роли крупнопанельного домостроения в общей структуре жилищного строительства повлекло за собой уменьшение доли производства сборного железобетона, тогда как повышение требований к комфортности жилья спровоцировало рост производства отделочных материалов, в частности керамической плитки. Новые требования к тепловому сопротивлению обуславливают рост выпуска теплоизоляционных материалов, а развитие малоэтажного строительства - увеличение расхода кровельных материалов за счет повышения площади скатных кровель.

На внутреннем рынке продолжается серьезная конкуренция между отечественными и зарубежными производителями. При общем повышении качества выпускаемых отечественных строительных материалов доля продукции, сопоставимой с импортной (в общем объеме производства) не велика. Технический уровень большинства предприятий отрасли значительно отстает от современных требований. На Западе в настоящее время наблюдается бурный рост технологических инноваций в области строительных материалов. В нашей стране большинство отраслевых институтов - это стареющие кадры, существующие, как правило, за счет небольших разовых заказов предприятий и сдачи собственности в аренду. Уровень оплаты труда не позволяет привлекать в науку молодых специалистов. Эта проблема, даже при условии значительного притока инвестиций в промышленность, не дает возможности качественно повысить конкурентоспособность российских производителей на внутреннем рынке. При этом экспортный потенциал промышленности строительных материалов оценивается как крайне низкий.

Согласно концепции развития отрасли на среднесрочную перспективу одним из приоритетов развития промышленности строительных и отделочных материалов на период с 2003 г. по 2005 г. является расширение ассортимента и повышение конкурентоспособности строительных материалов отечественных производителей, внедрение новых, ресурсосберегающих технологий производства. Прогноз развития промышленности строительных материалов на среднесрочную перспективу, предусматривает рост объема промышленной продукции отрасли в среднем на 5-7% в год.

Согласно данным Госстроя Российской Федерации, в 2003 г. прогнозируется ввести в эксплуатацию свыше 160 технологических линий и производств, обеспечивающих выпуск конкурентоспособных и импортозамещающих строительных материалов, изделий и конструкций широкого ассортимента. В частности, запланирован ввод дополнительных мощностей по производству кирпича, эффективных многопустотных и лицевых стеновых материалов, керамических плиток, тарированного цемента, теплоизоляционных материалов и других материалов и изделий.

При этом наибольшее количество объектов по производству строительных материалов в Российской Федерации в последнее время вводится в действие в соседних с Пензенской областью регионах: в республиках Башкортостан (18 объектов), Татарстан (10), Марий Эл (6) и Мордовии (3), Нижегородской области (8).

В настоящее время Госстрой Российской Федерации совместно с субъектами Федерации реализует "Концепцию развития приоритетных направлений промышленности строительных материалов и стройиндустрии на 2001-2005 годы". В соответствии с этим документом, с учетом реализации мер по

совершенствованию производственного потенциала, к 2005 г. объем промышленного производства в отрасли возрастет в целом на 20,8% к уровню 2001 г. по пессимистическому варианту, и на 23,9% по оптимистическому варианту.

России предстоит вступление в ВТО. Отечественная промышленность строительных материалов, изделий и конструкций будет поставлена в условия жесткой конкуренции, и придется приложить немало усилий для сохранения своих позиций на внутреннем рынке, что потребует значительного увеличения инвестиционных вложений.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** На рынке России нет однозначных лидеров ни в одной из подотраслей производства строительных материалов. Существует большое число предприятий в каждом секторе, распределенных по территории всей страны, и, как правило, реализующих свою продукцию в ближайших регионах.

**Ключевые игроки Пензенской области.** Наиболее крупными предприятиями отрасли в регионе являются:

- ОАО "Карьероуправление";
- ОАО "Пензастройматериалы";
- ОАО "Пензенский кирпичный завод N 2";
- ОАО "Пензенский кирпичный завод N 1";
- ОАО "ЖБК-1", ОАО "ЖБК-2";
- ОАО "Пензенский завод ЖБИ";
- ОАО "Пачелмский завод ЖБИ";
- ОАО "Завод панельного домостроения";
- ЗАО "Стройдеталь";
- ОАО "Металлостройдеталь";
- Завод стеновых материалов (кирпич облицовочный);
- Махалинский комбинат стройматериалов (плитка облицовочная);
- ОАО "Домостроитель".

### **Текущее состояние и макроэкономические тенденции развития отрасли в Российской Федерации**

За последние несколько лет в промышленности строительных и отделочных материалов Российской Федерации наблюдается небольшой рост - на уровне 4-6%, однако эти показатели все еще далеки от уровня 1990 г. Объем производства промышленности строительных материалов в Российской Федерации в 2002 г. составил 103,0% к уровню предыдущего года.

Многие предприятия отрасли нуждаются в инвестиционных ресурсах на техническое перевооружение. Степень износа основных фондов в отрасли, по разным оценкам, достигла 53-54%, при этом ежегодное выбытие мощностей превышает ввод. Наибольшая изношенность оборудования (до 80%) - наблюдается в карьерах предприятий подотраслей. Средний возраст основной части машин и оборудования - 17 лет.

Рентабельность производства стройматериалов составляет в среднем 7%, и является одной из наиболее низких в промышленности. Себестоимость продукции в промышленности строительных и отделочных материалов имеет высокую топливную составляющую. Удельный вес топлива и энергии в структуре затрат на производство и реализацию продукции в целом по отрасли составляет более 16%, а в цементной промышленности доходит до 41%. Этот фактор влияет на снижение конкурентоспособности отечественных производителей, особенно если учесть, что в среднесрочной перспективе цены на энергоносители могут значительно вырасти. Таким образом, реализация программ по энергосбережению в промышленности строительных материалов является одной из основных задач.

**Таблица 30**

### **Возможности роста уровня рентабельности от экономии на отдельных компонентах затрат**

	<p>Увеличение нормы прибыли <u>(35)</u> (процентных пунктов) при уменьшении соответствующей компоненты затрат на 1%</p>
--	---

	на сырье и материалы	на топливо и энергию	на оплату труда и социальное страхование
Промышленность в целом	0,33	0,12	0,15
Промышленность строительных материалов	0,38	0,15	0,20

Развитие всех подотраслей промышленности строительных материалов можно обеспечить путем расширения ассортимента продукции и увеличения ее конкурентоспособности. Для обеспечения роста отрасли необходимо, чтобы на рынок пришли потенциальные инвесторы для финансирования объектов производственной базы. За последние годы в промышленность строительных материалов ежегодно вкладывалось от 3 до 3,5 млрд руб., а начиная с 2000 г. - более 7 млрд руб. (данные Госстроя). Однако значительная доля инвестиций - это собственные средства предприятий.

Другим источником внебюджетных инвестиций стал капитал разного профиля из России и ЕС.

До настоящего времени наиболее активно процесс образования вертикально-интегрированных холдингов развивается в цементном производстве. В других подотраслях (стекольной, асбоцементной и наиболее экспортно-ликвидной асбестовой) окончательного распределения сфер влияния пока не произошло.

Цементный рынок привлекателен для внешних инвесторов, несмотря на его высокую энергоемкость и привязанность к местам потребления, в силу невысокой стоимости модернизации производственных мощностей в отрасли и отсутствия конкуренции с импортной продукцией. Инвестиционный престиж отрасли среди иностранных инвесторов достаточно высок.

Крупнейший мировой концерн Dукkerhoff осуществил инвестиции в "Сухоложский завод", выгодно расположенный по отношению к промышленной Тюмени, Концерн "Штерн-цемент" - в пять заводов в Брянской, Липецкой, Рязанской и Архангельской областях, Швейцарский Holderbank и французский Lafarge (вторая фирма по производству цемента в мире) приобрели ряд заводов в центральном регионе.

Процесс привлечения инвестиций в производство бетона, железобетона и кирпича только начался. В качестве инвесторов выступают российские производители из других секторов промышленности, осуществляющие диверсификации производства:

- металлургический холдинг в 2000-2001 гг. создал управляющую компанию "Заводы ЖБИ Урала", объединившую два кирпичных завода и три железобетонных производства;
- в производство кирпича инвестировали УГМК и "Лукойл".

Кроме того, в отрасли предполагается осуществить ряд крупных инвестиционных проектов.

**Таблица 31**

**Крупнейшие инвестиционные проекты в промышленности строительных материалов России, заявленные в 2003 г.**

Инвестор	Проект	Регион	Продукт, мощность производства	Объем инвестиций
Basse Sambre E.R.I.SA (Бельгия) 2004-2007	Строительство завода по производству стекла	Ставропольский край	Листовое стекло	\$ 210 млн
Главербель (Бельгия) 2004-2005	Строительство завода по производству стекла	Московская область	Листовое стекло	\$ 100 млн

Mirage Granito Ceramiko (Италия) 2004-2005	Строительство гранитного завода	Московская область	-	40 млн евро
Rockwool (Дания) 2004-2005	Завод по производству теплоизоляционных материалов	Ленинградская область	Теплоизоляционные материалы	40 млн евро
Optiroc Group AB (Финляндия) 2003-2005	Строительство завода по производству строительных смесей Vetonit.	Регионы Российской Федерации	Строительные смеси	\$ 10-12 млн
НЛМК (Россия)	Строительство завода по производству стеновых блоков	Липецкая область	Стеновые блоки 165 тыс. куб. м в год	300 млн руб.
Lafarge (Франция) 2004-2005	Производство цемента, бетона, кровельных материалов, изделий из гипса	Регионы России	-	-

Несмотря на то, что в последнее время инвестиции в промышленность строительных материалов значительно увеличились, масштабы необходимых для модернизации и развития отрасли привлеченных ресурсов остаются существенными величинами. Так, в период 2002-2004 годов в строительную отрасль необходимо привлечь USD 0,9 млрд, в период 2005-2007 годов - USD 2,9 млрд.

**Таблица 32**

**Собственные ресурсы и потребность в привлеченных ресурсах в строительной промышленности, в USD млрд (за период)**

	2002-2004 гг.	2005-2007 гг.
Собственные средства	1,7	2,1
Привлеченные средства	0,9	2,9

Анализ текущего состояния отрасли позволяет выделить следующие основные тенденции, характеризующие ее развитие:

- расширение ассортимента выпускаемой продукции;
- рост объема производства;
- образование вертикально-интегрированных холдингов;
- рост технологических инноваций в области строительных материалов.

Основным препятствием текущего развития отрасли является низкая конкурентоспособность отечественных производителей по сравнению с продукцией западных компаний, а также интенсивное старение и высокий износ основных производственных фондов.

## 6.6. Торговля

### Динамика торговли в Пензенской области

В Пензенской области в период с 1992 г. произошел значительный рост оборота розничной торговли. В 2002 г. оборот розничной торговли по продаже потребительских товаров составил 20910,0 млн руб. По сравнению с 2001 г. продажа увеличилась (в действующих ценах) на 22,4%. В сопоставимых ценах оборот розничной торговли вырос на 11,1%, (в 2001 г. по сравнению с аналогичным периодом 2000 г. на 7,6%). Рост оборота розничной торговли непродовольственными товарами происходит более быстрыми темпами, чем рост оборота розничной торговли продовольственными товарами, что говорит о росте реальных денежных доходов населения Пензенской области и повышении в структуре расходов населения непродовольственной части.

Таблица 33

#### Основные показатели развития розничной торговли Пензенской области (млн руб., в ценах соответствующих лет, с учетом деноминации)

	1992	1999	2000	2001	2002	2002 в % к 2001 (в дейст. ценах)
Оборот розничной торговли	46,2	11054,4	13763,6	17090,1	20910	122,4
из него: Оборот розничной торговли продовольственными товарами	24,9	5383,9	6715,5	8397,6	9662,7	115,1
Оборот розничной торговли непродовольственными товарами	21,3	5670,5	7048,1	8692,5	11247,3	129,3

**Основные тенденции развития.** Российский рынок торговли в настоящий момент является одним из самых привлекательных в Европе. По количеству торговых площадей на одного жителя Россия пока существенно отстает от европейских государств. Если в Европе этот показатель составляет 198 кв. м торговых площадей на тысячу человек, то в среднем по России этот показатель равен лишь 42 кв. м. Российская торговля постепенно начинает переходить от киосков, рынков и небольших разрозненных магазинов к торговым сетям.

Российские сети, зародившиеся в основном в Москве, начали экспансию в регионы, в первую очередь, в областные центры.

Кроме того, в последние годы активизировался процесс появления и развития зарубежных сетей. Иностранные торговые компании также начали завоевывать рынок Москвы, однако в ближайшее время намерены переключиться на другие российские регионы.

Помимо экспансии столичных сетей в регионы существует и обратный процесс - экспансия региональных сетей в Москву, а также диверсификация форматов магазинов.

В системе торговли крупных российских городов в сложившейся системе рынки - киоски - магазины - супермаркеты появилось новое звено - дисконтные магазины.

**Основные участники рынка Российской Федерации.** В России основными участниками рынка являются сетевые компании: "Пятерочка", "Перекресток", "Рамстор", "Седьмой континент", "Копейка", "Дикси", "Метро", "Ашан", "Патэрсон" "Спар".

**Ключевые игроки Пензенской области.** Сети универсамов "Товарищ", "Магнит", Торговый дом

"Гранат".

### Текущее состояние и макроэкономические тенденции развития отрасли в Российской Федерации

Оборот розничной торговли в Российской Федерации по итогам 9 месяцев 2003 г. в товарной массе вырос на 8,2% по сравнению с соответствующим периодом 2002 г. и составил 3193,1 млрд руб. (USD 103,37 млрд). Темпы роста объема розничной торговли несколько снизились по сравнению с прошлыми годами в соответствующем периоде (за 9 месяцев 2002 г. темпы - 9,1% к уровню 9 месяцев 2001 г.).

В структуре оборота розничной торговли за 9 месяцев 2003 г. по сравнению с соответствующим периодом 2002 г. наблюдается некоторое сокращение доли продовольственных товаров. Так, доля продовольственных товаров составила 47% (за 9 месяцев 2002 г. - 46%), а непродовольственных - 53% (54%).

Основными факторами, положительно влияющими на текущие темпы роста розничной торговли, являются рост инвестиций в данный сектор и повышение платежеспособного спроса населения на потребительские товары вследствие роста реальных доходов населения. По данным Госкомстата, в первом полугодии 2003 г. средняя зарплата по России составила 5600 руб. Реальные располагаемые денежные доходы населения выросли за 9 месяцев т.г., по данным Госкомстата, на 13,3% к соответствующему периоду 2002 г., а за 9 месяцев 2002 г. - на 9,6%.

Розничная торговля является одним из наиболее перспективных секторов экономики в среднесрочном и долгосрочном плане. Подтверждением этого может служить массовый приход на российский потребительский рынок крупных зарубежных компаний, которые проводят активную инвестиционную политику и внедряют на розничном рынке страны современные технологии. Причем активность данных процессов в настоящее время усиливается.

Таблица 34

#### Инвестиционные проекты, заявленные в торговле в 2003 г.

Инвестор	Проект	Регион	Объем инвестиций
ИКЕА (Швеция) 2003-2004	Строительство торгового комплекса	Ростовская область	\$ 130 млн
Сеть "Пятерочка" (Россия) 2003-2004	Развитие сети (15 новых магазинов)	СПб, Москва, Воронеж, Челябинск	\$ 60 млн
Торговый дом "Перекресток" (Россия) 2003-2004	Развитие сети магазинов (20)	Москва, регионы	\$ 50 млн
REWE (Германия) 2003-2005	Создание сети супермаркетов экономкласса	Московская область	\$ 30 млн
Патэрсон (Россия) 2004	Открытие сети универсамов (32 магазина)	СПб, Тверь, Самара, Люберцы, Ростовская область	\$ 27 млн
SPAR International (Голландия) - Spar Middle Volga 2003	Строительство торгового центра	Марий Эл	\$ 2 млн
Saint-Gobain (Франция)	Строительство	Московская область	-

ция)	торговых центров по продаже стройматериалов	ласть	
Метро АГ (Германия) 2004–2005	Строительство торгового центра	Екатеринбург, Ростов	-

## **Глава 7. Характеристика жилищной ситуации на территории Пензенской области**

Около 60% населения Пензенской области нуждаются в улучшении жилищных условий.

Площадь жилья, находящегося в ветхом и аварийном состоянии, составляет 438,6 тыс.кв.м. Процесс ликвидации непригодного для проживания жилья протекает медленно, за 2002 год снесено по ветхости и аварийности 11,2 тыс.кв.м., или 2,6% от его наличия.

Решение жилищной проблемы посредством получения кредита на приобретение жилья в коммерческом банке по действующим рыночным процентным ставкам для подавляющего большинства жителей Пензенской области является непосильной задачей. Использовать схему приобретения строящегося жилья в рассрочку непосредственно у строителей с выплатой полной стоимости жилья к моменту завершения строительства (1-3 года) может себе позволить также незначительная часть населения Пензенской области.

Решением проблемы обеспечения жителей Пензенской области доступным жильем может стать создание системы ипотечного жилищного кредитования. Усилия Правительства Пензенской области будут направлены на разработку и реализацию реалистичной Программы ипотечного кредитования.

### **Часть 3. Инвестиционные приоритеты и стратегия инвестирования**

## **Глава 8. Приоритетные отрасли и сферы инвестирования**

Для определения стратегии инвестирования в ведущие отрасли Пензенской области была использована матрица "привлекательность отрасли - конкурентоспособность предприятий региона".

Критерии определения долгосрочной привлекательности отрасли включают:

- размер и темп роста рынка;
- остроту конкуренции;
- барьеры на пути входа в отрасль и выхода из нее;
- сезонные и циклические факторы;
- потребность в капитале;
- инвестиционный престиж отрасли, тенденции инвестирования в отрасль;
- формирующиеся в отрасли угрозы и возможности;
- фактическую и прогнозируемую прибыль в отрасли;
- социальные, экономические факторы и степень регулирования отрасли.

Чтобы получить формальный показатель привлекательности отрасли, обозначенным критериям были присвоены веса с учетом их значимости для потенциальных инвесторов. Сумма взвешенных рейтингов всех критериев привлекательности характеризует долгосрочную привлекательность отрасли.

Критерии конкурентоспособности предприятий Пензенской области включают:

- долю предприятия на рынке;
- способность конкурировать с ведущими предприятиями отрасли по качеству продукции и сервису;
- норма прибыли в сопоставлении с конкурентами;
- знание покупателей и рынков;
- наличие компетентности в ключевых областях;
- технологические возможности;
- качество управления.

Конкурентоспособность предприятий отрасли определяет их положение на горизонтальной оси матрицы.

Совокупность значений привлекательности отрасли и уровня конкурентоспособности

предприятий Пензенской области служит основой для отнесения сектора к одной из девяти ячеек матрицы.

Таблица 35

Матрица "привлекательность отрасли - конкурентоспособность предприятий региона"

		КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ПРЕДПРИЯТИЙ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ		
		Высокая	Средняя	Низкая
ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ОТРАСЛИ	Высокая	<b>1</b> Производство бумаги и картона Производство изделий из бумаги и картона Производство арматуры Производство деревянных и строительных конструкций	<b>2</b> Производство кондитерских изделий Пивоваренное производство Производство молочных продуктов Производство мясопродуктов Производство деревянной мебели и гипсоматериалов Выращивание свиней и птицы	<b>3</b> Торговля Полиграфическая деятельность Туризм Производство пивоваренного ячменя Производство солода <sup>36</sup>
	Средняя	<b>4</b> Производство дизелей и турбокомпрессоров	<b>5</b> Лесоводство и лесозаготовки Производство сахара Выращивание зерновых культур Производство комбикормов Производство комплектующих для автомобильной отрасли Производство строительных материалов	<b>6</b> Производство одежды Производство обуви Текстильное производство Производство технологического оборудования
	Низкая	<b>7</b> Приборостроение и радиоэлектроника Производство стекла <sup>37</sup>	<b>8</b> Выращивание КРС	<b>9</b>

- Высокий приоритет инвестирования
- Средний приоритет инвестирования
- Пониженный приоритет инвестирования

<sup>36</sup> В настоящее время в Пензенской области производство солода не развито.

<sup>37</sup> Ведущее предприятие отрасли - ГУП «Красный Гигант» до настоящего времени находится в ведении Агентства по обычным вооружениям, стоит в плане приватизации на 2004 год. После акционирования предприятия необходимо провести анализ рынка.

"Таблица 35. Конкурентоспособность предприятий Пензенской области"

Приоритетность инвестирования определялась на основании текущих тенденций развития

отраслей и отражает современные отраслевые предпочтения инвесторов.

Для поддержания актуальности данной матрицы необходимо проведение постоянного мониторинга текущего состояния и тенденций развития отраслей и предприятий области. В соответствии с изменениями тенденций и предпочтений инвесторов необходимо вносить соответствующие корректировки в инвестиционные приоритеты развития области.

## **8.1. Высокий приоритет инвестирования**

### **8.1.1. Группа 1, 4**

Предприятия, относящиеся к этим группам, обладают высокой конкурентоспособностью и работают в отраслях высокой и умеренной привлекательности.

С точки зрения инвестора, данные предприятия имеют наивысший потенциал развития из рассматриваемых групп и наименьший инвестиционный риск.

Анализ показал, что в числе производств Пензенской области наиболее подготовленными для инвестирования являются:

- В арматуростроении - ОАО "Пензтяжпромарматура".

Предприятие работает на перспективном рынке, имеет формализованную стратегию развития, описанные бизнес-процессы и регламенты деятельности, обладает грамотным менеджментом и высококвалифицированным персоналом. Привлечение инвестиций позволит предприятию стать одним из центров российского арматуростроения.

- В целлюлозно-бумажной отрасли - ОАО "Маяк".

Один из наиболее крупных российских производителей целлюлозно-бумажной продукции. Имеет опыт создания совместных предприятий (Шатт-Декор, Германия). Модернизация бумажного производства позволит увеличить качество выпускаемой продукции и расширить существующие рынки сбыта. Предприятие является хорошей базой для развития сопутствующих производств, входящих в технологическую цепочку.

Список потенциальных инвесторов включает "Феррошталь" (Германия), Neusiedler (Австрия), "Management und Beratungs" GmbH, Stora Enso Oyj (Финляндия), Ilim Pulp Enterprise, "Neusiedler Сыктывкар", "Титан" и др.

- В производстве деревянных и строительных конструкций - ЗАО "Дера".

ЗАО "Дера" осуществляет полный производственный цикл, начиная с заготовки древесины и заканчивая выпуском готового продукта (межкомнатных дверей) и упаковки. Все применяемые материалы (лесоматериалы, клей, покрытия) имеют необходимые сертификаты. Менеджмент предприятия отличается высоким профессионализмом.

Компания имеет перспективный инвестиционный проект строительства современного завода по выпуску межкомнатных дверей.

Список потенциальных инвесторов включает Kronospan AG (Австрия), Группа компаний "Свеза", Incar (Финляндия), Kronoholding, Объединенная плитная группа, UPM Kymmene (Финляндия), Shauman Wood Oy (Финляндия), IKEA (Швеция), "Сведвуд Тихвин" (IKEA, Швеция), "Xinjiang Hualing Industry & Trade Group" (Китай) Ilim Pulp Enterprise.

- В производстве дизелей и компрессоров - ОАО "СКБТ", ОАО "Пензенский дизельный завод"

ОАО "СКБТ" - отраслевое конструкторское бюро дизельной отрасли. В настоящее время рассматривается проект General Electric (США) по размещению на предприятии производства узлов для турбокомпрессоров (в рамках предполагаемого участия GE в программе МПС). В случае успешного завершения переговоров Правительству необходимо оказать менеджменту компании помощь в привлечении в качестве субподрядчиков на проекте предприятий Пензенской области (ПО "Старт", НИИ ФИ и т.д.).

ОАО "Пензенский дизельный завод" имеет долгосрочное соглашение на поставку оборудования для МПС ("Российские железные дороги"). В связи с утвержденной Правительством программой "Модернизация транспортной системы России (2001-2010 годы)" планируется увеличение спроса на профильную продукцию компании.

Кроме того, в декабре 2003 года компания планирует презентацию нового продукта - мини-электростанций (резервных электростанций). В число потенциальных инвесторов входят РАО "ЕЭС", АВВ (отделение Turbosystem).

### **8.1.2. Группа 2**

Высокая привлекательность отраслей в совокупности с умеренной конкурентоспособностью позволяют относить предприятия данной группы к одним из наиболее инвестиционно-привлекательных.

Дополнительные финансовые ресурсы могут помочь компаниям данной группы реализовать имеющийся значительный потенциал при наличии разработанной стратегии развития. Менеджменту компаний необходимо оказать содействие в оценке стратегии развития и структурировании инвестиционных проектов.

Среди предприятий Пензенской области, входящих в данную группу в реструктуризации системы управления, в уточнении/корректировке стратегий развития компаний с целью повышения их инвестиционной привлекательности нуждаются:

- в пивоваренном производстве - "Визит", "Самко";

- в производстве деревянной мебели - "Фотон";

- предприятия, занятые в производстве кондитерских изделий, молочных продуктов мясопродуктов, в выращивании свиней и птицы.

Длинный список потенциальных инвесторов представлен в таблице 36.

Таблица 36

**Длинный список потенциальных инвесторов**

Отрасль	Длинный список потенциальных инвесторов
Пивоваренное производство	"Русский солод" (Россия) "Балтика" (Россия) "ПИТ" (Россия) "Очаково" (Россия) "Groupe Soufflet" (Франция) Компания "Тинькофф" (Россия) "Cargill International SA" (США) Detroit Brewing (Дания) Sun Interbrew (Бельгия) South African Breweries (SAB) (Великобритания) Efes Beverages Group (Турция)
Производство деревянной мебели	Kronospan AG (Австрия) Группа компаний "Свеза" (Россия) Incar (Финляндия) Kronoholding (Швейцария) Объединенная плитная группа UPM Kymmene (Финляндия) Shauman Wood Oy (Финляндия) ИКЕА (Швеция) "Сведвуд Тихвин" (ИКЕА, Швеция) "Xinjiang Hualing Industry & Trade Group" (Китай) МК "Шатура" (Россия) "Сходня-мебель" (Россия)
Производство кондитерских изделий	Группа "Тута" (Россия) Шокотек (Германия) Leaf OY (Финляндия) Нестле (Швейцария) Штольверк (Швейцария)
Производство молочных продуктов	"Планета" (Россия) "Вимм-Билль-Данн" (Россия) "Zentis" (Германия) "Onken" (Германия)

	"Lactalis" (Франция) Cadbury Schweppes Danone (Франция) Parmalat (Италия) Campina (Голландия) Ehrmann (Германия)
Производство мясopодуктов, выращивание свиней и птицы	АПК "Черкизовский", "МПЗ "КампоМос", "Ногинский мясокомбинат", "Микояновский мясокомбинат", "Лианозовский колбасный завод", "Царицыно", "Останкинский мясоперерабатывающий комбинат", "Планета Менеджмент", ФПГ "РОСПРОМ", "Агрохолдинг", "Заря-ОГО", группа компаний "Разгуляй-УкрРос", "Русагрокапитал" (Россия) ТД "Зеленый городок" (Россия) "Ландтехник", "Фортшритт", "Петкус" (Германия) АПК "Агрос" (Россия) Форум агропромышленников (Дания) Bovi-Denmark, Dansire SEA (Дания) "Tyson Food" (США) Doux (Франция) "Секаб и Софракоп" (Франция)

Менеджменту компаний Пензенской области, принадлежащих к данной группе, необходимо оказать содействие в оценке стратегии развития и структурировании инвестиционных проектов.

## 8.2. Средний приоритет инвестирования

### 8.2.1. Группа 3

Предприятия этой группы характеризуются высокой потребностью в значительных объемах инвестиций для развития деятельности и разработки новых продуктов и незначительными возможностями самофинансирования (вследствие низкой доли на рынке, невысокой нормы прибыли).

Инвестирование в развитие предприятий данных отраслей имеет значительные перспективы, так как, несмотря на низкую конкурентоспособность, при правильно выбранной стратегии развития и наличии необходимых финансовых ресурсов, предприятия могут существенно усилить свое положение и успешно развиваться.

Кроме того, в данную группу относятся отрасли, в настоящий момент не развитые или отсутствующие в Пензенской области. Создание новых производств в этих отраслях сопряжено с большими рисками, но имеет большой потенциал развития. Комплексный анализ цепочек создания стоимости данных отраслей позволит идентифицировать заинтересованные в развитии отрасли производства, которые могут стать источником инвестиционных средств. В данном случае потенциальному инвестору важна доступность информации о возможных инвестиционных площадках для реализации проекта. Следует отметить, что инвесторы предпочитают использовать для организации производства инвестиционные площадки, уже имеющие основную инфраструктуру (электричество, канализацию, телефон и т.д.).

К числу новых производств/направлений, перспективных для развития в Пензенской области, можно отнести:

- полиграфический комплекс;
- развитие торговых сетей;
- производство пивоваренного ячменя и солода;
- развитие инфраструктуры туризма;
- развитие транспортно-логистического центра.

## Полиграфический комплекс

Анализ текущего состояния рынка Пензенской области и тенденций развития смежных отраслей показывает необходимость развития в Пензенской области полиграфического комплекса по выпуску этикеток для потребительских товаров, упаковки, обложек для тетрадей и альбомов. Создание нового полиграфического производства позволит удовлетворить спрос предприятий Пензенской области и соседних регионов в упаковке и этикеточной продукции современного уровня. По предварительной оценке объем рынка этикеточной продукции только по Пензенской области составляет USD 6 млн в год. С вводом в действие ОАО "Очаково" объем рынка существенно возрастет.

Под создание полиграфического производства целесообразно использовать свободные производственные площади на территории ОАО "Маяк". На предприятии имеются высококвалифицированные специалисты, предпечатное производство, устойчивый рынок сбыта.

Необходимо инициировать разработку инвестиционного проекта и его реализацию в краткосрочном периоде.

Длинный лист потенциальных инвесторов включает профильные компании Швейцарии, Германии и Италии.

## Торговля

Потребительский рынок Пензенской области и его розничный сектор - это один из наиболее значительных и динамичных сегментов экономики. Основными факторами развития сектора розничной торговли в Пензенской области будут являться рост платежеспособного спроса населения и развитие новых, более эффективных форматов торговли, которые должны прийти на смену мелкой рознице.

В рамках разработки стратегии НАПИ были проведены предварительные переговоры с торговой сетью Патэрсон относительно развития деятельности компании в Пензенской области. Первый магазин сети(38) открыт в декабре 2003 года.

Необходимо продолжение работы по формированию перечня потенциальных площадок для открытия магазинов других российских и международных сетей. Возможными инвесторами в сектор розничной торговли Пензенской области могут стать крупнейшие игроки на российском рынке розничных сетей:

**Продовольственные торговые сети.** По итогам 2002 года крупнейшей "продовольственной" торговой сетью, развивающей бизнес, в регионах была "Пятерочка". Длинный список других возможных инвесторов включает Торговый дом "Перекресток", сеть недорогих супермаркетов Penny - REWE (Германия), SPAR International (Голландия), Saint-Gobain (Франция), "Метро АГ" (Германия), "Рамстор", "Седьмой континент", "Копейка", "Дикси", "Ашан".

**Бытовая электроника.** Крупнейшим игроком на этом рынке является компания "Эльдорадо". Другие крупные "электронные" ритейлеры российские сети - "М.Видео", Торговый дом "Мир", "Партия" и "Техносила".

**Товары для дома (Do It Yourself - DIY)(39).** Крупнейшая торговая сеть на этом рынке - компания "Старик Хоттабыч" с оборотом в 2002 г. в 130 млн долл. На магазины "Старик Хоттабыч" приходится 12,7% "цивилизованного" рынка DIY в Москве и, по разным оценкам, от 1,1% до 1,6% регионального рынка. На 2002 год сеть насчитывала 20 магазинов в Москве и 8 магазинов в российских регионах. Из других крупных сетей в данном секторе, которые могут выступать в качестве потенциальных инвесторов можно отметить "Миллион мелочей" (Москва), сеть OBI, принадлежащая немецкой группе Tengelmann Group, Leroy Merlin (Франция).

**Одежда.** В настоящий момент Пензенскую область нельзя рассматривать как потенциальное место для открытия сетей магазинов люксовых товаров (Mercury, "ДжамильКо" и "Боско ди Чильеджи").

Потенциальными инвесторами в данном секторе могут стать московская сеть "Спортмастер", "Пан Спортсмен", "Дельта-Спорт", Sportland (Эстония).

## Производство солода и пивоваренного ячменя

В соответствии с ростом производства в пивоваренной промышленности наблюдается увеличение потребности в солоде и пивоваренном ячмене. Пензенская область обладает потенциалом развития технологической цепочки в пивной отрасли.

После завершения строительства солодовенного завода в г.Белгороде в 2004 году "Очаково"

предполагает рассмотреть Пензенскую область в качестве поставщика пивоваренного ячменя.

Проекты по организации производств будут преимущественно осуществляться на базе green field (зеленых площадок).

Длинный список потенциальных инвесторов в данный сектор включает ОАО "Русский солод" (Банк "Авангард"), "Балтика" (Россия), "Groupe Soufflet" (Франция), "Cargill International SA" (США), "Очаково" (Россия).

### **Развитие инфраструктуры туризма**

Инвестиции в создание туристической инфраструктуры Пензенской области позволят обеспечить поступление значительных средств в региональный бюджет. Развитие сферы обслуживания на базе туристических предложений Пензенской области будет способствовать повышению занятости населения, развитию традиционных видов хозяйствования, активизирует деятельность определенных отраслей народного хозяйства (строительных организаций, производства сувениров, сельского хозяйства, пищевой промышленности и др.).

**Туристический потенциал.** Основными компонентами туристического потенциала Пензенской области являются историко-культурные достопримечательности, природная среда и местоположение на автотрассе федерального значения.

Историко-культурный потенциал составляют:

- Архитектурный ансамбль центральной части города Пензы и ряда населенных пунктов Пензенской области. Часть зданий после реконструкции может быть использована под объекты размещения, питания и торговли. Правительство Пензенской области должно инициировать составление перечня возможных площадок и подготовку соответствующей документации для представления потенциальным инвесторам (например, World Heritage Fund, предоставляющий гранты на реконструкцию старых зданий).

- Музеи, художественная галерея. В последние годы наблюдается тенденция роста интереса к тематическим музеям. Для туристических целей интересно их сочетание с выставками-продажами изделий народных промыслов. Наиболее реальным и интересным является возрождение производства абашевской игрушки, пуховых платков, соломинских ковров, художественной выставки, керамического производства. В настоящее время в Пензенской области производство сувениров не распространено. Для формирования этой важнейшей отрасли туристической индустрии необходимо провести соответствующие организационные мероприятия и маркетинговую разработку. В число потенциальных инвесторов входит World Bank/IFC (private sector development program).

- Монастыри, святые источники находятся в уникальном природном окружении. Они могут со временем стать центром паломнического туризма. Реконструкция и благоустройство данных объектов должны проводиться за счет средств бюджета Пензенской области и грантов международных организаций (например, World Heritage Fund).

Природный потенциал Пензенской области формирует живописный природный ландшафт: озера, реки, сосновые леса, бальнеологические источники. Рекреационные проекты в этой зоне могут быть рекомендованы только после детального изучения ситуации.

Местоположение Пензенской области на автотрассе федерального значения Москва - Челябинск является одним из важных факторов туристического значения. Мировая практика туристических центров, стоящих на главных трассах, показывает их высокую рентабельность.

Дополнительным ресурсом туристического развития является возможность организации в Пензенской области "событийного туризма". Общероссийскую известность могут получить проводимые в Пензенской области Лермонтовские чтения. Подобное событие может стать запоминающимся и интересным событием для туриста, который специально приедет сюда не только из близко расположенных населенных пунктов, но и из Москвы, других крупных городов.

Кроме того, возможно использование пригородных зон для коммерчески рентабельных видов туризма: охоты и конного туризма.

Финансирование комплексной программы развития туризма Пензенской области потенциально может быть осуществлено за счет United Nations Development Programme(40).

**Туристический поток.** По основным направлениям развития туристического бизнеса необходимо инициировать подготовку бизнес-планов.

В рамках подготовки документов целесообразно разделить туристический поток на две основные группы: транзитный поток и целевой(41). Для определения потребности Пензенской области в объектах инфраструктуры, обслуживающей транзитных туристов, необходимо организовать учет транспортного и пассажирского потока (по дням недели, по сезонам). Экспертные оценки показывают, что на первом этапе развития туристического комплекса Пензенской области соотношение транзитного и целевого

потока туристов в области будет составлять 90% и 10% соответственно. На втором этапе развития произойдет увеличение целевого потока туристов до 40% за счет формирования уникального туристического продукта Пензенской области.

В связи с этим на первом этапе главную роль в обслуживании туристического потока в Пензенской области будут играть предприятия питания, торговли, развлечений, благоустроенные автостоянки. На втором этапе развития туристического комплекса необходимо строительство гостиниц, оздоровительных центров, благоустройство зон отдыха.

Главной целью развития туристической сферы Пензенской области является увеличение продолжительности пребывания в области транзитных туристов(42), за счет предложения широкого спектра оригинальных видов туристического обслуживания.

**Объекты обслуживания туристов.** В рамках развития инфраструктуры туризма Пензенской области (в первую очередь бизнес-туризма) приоритетно инвестирование в следующие объекты обслуживания:

- Гостиница, бизнес-центр. Плохое состояние или отсутствие данных объектов крайне негативно влияет на общее впечатление инвестора или туриста от конкретного региона, не только в плане собственного комфорта, но и в создании либо общего ощущения бедности региона, либо неэффективности местной администрации. В качестве потенциальных инвесторов могут выступать Delta Capital Management/Rezidor SAS, Marriott/Sabre Projects, Interstotel project, АФК "Система", "Интеррос", "Менатеп", "Металлоинвест", "Альфа-Эко", Балтийская строительная компания.

- Экспресс-центр по обслуживанию транзитных туристов. Его размещение необходимо предусмотреть в центре города, он предназначен для стоянки туристических автобусов и легковых автомобилей. Именно наличие экспресс-центра позволяет сделать в г. Пензе остановку, получить комплекс услуг и информацию по городу. Через этот экспресс-центр гости города узнают о его достопримечательностях, начнут осмотр города, посещение музеев, смогут остановиться на короткий или более продолжительный отдых, совершат те или иные покупки. В составе такого экспресс-центра, помимо стоянок, предусматривается информационное бюро, туалет, торговые точки, сувенирный киоск, телефоны. Организация экспресс-центра может быть проведена за счет средств регионального/местного бюджетов.

- В более отдаленном времени Пензенская область может развивать другие формы размещения туристов, например: кемпинг, комфортабельные клубные гостиницы. Однако возможность дальнейших планов определит успех реализуемой в ближайшее время стратегии.

**Предприятия питания, организация торговли.** Одно из важнейших мест в туристической индустрии занимает система питания, она во многом определяет репутацию региона. Разнообразие предприятий питания позволит поддерживать хорошую репутацию Пензенской области в глазах туристов и потенциальных инвесторов.

Транзитная остановка в Пензенской области должна стимулировать туриста или бизнесмена совершить какую-либо покупку. Поэтому большое внимание следует уделить организации и рекламе торговли. Создаваемый бренд продуктов питания "Пензенская марка" должен иметь широкую рекламу еще на подъездах к городу.

Другими важными видами специализированной продукции являются:

- специальная информационная литература по Пензенской области;
- широкий спектр произведений народных промыслов (причем изделия могут продаваться в лавке-мастерской, где мастер создает и здесь же продает их);
- произведения живописи, графики, прикладного искусства, создаваемые современными художниками Пензенской области (авторские работы и репродукции), имитации (копии) предметов художественного творчества, представленных в музейных экспозициях Пензенской области.

Большое значение имеет тот факт, что организация туристической торговли отвечает интересам развития малого и среднего бизнеса в регионе.

Основным источником финансирования данного направления должны стать собственные средства предприятий, занятых в сфере торговли и услуг. Правительство Пензенской области должно разработать соответствующую систему мер стимулирования и поддержки.

### **Транспортно-логистический центр**

В силу выгодного положения Пензенской области перспективно создание транспортного и логистического центра для работы с оптовыми торговыми компаниями Среднего Поволжья и обеспечения международных и междугородних перевозок по федеральной трассе М5 (Москва-Самара-Челябинск) и федеральной автодороге Саратов - Нижний Новгород.

Правительству Пензенской области и Пензенскому агентству инвестиций и развития необходимо

провести дополнительные исследования и инициировать разработку данного инвестиционного проекта. В качестве потенциальных инвесторов можно рассматривать Buss Holding (Германия), Frans Maas Group и др.

### **8.2.2. Группа 5**

Предприятия, относящиеся к этой группе, имеют среднюю конкурентоспособность и находятся на рынках умеренной привлекательности. Их положение более устойчиво, чем компаний из 3 группы. Однако более низкая привлекательность отрасли предоставляет меньше потенциала для развития.

В целом инвестирование в эти предприятия связано со средним риском, но в месте с тем со средним уровнем дохода. Предприятия данных отраслей могут представлять интерес для холдинговых компаний, выстраивающих вертикально-интегрированные цепочки.

Длинный список потенциальных инвесторов в сектор строительных материалов включает Basse Sambre E.R.I.SA (Бельгия), "Главербель" (Бельгия), Mirage Granito Ceramiko (Италия), Rockwool (Дания), компания "Рок-Вул" (Дания), Optiros Group AB (Финляндия), НЛМК (Россия, Новолипецк), Lafarge (Франция).

### **8.2.3. Группа 7**

Пониженная привлекательность данных отраслей в совокупности с высокой конкурентоспособностью предприятий позволяет говорить о том, что эти виды бизнеса позволяют получать стабильную прибыль, однако перспективы для их развития ограничены. Привлечение инвестиций в такие компании связано, как правило, с поддержанием должного состояния основных активов предприятий, постепенной модернизацией оборудования и не направлено на широкую экспансию бизнеса.

Риски при инвестициях в данные отрасли малы, если они осуществляются на коротких или средних временных интервалах.

Другой альтернативой развития данных отраслей является диверсификация бизнеса на основе имеющейся производственной и технологической базы. В этом случае в качестве источника инвестиционных ресурсов могут выступать профильные иностранные инвесторы, планирующие осуществлять на территории России часть своего производственного процесса.

Сдерживающим фактором развития большинства предприятий данной группы является государственная форма собственности. Необходима согласованная работа Правительства Пензенской области, Федерального агентства по управлению федеральным имуществом и Министерства государственного имущества Пензенской области по акционированию предприятий и поиску инвестора.

## **8.3. Пониженный приоритет инвестирования**

### **8.3.1. Группы 6, 8, 9**

Предприятия данных отраслей обладают наименьшим внутренним потенциалом и наибольшими рисками из рассматриваемых групп. Однако это не означает, что они не могут быть интересны инвесторам. Тщательно разработанная стратегия развития, квалифицированный менеджмент и четкий план действий при наличии необходимых инвестиций могут изменить положение данных предприятий.

Для получения внешнего финансирования руководству данных компаний потребуется больше усилий, но и они имеют возможности для получения инвестиций.

## **Глава 9. Сравнительная инвестиционная эффективность отраслей экономики Пензенской области**

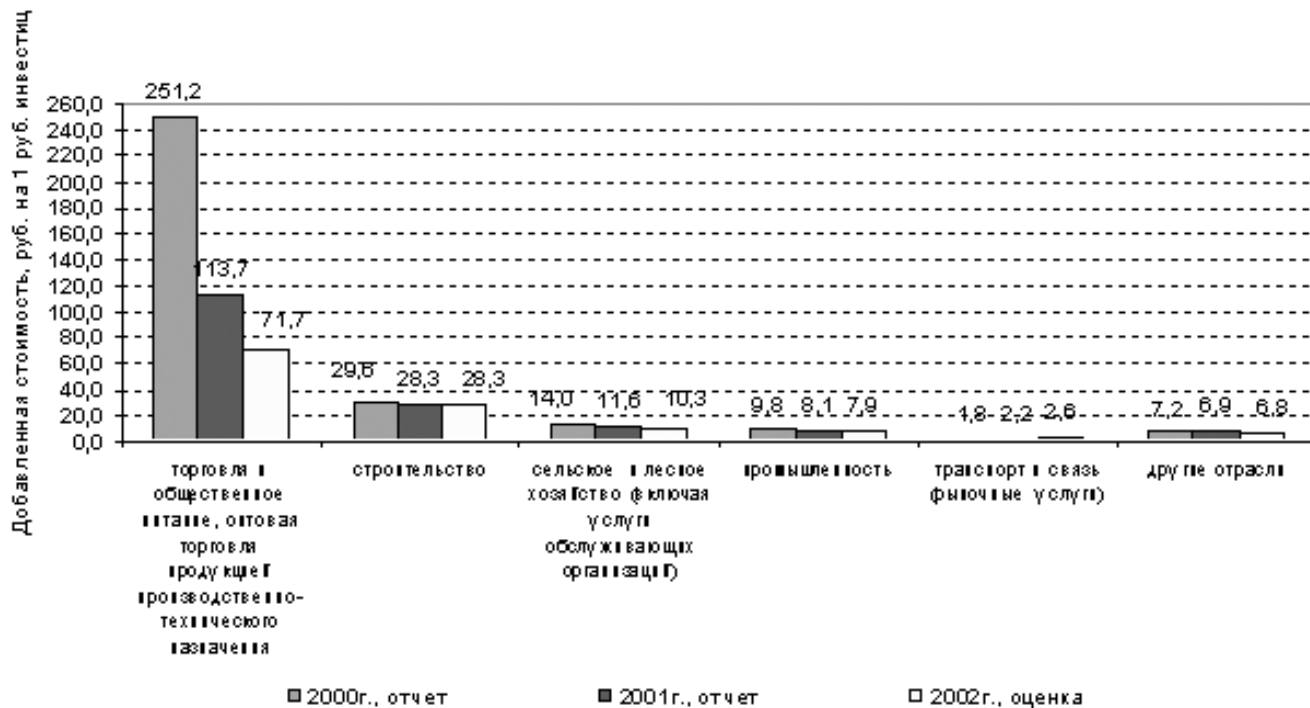
Набор инвестиционных приоритетов, сформированный с точки зрения вклада отраслей экономики в формирование ВРП(43), по ряду позиций совпадает с перечнем отраслей, привлекательных для инвесторов.

Так, с точки зрения вклада в формирование ВРП наиболее эффективной является отрасль "торговля и общественное питание, оптовая торговля продукцией производственно-технического

назначения". В 2002 году на 1 рубль инвестиций в этой отрасли было получено 72 рубля валовой добавленной стоимости (Диаграмма 4). Следующей отраслью по уровню инвестиционной эффективности является строительство - 28,3 рубля валовой добавленной стоимости на рубль инвестиционных вложений. Затем идет сельское и лесное хозяйство (10,3 рубля на 1 рубль инвестиций), промышленность (7,9), транспорт и связь (2,6).

Таким образом, текущие интересы потенциальных инвесторов и Правительства Пензенской области совпадают в направлении развития розничной торговли, сельского и лесного хозяйства.

**Диаграмма 4**



"Сравнительная эффективность инвестирования в отрасли хозяйства Пензенской области, формирующие ВРП"

## Глава 10. Развитие системы ипотечного кредитования

Одним из средств обеспечения устойчивого экономического роста является создание условий для масштабного развития рынка недвижимости. Приоритетной мерой для решения этой задачи является разработка и реализация программы ипотечного жилищного кредитования Пензенской области.

В рамках разработки и реализации Программы необходимо решение следующих задач:

- привлечение в ипотечное кредитование внебюджетных средств;
- предоставление субсидий жителям Пензенской области, получающим ипотечные кредиты за счет привлеченных внебюджетных средств.

### Участники программы

Участниками ипотечной программы жилищного кредитования Пензенской области являются Правительство Пензенской области, Законодательное Собрание Пензенской области, Агентство ипотечного кредитования Пензенской области (далее - АИК), кредитные и строительные организации, страховые и оценочные компании, учреждение юстиции по государственной регистрации прав на недвижимое имущество и сделок с ним на территории Пензенской области (далее - Регистрационная палата). На территории Пензенской области необходимо создание инфраструктуры, обеспечивающей функционирование программы и эффективное взаимодействие ее участников.

Распределение функций между участниками программы может осуществляться следующим образом:

- Правительство Пензенской области:
  - разрабатывает нормативные акты, направленные на развитие системы ипотечного кредитования, включая положения о сокращении сроков и снижении тарифов государственной регистрации недвижимости, приобретенной с помощью ипотечного кредита (займа);
  - предоставляет имущество из залогового фонда Пензенской области для обеспечения кредитов АИК;
  - ведет экономический мониторинг развития программы. Осуществляет оперативный контроль ее выполнения.
- Законодательное Собрание Пензенской области:
  - участвует в разработке нормативной правовой базы, обеспечивающей реализацию программы;
  - утверждает статьи бюджета, предусматривающие компенсацию расходов граждан при приобретении жилого помещения с помощью ипотечного кредита (субсидии).
- Агентство ипотечного кредитования Пензенской области (АИК) - акционерное общество:
  - выступает заказчиком жилищного строительства (в части строительства жилья в кредит) и финансирует это строительство;
  - формирует список участников программы и очередность в соответствии с критериями приоритетности;
  - осуществляет подготовку документов для государственной регистрации права собственности покупателей на приобретаемую недвижимость;
  - собственными силами или с привлечением специализированных организаций проводит андеррайтинг покупателя-заемщика и приобретаемого жилого помещения.
- Кредитные организации:
  - выдают кредиты АИК, необходимые для функционирования системы ипотечного жилищного кредитования.
- Строительные организации:
  - выполняют строительные-монтажные работы.
- Оценщики:
  - осуществляют оценку недвижимости.
- Страховые компании:
  - осуществляют страхование объектов залога, жизни и здоровья покупателей.
- Регистрационная палата:
  - регистрирует права собственности граждан.

### **Схема реализации процесса жилищного ипотечного кредитования**

Принципы и порядок предоставления субсидий на компенсацию части расходов заемщика по оплате ипотечного жилищного кредита могут быть определены в Законе Пензенской области "Об ипотечном жилищном кредитовании", или других нормативных правовых актах Пензенской области.

Базовая схема предоставления субсидий подразумевает оформление закладной, являющаяся по федеральному законодательству ценной бумагой. Первоначальным владельцем закладной может выступать Агентство ипотечного кредитования Пензенской области (АИК). После формирования пула закладных, они могут быть проданы созданному Правительством Российской Федерации ОАО "Агентство по ипотечному жилищному кредитованию" (далее АИЖК), либо выступить обеспечением кредита на строительство жилья или эмиссии облигаций.

Для обеспечения возврата сумм, предоставленных в кредит, при одностороннем отказе покупателя от платежей в области должно быть предусмотрено создание фонда жилья для временного поселения граждан, утративших жилье в результате обращения взыскания на жилое помещение за неисполнение денежных обязательств, обеспеченных ипотекой в соответствии со статьей 108 Жилищного кодекса Российской Федерации.

### **Ожидаемые социально-экономические результаты от реализации Программы**

Реализация Программы ипотечного жилищного кредитования Пензенской области позволит достичь следующих результатов:

- сделать приобретение жилья доступным для большей части населения Пензенской области;
- улучшить состояние жилищного фонда и условий проживания населения области;
- создать механизмы для привлечения на экономически выгодной основе в жилищную сферу средств населения и иных финансовых ресурсов,

- стимулировать развитие производственно-строительного сектора экономики Пензенской области;
- повысить доходы бюджета Пензенской области, бюджетов муниципальных образований Пензенской области за счет увеличения налогооблагаемой базы.

#### **Часть 4. Факторы реализации инвестиционной стратегии**

##### **Глава 11. Улучшение позиций Пензенской области в рейтинге инвестиционной привлекательности регионов России**

Ключевой позитивной чертой инвестиционного климата Пензенской области является его стабильность, которая формирует предсказуемые условия деятельности инвесторов на территории Пензенской области и, в целом, является существенным фактором снижения инвестиционного риска.

В целях повышения инвестиционной привлекательности представители власти, бизнес-сообщества и другие заинтересованные лица области предпримут целенаправленные усилия по дальнейшему снижению инвестиционного риска и повышению инвестиционного потенциала.

Эти усилия должны заключаться в следующем:

- Повышение финансовой эффективности действующих предприятий и привлечение наиболее высокопроизводительных и технически передовых предприятий в Пензенскую область.
- Стимулирование повышения темпов роста реальных доходов населения за счет постепенного повышения заработной платы, пенсий, пособий и иных социальных выплат; развития малого, семейного бизнеса и других форм вторичной занятости; создания конкурентной среды в сфере розничной торговли и оказания услуг населению.
- Стимулирование процесса технического перевооружения производства, обновления и выбытия основных фондов. Более активно привлекать инвесторов, не только на существующие производства, но и в создание принципиально новых предприятий на свободных площадках.
- Развитие системы страхования в области, стимулирование (в том числе, при участии Правительства Пензенской области) создания региональных страховых компаний.
- Стимулирование капитальных вложений в науку и научное обслуживание.
- Экспертные опросы показали, что решение перечисленных проблем и принятие властями области комплекса мер в рекомендованных направлениях инвестиционного развития позволят существенно снизить инвестиционный риск и повысить инвестиционный потенциал Пензенской области. В этом случае Пензенская область имеет перспективы в 2006-2007 году войти в число первых 30 наименее рискованных регионов.

##### **Глава 12. Создание прогрессивного инвестиционного законодательства**

Главной задачей совершенствования нормативно-правовой базы Пензенской области является создание полной, последовательной и непротиворечивой системы законодательного комплекса, формирующего систему привлечения и стимулирования инвестиций. При этом должны быть соблюдены следующие принципы:

- недопущение ухудшения условий для инвесторов;
- защита прав собственности и улучшение взаимодействий с корпоративным менеджментом;
- использование прогрессивного инструментария воздействия государства на частный бизнес.

Предоставление на законодательном уровне имущественных и иных правовых гарантий инвесторам является одним из факторов увеличения притока инвестиций в регион [\(44\)](#).

Помимо форм государственной поддержки инвестиционной деятельности значительное влияние на уровень инвестиционной привлекательности региона будут оказывать налоговые льготы, предоставляемые субъектам инвестирования. Правительство Пензенской области готово освободить субъектов инвестирования от всех налогов в пределах полномочий региональных органов власти.

Таким образом, первоочередными мероприятиями по совершенствованию инвестиционного законодательства должны стать принятие и изменение следующих законов.

###### **Принятие закона "О льготном налогообложении".**

Закон должен определять порядок и условия предоставления льгот в пределах полномочий региональных органов власти. Законом должна быть определена минимальная сумма инвестиций, при которой субъект инвестирования подлежит полному освобождению от налогов в пределах полномочий региональных органов власти.

При этом льготное налогообложение должно осуществляться при условии обязательного ведения отдельного бухгалтерского учета операций, осуществляемых при реализации приоритетных инвестиционных проектов.

Принципиально важным должно стать положение о налоговом стимулировании организаций до полной окупаемости вложенных средств.

#### **Дополнение Закона Пензенской области "О бюджетном устройстве и бюджетном процессе в Пензенской области" новой главой "О государственном долге Пензенской области".**

Законом должны быть отрегулированы отношения по управлению и обслуживанию регионального государственного долга, который представляет собой совокупность долговых обязательств региона в валюте Российской Федерации и иностранной валюте перед российскими и иностранными кредиторами и обеспечивается всеми активами, которыми распоряжаются региональные органы власти.

Такой закон должен закрепить формы, состав областного долга, принцип и порядок управления, контроля за его состоянием, порядок обслуживания, сроки погашения долговых обязательств, их предельные размеры и право Пензенской области на осуществление заимствований. При этом должны быть отдельно определены виды обязательств в форме ссуд, кредитов, гарантий области, организация управления долгом.

Принципиально важной является норма о том, что предельные объемы вновь принимаемых долговых обязательств на очередной финансовый год утверждаются в региональном законе о бюджете на очередной финансовый год.

Одним из способов обеспечения обязательств, в силу которого субъект Российской Федерации в лице своего исполнительного органа власти дает письменное обязательство отвечать за исполнение третьего лица, является государственная гарантия, верхний предел которой устанавливается в региональном законе о бюджете на очередной финансовый год.

Одним из важнейших шагов в развитии инвестиционной направленности экономики регионов начинает становиться развитие рынка субфедеральных ценных бумаг. Закон должен обеспечить стимулы к развитию инвестиционной направленности формируемого рынка областных и муниципальных ценных бумаг как наиболее эффективного инструмента привлечения финансовых ресурсов.

#### **Принятие на законодательном уровне программы развития регионального сотрудничества Пензенской области с другими субъектами Федерации и странами СНГ.**

Пензенская область как субъект Российской Федерации имеет право на установление и регулирование отношений с регионами России и странами СНГ в заключение договоров (соглашений). В этом случае могут быть разработаны приоритетные направления сотрудничества на основе федеральных и субфедеральных интересов Пензенской области, а также учтены многочисленные соглашения о сотрудничестве с другими регионами Российской Федерации.

#### **Дополнение Закона Пензенской области "О программе развития и поддержки малого предпринимательства в Пензенской области на 2003-2005 годы" новой главой "О региональной системе микрокредитования малых предприятий".**

Создание системы микрокредитования упростит доступ малых предприятий к кредитным ресурсам, решит вопрос обеспечения заемных средств.

Реализация нового механизма кредитования малого бизнеса может быть проведена через такую действующую институциональную структуру, как государственный фонд поддержки малого предпринимательства. При этом в качестве обеспечения возвратности кредита могут быть предоставлены такие виды обеспечения исполнения обязательства, как залог, поручительство, банковская гарантия. В случае отсутствия у малого предприятия имущества, необходимого для залога, возможно кредитование под сопоручительство двух и более лиц (под солидарную ответственность поручителей и заемщика). Размер платы за пользование кредитными средствами может зависеть от размера и срока кредита, представленного обеспечения, направления использования кредита и устанавливаться Правлением фонда поддержки малого предпринимательства.

Кроме того, необходимо сформировать систему управления, обеспечивающую скоординированную работу всех звеньев кредитно-гарантийной схемы, что в итоге должно обеспечить эффективное функционирование системы гарантийных механизмов поддержки малого предпринимательства. При этом необходимо выделить первоочередные меры, обеспечивающие достижение этих целей:

постепенный переход от государственного регулирования отдельных аспектов деятельности малого предпринимательства к саморегулированию через предпринимательские союзы и объединения;

ускоренное освоение современных кредитно-инвестиционных механизмов - лизинга, франчайзинга, специализированных инвестиционных институтов венчурного инвестирования; развитие схем кредитования малых предприятий с обеспечением кредитов личными средствами учредителей этих предприятий, а также гарантиями фондов поддержки предпринимательства, крупных предприятий,

заинтересованных в кооперационных связях с новыми малыми предприятиями;

использование имущества неэффективных и неплатежеспособных предприятий в качестве источника ресурсного обеспечения малого предпринимательства и создания объектов его инфраструктуры.

#### **Принятие закона "О дополнительных мерах поддержки лизинга".**

В областном законе о лизинге должны быть определены все участники лизинговой схемы, а также проработаны правовые вопросы, связанные с правом изъятия оборудования в случае невыполнения условий контракта лизингополучателем.

#### **Принятие закона "О дополнительных мерах поддержки венчурных инвестиций".**

Для активизации инновационной деятельности необходимо привлечение венчурного капитала, способствующего развитию малых и средних технологических предприятий. В законе необходимо прописать создание и условия для быстрого развития инновационной инфраструктуры, в качестве основных звеньев которой должно стать создание бизнес-инкубаторов.

Необходимо разработать порядок создания и функционирования таких центров, механизмов привлечения средств для предоставления им поддержки, особенно в части использования государственных ресурсов. Важной мерой должна стать норма о предоставлении предприятиям, осуществляющим инновационную деятельность, в течение 2-3 лет льготного режима развития по аренде помещений и оборудования, коммунальным платежам.

Создание венчурных фондов с прямым долевым государственным участием позволит снизить риски частных инвесторов, входящих в эти фонды, сыграть роль катализатора и агитатора в привлечении частных средств. Такая форма государственного содействия на начальной стадии становления венчурной индустрии показала свою эффективность практически во всех странах. В задачи венчурного фонда могут входить управление государственной долей средств в венчурных фондах, проведение конкурсов по отбору управляющих компаний, претендующих на привлечение государственных средств наравне с частными инвестициями во вновь создаваемые венчурные фонды, и контроль за использованием государственных средств через участие в принятии решений по инвестициям.

В законе должны быть даны четкие определения понятий венчурного капитала, порядок организации и формирования венчурного фонда, права и обязанности управляющей компании венчурного фонда, систему выхода венчурного капитала из предприятий.

#### **Развитие законодательства, связанного с развитием рынка земли и других объектов недвижимости.**

Нормативно-правовая база должна способствовать формированию эффективных пользователей земель и созданию условий для привлечения инвестиций в экономику Пензенской области. При этом в законах должно быть отражено положение о вовлечении в оборот земель, не используемых или не эффективно используемых их собственниками.

В законе должен быть прописан механизм, позволяющий получать максимальный эффект, прежде всего бюджетный, от использования земель и других объектов недвижимости. При этом должны быть определены порядок ценообразования на земельные участки, нормативы участков, передаваемых в соответствии с целевым назначением под существующие объекты, правила и принципы выявления и последующего перераспределения неиспользуемых земель.

#### **Изменение Закона Пензенской области "О залоговом фонде Пензенской области".**

Необходимо развитие нормы об использовании имущественных объектов и прав на них, входящих в состав залогового фонда в качестве залогового обеспечения государственных гарантий области. Целесообразно расширить эту норму за счет новой целевой статьи о государственных (областных) гарантиях, предоставляемых за счет объектов залогового фонда. При этом при получении государственных (областных) гарантий для реализации инвестиционных проектов заявителем может быть выставлено встречное обеспечение исполнения обязательства на условиях, предусмотренных договором между Правительством Пензенской области и заявителем.

Органы государственной власти Пензенской области могут путем внесения изменений в данный закон усовершенствовать порядок создания, формирования и использования залогового фонда области на основе предоставления гарантий органов исполнительной власти (с использованием залогового фонда), прежде всего, субъектам малого предпринимательства для получения банковского кредита на финансирование инвестиционных проектов. Финансовые средства на эти цели могут быть запланированы в Программе по развитию малого предпринимательства под обеспечение залогом, состоящим из объектов региональной собственности.

### **Глава 13. Агентство инвестиций и развития Пензенской области**

### **13.1 Предпосылки реформирования региональной системы обеспечения инвестиционных процессов**

В Пензенской области существует опыт создания и функционирования специализированных структур, занимающихся инвестиционной деятельностью, однако практика деятельности агентств, союзов, советов не привела к ожидаемым результатам - повышению инвестиционной привлекательности региона и увеличению притока инвестиций, поскольку деятельность этих организаций была направлена на решение локальных задач.

Проведенное исследование системы управления инвестиционным процессом позволяет определить два альтернативных пути развития:

Первый путь - развитие существующей системы управления посредством создания дополнительных штатных единиц в департаментах Правительства и увеличения затрат на подготовку специалистов инвестиционной сферы. При таком формате развития могут возникнуть неоправданные затраты на подготовку специалистов (текучесть кадров), а также - как следствие увеличения численности сотрудников - отсутствие концентрированной ответственности в вопросах повышения инвестиционной привлекательности и привлечения инвестиций.

Наиболее оптимальным путем достижения цели инвестиционного развития региона является привлечение для этого специализированной организации. Вариант конкурсной "закупки для государственных нужд" услуг по привлечению и размещению инвестиций позволит освободить государственный аппарат от несвойственных ему функций, сократить затраты на подготовку специалистов. Наиболее существенным преимуществом при данном варианте инвестиционного развития является индивидуализация ответственности при решении задач увеличения притока инвестиций в регион.

При указанном пути развития одним из звеньев инвестиционной инфраструктуры области должно являться Агентство инвестиций и развития Пензенской области - специализированная организация, получающая статус таковой на конкурсной основе и оказывающая Правительству Пензенской области в рамках Государственного контракта услуги по привлечению инвестиций в экономику Пензенской области, повышению инвестиционной привлекательности региона, сопровождению инвестиционных проектов.

Оптимизация региональной системы управления инвестиционным процессом создаст дополнительные преимущества региону в рамках формирования позитивного прогрессивного инвестиционного имиджа.

## **Глава 14. Инвентаризация и систематизация инвестиционных проектов**

В настоящее время Пензенская область представляет потенциальным инвесторам более 120 инвестиционных проектов, которые требуют инвентаризации и систематизации в соответствии со стратегическими инвестиционными приоритетами.

За предварительную оценку предлагаемых проектов, ведение и ежегодное обновление Каталога инвестиционных проектов отвечает специализированная организация, получающая на конкурсной основе статус Агентства инвестиций и развития Пензенской области. Каталог ведется в следующих форматах:

- в формате постоянно обновляемой on-line интернет-базы с поисковой системой на сайте Агентства инвестиций и развития Пензенской области;
- в формате периодически издаваемого бумажного справочника-буклета паспортов инвестиционных проектов и бизнес-предложений;
- в формате внутренней рабочей электронной базы данных инвестиционных проектов и бизнес-предложений Агентства инвестиций и развития Пензенской области.

### **14.1. Подготовка базы данных возможных инициаторов проектов**

Инициатива по включению тех или иных проектов в Каталог может исходить от органов федеральной, областной и муниципальной власти, от собственников или руководителей предприятий и организаций.

Рабочая группа Агентства инвестиций и развития Пензенской области планирует и проводит систематическую работу среди представителей местного бизнес-сообщества с целью получения информации о перспективных проектах на территории региона.

Помимо систематизации и предварительной оценки проектов, поступающих в Агентство

инвестиций и развития Пензенской области от заинтересованных лиц, Агентство инвестиций и развития Пензенской области инициирует процесс активного поиска для включения в каталог перспективных проектов. Для этого на основе приоритетных направлений развития, определенных в Инвестиционной стратегии, аналитическая группа Агентства инвестиций и развития Пензенской области:

- готовит перечень компаний, которые соответствуют определенным в стратегии направлениям;
- собирает паспортную информацию по данным компаниям.

На основе сформированной базы данных аналитическая группа ПАИР регулярно осуществляет поиск информационных поводов и проведение целевых маркетинговых исследований с целью обращения к компаниям региона с предложением формализации возможных проектов.

#### **14.2 Основные этапы работы по формированию и систематизации каталога проектов**

Полученная информация о проектах заносится в электронную базу данных инвестиционных проектов и бизнес-предложений Агентства инвестиций и развития Пензенской области в едином утвержденном формате (см. [Приложение 1](#). Паспорт инвестиционного проекта).

Консультанты Агентства инвестиций и развития Пензенской области проводят предварительную экспертизу проектов и организуют необходимые интервью с инициаторами/заинтересованными лицами предлагаемых проектов с целью уточнения имеющейся и получения недостающей информации. Методика и критерии предварительной оценки инвестиционных проектов разрабатываются экспертной группой Агентства инвестиций и развития Пензенской области, согласуются с Правительством Пензенской области и публикуются в специализированных изданиях.

На основании результатов обсуждения уточняющих интервью на заседании рабочей группы Агентства инвестиций и развития Пензенской области принимается решение о включении предлагаемого проекта в каталог.

Вторым этапом является классификация перспективных проектов по группам, в зависимости от предполагаемого источника финансирования.

Определение возможного инвестора, предлагаемого к реализации проекта, носит предварительный характер и означает, что данный проект входит в рамки интересов обозначенных финансовых институтов и тех программ, по которым они работают.

Проекты классифицируются по следующим группам:

- Претендующие на включение в федеральные комплексные целевые программы (инвестирование из федерального бюджета);
- Претендующие на включение в областную инвестиционную программу (инвестирование из бюджета Пензенской области);
- Проекты, предлагаемые для финансирования западным институциональным инвесторам;
- Проекты, предлагаемые для финансирования частным инвесторам.

#### **14.3. Формат описания инвестиционных проектов в соответствии с требованиями потенциальных инвесторов**

В отношении компаний/программ, которые в соответствии с предварительной оценкой могут получить быстрое финансирование, необходимо инициировать процесс подготовки более детального описания проектов - информационных меморандумов.

Источник финансирования работ по подготовке документов зависит от характера предполагаемых к реализации проектов.

Информационные меморандумы должны соответствовать требованиям потенциальных инвесторов.

Структура информационного меморандума может меняться в зависимости от характера проекта, но он должен оставаться кратким (не более 30 страниц) и содержать следующие разделы:

- Краткое обобщение.

Позволяет инвестору быстро оценить основные параметры проекта, которые более подробно освещаются в других разделах документа.

- Продукт/услуга.

Инвесторы всегда рассматривают продукт/услугу с точки зрения покупателя. Нет покупателей - нет прибыли. Необходимо ответить на два вопроса: будет ли спрос на предлагаемый продукт/услугу, и почему его купят у данной, а не у другой компании?

В данном разделе не нужно представлять излишнюю техническую информацию. Если идея

проекта понравится инвесторам, то они проведут независимую техническую экспертизу.

- Менеджмент.

Многие западные инвесторы инвестируют в менеджмент, а не в идеи. Необходимо показать, что менеджмент компании-заявителя успешно работает вместе как команда, каждый член команды имеет соответствующее образование и опыт работы.

- Рынок и маркетинговый план.

Необходимо описать результаты маркетинговых исследований и рассказать о стратегии предприятия, представив информацию по уровню спроса, целевому рынку и конкурентах, ценовой стратегии предприятия, плану продвижения товара до потребителя, рекламной политике.

- Структура управления.

Структура управления представляется в виде диаграммы с кратким описанием функций каждого отдела. Инвесторам важно увидеть, что предложенная система гибка и позволит быстро и эффективно принимать решения.

- План реализации проекта.

Необходимо представить план реализации каждого этапа проекта. Таблица с описанием процессов и их временных затрат является удобным способом представления информации.

- Финансовый анализ.

Недостаточно ограничиться представлением только расчетов предполагаемых расходов. Инвесторам важно представить финансовую модель компании и прогнозные расчеты потока наличности. Необходимо показать предполагаемые денежные поступления от реализации проекта и расходы на каждом этапе. Прогнозные расчеты должны подтвердить все предположения, сделанные в предыдущих разделах документа.

- Риски.

Важно показать инвестору, что предприятие-инициатор проекта может управлять основными рисками. Необходимо представить предварительные оценки рисков в форме 3-х сценариев: "базовый" (наиболее вероятный сценарий), "лучший сценарий" и "худший сценарий" и дать подробное описание "базового сценария".

## **Глава 15. Создание и ведение реестра инвестиционных площадок и геоинформационной системы Пензенской области**

### **15.1. Назначение региональной геоинформационной системы**

Правительство Пензенской области должно не только способствовать формированию благоприятных условий для реализации инвестиционных проектов существующих предприятий, но и предоставлять условия для возможной реализации собственных проектов инвесторов на территории Пензенской области.

Создание геоинформационной системы (далее - ГИС) на территории Пензенской области позволит заявить существующие и потенциальные инвестиционные площадки и отразить параметры и характеристики всех земельных участков, в том числе на территории населенных пунктов области.

Под геоинформационной системой понимается совокупность взаимосвязанных и постоянно обновляемых электронных систем и баз данных, максимально полно описывающих территорию региона или муниципального образования. В качестве основных элементов описания выступают:

- правовое зонирование территории;

- природно-климатические аспекты (геология, гидрология, полезные ископаемые и т.п.);

- культурно-историческое зонирование территории (наличие и расположение памятников истории и культуры);

- характер застройки территории;

- дорожная сеть;

- инженерные коммуникации (послойно, по видам инженерного оборудования) и т.д.

Создание ГИС является одним из приоритетных направлений реализации Инвестиционной стратегии региона.

Помимо достоверной информации, отвечающей требованиям всех участников инвестиционного процесса, ГИС является важнейшим фактором формирования в регионе благоприятного инвестиционного климата и одним из наиболее выигрышных моментов PR-кампании Пензенской области.

### **15.2. Составление и ведение реестра инвестиционных площадок**

Ввиду того, что создание полномасштабной ГИС требует значительных финансовых средств и времени, предполагается начать ее реализацию с подготовки электронных описаний (паспортов) земельных участков как инвестиционных площадок региона и составления соответствующего Реестра инвестиционных площадок (далее - Реестр) с целью последующего предоставления потенциальным инвесторам в качестве предложения по размещению определенных типов производств на территории каждого участка.

Площадки, включаемые в Реестр делятся на следующие типы:

- застроенные и оборудованные (наличие коммуникаций, зданий, сооружений);
- резервные площадки (инфраструктурно-обустроенные);
- "зеленые" площадки (green fields).

Инициатива по включению тех или иных площадок в Реестр может исходить от органов федеральной, областной и муниципальной власти, а также иных юридических лиц - собственников или долговременных арендаторов (по согласованию с собственниками) данных площадок, т.е. включение площадок в Реестр производится на основании заявления собственника (арендатора) и приложенного к заявлению краткого предварительного описания инвестиционной площадки (см. Приложение В "Паспорт инвестиционной площадки").

Рабочая группа Агентства проводит работу среди представителей местного бизнес-сообщества с целью объяснения назначения Реестра и поиска потенциальных площадок для включения в Реестр.

При формировании паспорта основную часть анализируемых материалов составляют топографические съемки, чертежи, схемы, которые необходимо представить в формате, доступном для восприятия лицами, не обладающими специальными знаниями. По завершению обработки документированная информация об объектах недвижимости и элементах инженерно-транспортной инфраструктуры, составляющая основное содержание паспорта будущей инвестиционной площадки, вносится в стандартизованную базу данных.

## **Глава 16. Кадровое обеспечение инвестиционной стратегии**

Реализация и развитие конкурентных преимуществ Пензенской области в рамках инвестиционной стратегии зависит от уровня профессиональной подготовленности делового сообщества как на уровне Правительства Пензенской области и муниципальных образований, так и отдельных инвестиционных проектов.

### **16.1. Задачи кадрового обеспечения**

Развитие кадрового потенциала подразумевает решение следующих задач:

- Расширение круга руководителей и специалистов Пензенской области с системным видением возможностей и инструментов развития инвестиционной и предпринимательской деятельности по широкому спектру направлений на различных уровнях управления.
- Укрепление делового сообщества, способного обеспечить формирование благоприятных условий и механизмов для привлечения инвестиций и социально-экономического развития региона в целом.
- Повышение качества преподавания экономических наук в Пензенской области (прежде всего финансового менеджмента, маркетинга) путем участия в переподготовке профессорско-преподавательского состава образовательных учреждений соответствующего профиля.
- Развитие в регионе деловой культуры предпринимательства, основанной на высоких этических нормах, профессионализме, социальной ответственности и партнерстве.
- Углубление международных связей и делового сотрудничества.

### **16.2. Направления кадровой работы**

Кадровое обеспечение стратегии предполагает системную работу по следующим направлениям:

- Первое направление - оценка образовательных потребностей представителей регионального бизнеса и власти.

Эффективное обучение основывается на качественном и количественном анализе потребностей различных групп слушателей (сегментировании) и формировании "целевых" учебно-консультационных программ.

- Второе направление - "инвентаризация" партнерских организаций, оценка возможностей представителей образования, науки, консультационного бизнеса для реализации партнерских проектов и кумулятивного распространения знаний в регионе. Это направление предполагает формирование банка данных организаций (университетов, консультационных фирм, бизнес-школ и т.п.), располагающих подготовленными специалистами и техническими возможностями обучения, а также банка данных "персоналий" - специалистов с указанием сфер их профессиональной компетенции и возможных интересов. Специалисты могут быть привлечены к образовательной и консультационной деятельности в регионе.

- Третье направление - развитие современных систем обучения, переподготовки и повышения квалификации на базе передовых знаний и технологий, включая дистанционное обучение.

- Четвертое направление - создание коммуникационной среды (деловых форумов, конференций, консультационно-справочных пунктов, сайтов в Интернете и т.п.) для обучения, информационного обмена и развития сотрудничества в России и за рубежом.

### **16.3. Целевые группы**

Образовательная деятельность должна охватывать различные категории представителей регионального бизнеса и власти, среди которых можно выделить следующие группы:

- Государственные администраторы - работники Правительства Пензенской области и муниципальных образований;

- Деловая элита области - высшие менеджеры крупных компаний;

- Реципиенты инвестиций - руководители и специалисты государственных и частных организаций/компаний, осуществляющих инвестиционные проекты;

- Менеджеры-профессионалы - руководители государственных и частных организаций с хорошей и удовлетворительной профессиональной подготовкой и незначительным практическим опытом инвестиционной деятельности;

- Менеджеры - руководители государственных и частных организаций (как правило, малых и средних) с недостаточной профессиональной подготовкой и отсутствием опыта инвестиционной деятельности;

- Ведущие преподаватели экономических дисциплин вузов;

- Бизнес-консультанты;

- Представители СМИ.

Каждая из перечисленных групп предполагает свой набор целей и профессиональных задач, а также требований к содержанию, форме, месту и продолжительности обучения.

Основным ориентиром при дифференциации подходов к обучению той или иной кадровой группы являются ключевые компетенции (знания и навыки), которые необходимо получить или развить в процессе обучения. Именно поэтому в основе кадровой работы лежит анализ требований к той или иной профессиональной группе и описание результатов, которые нужно и возможно получить в результате обучения.

В зависимости от уровня управленческой ответственности при принятии инвестиционных решений та или иная группа должна иметь необходимые компетенции, чтобы грамотно сформулировать ответы на ключевые вопросы:

- что необходимо делать, чтобы обеспечить реализацию своей функции в рамках инвестиционных программ, проектов и отдельных мероприятий (оперативный уровень);

- как необходимо организовать работу команды по реализации инвестиционных программ, проектов и отдельных мероприятий (тактический уровень);

- в каком направлении следует действовать; каким образом выбирать, выстраивать и перестраивать оптимальный набор имеющихся ресурсов для достижения, сохранения и пересмотра конкурентных преимуществ; к каким изменениям стремиться в долгосрочном плане (стратегический уровень).

В зависимости от уровня управленческой ответственности и целевых установок каждой группы задаются параметры обучающих программ и определяется основной профиль обучения (стратегический, тактический или оперативный).

### **16.4. Принципы обучения**

При профессиональной подготовке делового сообщества необходимо придерживаться следующих принципов:

- Постоянное обучение. При постоянном обновлении требований к ключевым компетенциям управленцев обучение должно носить постоянный и, по возможности, "упреждающий" характер. Поэтому всякий результат обучения следует рассматривать как промежуточное достижение, подготавливающее к следующему этапу переоценки и обновления знаний, к новому этапу профессионального развития. Этот подход к образованию получил широкое признание в мировой практике как концепция постоянного обучения.

- Формирование стратегического мышления. Тематика образовательных мероприятий в рамках актуальных бизнес-курсов должна обязательно включать вопросы стратегии развития региона, а также стратегии развития компании. Целью такого обучения является формирование стратегического мышления и овладение инструментами разработки и реализации стратегий.

- Практическая направленность. Отличительной особенностью образовательных мероприятий должна стать практическая направленность обучения, основанная на изучении и применении наилучшей отечественной и мировой практики.

## Глава 17. Коммуникационная стратегия

Коммуникационная стратегия является составной частью инвестиционной стратегии области.

Цель коммуникационной стратегии Пензенской области - создание у потенциальных инвесторов образа области как места, привлекательного для размещения инвестиций.

Проведенный сравнительный анализ ключевых сторон инвестиционного имиджа Пензенской области позволяет выделить следующие имиджевые преимущества (дифференцирующие характеристики) Пензенской области, определяющие потенциал развития ее имиджа.

Таблица 37

### Имиджевые преимущества Пензенской области

Имиджевые преимущества	Целевая аудитория, для которой данное преимущество наиболее значимо
Область, активно создающая условия и инфраструктуру для привлечения инвестиций	Все категории инвесторов
Транспортный узел, открывающий доступ к потребительским рынкам Центра России и Поволжья	Дорожно-транспортные компании, логистический сервис, оптовая торговля
Экологически чистый регион	Сельскохозяйственное производство и переработка, туристический бизнес
Область с благоприятным социокультурным и социо-политическим климатом и низким уровнем криминальных рисков	Туристический бизнес, зарубежные инвесторы
Область, обладающая молодым и относительно дешевым кадровым потенциалом	Все категории инвесторов
Полигон для развития малого бизнеса	Международные и российские фонды и структуры, реализующие различные программы развития малого и среднего бизнеса
Высокий научно-технический потенциал	Инвесторы, ориентированные на развитие высокотехнологичных производств

Резюмируя выделенные имиджевые преимущества Пензенской области, можно предложить следующие варианты краткой формулы имиджа области для формирования бренда области:

- Пензенская область - ключ к Поволжью, ключ к России;
- Пензенская область - земля для роста;
- Пензенская область - благая земля, светлый край;
- Пензенская область - малая родина малого бизнеса.

Закрепление бренда области предполагает использование набора кратких имиджевых формул в рекламно-полиграфической продукции, щитовой рекламе, при оформлении выставочных экспозиций, подготовке имиджевых программ и публикаций.

## **17.1. Приоритетные целевые группы**

В рамках реализации коммуникационной стратегии Пензенской области выделяются следующие приоритетные целевые группы:

### **17.1.1. Референтное сообщество**

Референтное сообщество - это целевые группы, которые, не являясь сами инвесторами, формируют мнение инвесторов и влияют на их решения о размещении инвестиций.

Данная целевая группа включает:

- представителей федеральных и региональных властных структур (Администрация Президента Российской Федерации, профильные министерства - Минэкономразвития, Минфин, Минпромнауки, Федеральное Собрание Российской Федерации, руководство ПФО, губернаторы и руководители Правительств других регионов), а также представителей руководства зарубежных стран (посольств и консульств);

- российское бизнес-сообщество, ассоциации и структуры, объединяющие представителей деловых кругов (ТПП, РСПП, отраслевые союзы, бизнес-клубы);

- экспертное сообщество (референтные эксперты в области экономики и инвестиций, специализированные институты, представители консалтинговых и рейтинговых агентств);

- российские и зарубежные информационные агентства (международные - Рейтер, BBC, CNN и др., федеральные - ИТАР-ТАСС, Интерфакс, РБК, РИА, Финмаркет и др., региональные - Regions.ru, Regnum.ru, Волгаинформ, Приволжье) и СМИ (российские деловые издания - Moscow Times, Moscow Tribune, Russia Journal, издания дома Коммерсантъ, Ведомости, Эксперт, Финансовая газета, Финансовые известия и др., общественно-политические издания - АиФ, Известия, Комсомольская правда, Московские новости, Российская газета, ведущие телеканалы).

Эта категория способствует доведению до потенциальных инвесторов экспертных мнений и информации об имиджевых преимуществах области, организации контактов с инвесторами, лоббированию интересов области при принятии решений инвесторами.

Приоритетными действиями для Пензенской области при работе с референтным сообществом являются:

- расширение персональных контактов Губернатора, членов Правительства Пензенской области, руководства ТПП, депутатов Федерального Собрания, бизнес-элиты области с представителями целевой группы;

- привлечение представителей целевой группы к участию в проектах и мероприятиях, реализуемых в рамках инвестиционной стратегии;

- налаживание полноценного информационного обмена об инвестиционных процессах, программах и проектах;

- закрепление в массовом и специализированном сознании имиджевых преимуществ области;

- позиционирование области в соответствии с определенными в рамках инвестиционной стратегии приоритетами инвестиционного развития области.

Система инвестиционных приоритетов формирует основу для взаимодействия с представителями целевой группы:

- с учетом позитивного опыта других регионов приоритетными являются представители стран с аналогичной отраслевой специализацией (машиностроение и металлообработка, сельхозпроизводство и пищевая промышленность, деревообработка), потенциально заинтересованных в развитии аналогичных производств в России;

- с учетом опыта области в межрегиональной кооперации приоритетными являются

представители регионов, которые потенциально заинтересованы в размещении производства комплектующих на производственных площадях области для встраивания в межрегиональные технологические цепочки;

- с учетом позитивного опыта Новгородской и Ярославской областей, инвестиционная привлекательность которых существенно возросла при позиционировании в качестве региона-сателита ("инвестиционного резерва") для Санкт-Петербурга и Москвы соответственно, перспективно также позиционирование Пензенской области в глазах целевой группы в качестве "инвестиционного резерва" для инвестиционно-привлекательных регионов Центра России и Поволжья.

Технология работы с данной целевой группой базируется на проявлении инициативы, демонстрации современных подходов и готовности к сотрудничеству.

### **17.1.2. Потенциальные инвесторы**

Потенциальные инвесторы - это целевые группы, которые принимают решения о размещении инвестиций.

Данная целевая группа включает:

- представителей органов государственного управления, осуществляющих программно-целевое выделение средств федерального бюджета;

- международные организации, банки и финансовые институты, в том числе фонды венчурного капитала и фонды прямых инвестиций, а также организации, распределяющие гранты и средства международной технической помощи;

- российские коммерческие банки, страховые компании, пенсионные и другие специализированные фонды;

- иностранные компании и корпорации;

- российские финансово-промышленные группы;

- население области как один из источников инвестиций.

Эта категория является наиболее важной целевой группой, от эффективности взаимодействия с которой, в конечном счете, зависит успех инвестиционной стратегии.

Приоритетными действиями для Пензенской области при работе с потенциальными инвесторами является:

- привлечение внимания к области как к потенциальному месту размещения инвестиций, предоставление объективной информации о соотношении инвестиционного потенциала области и инвестиционных рисков, о значимых факторах, формирующих это соотношение, об имиджевых преимуществах области;

- информирование о реализуемой в области программе, направленной на повышение ее инвестиционной привлекательности и создание благоприятного для инвесторов климата, о разработанной инвестиционной стратегии и о деятельности ПАИР;

- формирование в среде потенциальных инвесторов имиджа Губернатора Пензенской области как влиятельного в области и на федеральном уровне политического лидера;

- оперативное предоставление открытой информации о социально-экономическом положении области, положении предприятий и финансовых институтов, региональных рынках, региональной законодательной базе, регулирующей инвестиции, и иной открытой информации, интересующей инвестора;

- предоставление информации об инвестиционных потребностях Пензенской области, презентация конкретных инвестиционных проектов, предоставление проработанных бизнес-планов;

- информирование о совершенствовании правового обеспечения инвестиционной деятельности, механизмов, обеспечивающих гарантии возврата инвестированных средств;

- информирование о перспективах развития Пензенской области, о перспективах бизнеса, об успешных примерах инвестирования в Пензенскую область.

Технология работы с данной группой базируется на оперативном предоставлении достоверной, проработанной и выигрышно оформленной информации через общедоступные информационные каналы (специализированные издания, Интернет, соответствующие буклеты), через референтное сообщество, а также в ходе прямых контактов.

### **17.1.3. Внутриобластные поддерживающие группы**

Внутриобластные поддерживающие группы - это целевые группы, которые создают благоприятный климат для привлечения работы инвесторов в Пензенской области.

Данная целевая группа включает:

- население Пензенской области;
- региональное бизнес-сообщество;
- представителей административных органов.

Эта категория формирует свое отношение к реализуемой инвестиционной стратегии и, выражая ей поддержку или сопротивление, влияет на успех реализации конкретных инвестиционных проектов и, в конечном счете, на формирование благоприятного климата для инвестиций и повышение инвестиционной привлекательности области (повышение потенциала и снижение рисков).

Приоритетами при работе с внутриобластными поддерживающими группами является:

- информирование населения Пензенской области о разработке и ходе реализации инвестиционной стратегии, об успешных примерах инвестиционных проектов и выгодах, получаемых в результате населением области (создание дополнительных рабочих мест, увеличение возможностей бюджета для реализации социальных программ, повышение уровня жизни);
- стимулирование регионального патриотизма, заинтересованности населения в успешном развитии Пензенской области, общего видения целей и направлений развития;
- повышение доверия населения Пензенской области к бизнесу, стимулирование предпринимательской инициативы;
- преодоление в среде деловой элиты и населения Пензенской области в целом предубеждений против внешних инвесторов, связанных с опасениями недобросовестности инвесторов, потери контроля над бизнесом, отсутствием у инвесторов внимания к социальным проблемам Пензенской области;
- формирование уважительного отношения к инвесторам со стороны представителей административных органов, формирование культуры конструктивного взаимодействия между административными органами и бизнесом, демонстрация прецедентов конструктивного разрешения проблемных ситуаций.

Технология работы с данной целевой группой базируется на предоставлении населению максимально полной и доступной информации о реализуемой инвестиционной стратегии, достигнутых успехах, новых возможностях и социальных программах, а также на подкреплении этой информации оценками референтных для населения фигур.

Выделенные три целевые группы задают основание для планирования трех уровней PR-кампании для обеспечения успешной реализации инвестиционной стратегии.

## **17.2. Уровни PR-кампании Пензенской области**

### **17.2.1. Первый уровень PR-кампании**

PR-кампания первого уровня - это привлечение внимания к Пензенской области потенциальных инвесторов и формирование в референтном сообществе позитивного мнения об области как привлекательном месте для размещения инвестиций.

Основная цель PR-кампании первого уровня может быть определена как преодоление недифференцированности сложившегося представления о Пензенской области (низкая информированность, восприятие области как типичного региона без выраженных имиджевых преимуществ).

PR-кампанию первого уровня целесообразно планировать в два этапа.

Первый этап предполагает в течение не менее года интенсификацию распространения информации об области с акцентом на позитивных инициативах области по привлечению инвестиций и имеющихся в области точек роста.

Второй этап предполагает фокусировку внимания представителей референтного сообщества на позитивных результатах реализации инвестиционной стратегии и на имиджевых преимуществах Пензенской области. Важной составляющей всей кампании является формирование позитивного имиджа Губернатора Пензенской области как проводника изменений и политического гаранта инвестиций.

### **Рекомендуемые направления и мероприятия для PR-кампании первого уровня**

В рамках реализации Кампании необходимо:

**Формирование областного пресс-центра.**

Организационной базой для областного пресс-центра может выступить пресс-служба Правительства Пензенской области или уполномоченной специализированной организации, оказывающей на договорной основе услуги по привлечению инвестиций и сопровождению инвестиционных проектов в Пензенской области (Агентство). Первоначально необходимо выделение одной штатной единицы для организации взаимодействия с федеральными СМИ. В последующем областной пресс-центр может быть выделен в самостоятельную структуру (информагентство).

#### **Проведение переговоров с ведущими российскими и региональными информационными агентствами, а также печатными и электронными СМИ.**

В результате переговоров по вопросам информационного партнерства необходимо отработать систему предоставления информации, подобрать партнеров среди работающих в Пензенской области СМИ и журналистов, обсудить возможности создания представительств (корпунктов). В дальнейшем подобные переговоры могут быть проведены с зарубежными СМИ и информагентствами, работающими в России. Для налаживания взаимодействия с федеральными СМИ целесообразна организация целевых пресс-туров для представителей федеральных СМИ в Пензенскую область (не реже одного раза в полугодие, тематика определяется в связи с инвестиционными приоритетами).

#### **Создание специализированного областного сайта деловой направленности, ориентированного преимущественно на внешних посетителей, либо пресс-сайта.**

Сайт должен соответствовать современным Интернет-стандартам по своему дизайну и навигации, иметь англоязычное зеркало и содержать поток новостей, имеющих не только региональное значение, но и эффективную справочную систему, интерактивную карту, варианты видеопрезентаций, аналитику по тенденциям и перспективам развития Пензенской области (стратегический план развития), информацию об областном законодательстве, презентацию основных инвестиционных проектов, основную информацию о деловых сервисах и т.п.

Сайт позиционируется как ресурс ПАИР и обеспечивает площадку для целевого распространения информации.

#### **Размещение в центральных изданиях имиджевых и презентационных материалов по Пензенской области.**

Размещение на договорных началах в центральных СМИ (Эксперт, НГ и т.п.) презентации региона, имиджевых интервью Губернатора и других представителей Пензенской области. Соответствующие публикации могут реализовываться при поддержке предприятий области на основе принципа "реклама + PR", по которому работает большинство федеральных СМИ. Эффективным имиджевым ресурсом является налаживание областным пресс-центром размещения актуальных комментариев первых лиц Пензенской области в федеральных и зарубежных СМИ.

#### **Целевой отбор мероприятий VIP-уровня, проводимых на международных, федеральных площадках и площадках ПФО, для персонального участия Губернатора Пензенской области.**

Критерием для отбора мероприятий является экономическая (отраслевая) и инвестиционная направленность, участие первых лиц государства и руководства ПФО, представителей крупнейших российских и зарубежных бизнес-структур, губернаторов крупных регионов. Рекомендуемая в течение периода интенсивность - не реже одного VIP-мероприятия в два месяца.

#### **Координация персональных контактов Губернатора, членов Правительства Пензенской области, руководства ТПП, депутатов Федерального Собрания, бизнес-элиты области с представителями целевой группы.**

На основе договоренностей лидеров политического и делового сообщества области о совместных действиях по реализации инвестиционной стратегии области целесообразно задействовать совокупность персональных контактов для организации переговоров с представителями целевой группы и организации VIP-визитов в Пензенскую область.

#### **Развитие бизнес-инфраструктуры для приема инвесторов и VIP-гостей.**

Целесообразно развивать в Пензенской области современную инфраструктуру для деловых контактов (модернизация гостиничного и ресторанного сервиса, конференц-залов и выставочных помещений и их оснащенности, качество обслуживания в фирменном поезде и т.п.), подготовить новые качественные презентационные материалы о Пензенской области и наладить систему их распространения (см. следующий раздел), разработать специальный протокол для приема VIP-гостей, наладить специализированное обучение для представителей Правительства Пензенской области и сервисных инфраструктур по протоколу приема VIP-гостей.

#### **Расширение участия в проектах и мероприятиях, реализуемых в области в рамках инвестиционной стратегии, партнеров и экспертов федерального и международного уровня.**

Данное направление предполагает привлечение партнеров и экспертов федерального и международного уровня для разработки и оценки реализуемых в области проектов, включение их в конкурсные комиссии и экспертные советы. Одновременно целесообразна координация программ поиска грантов для развития учебных и научно-исследовательских программ, программ развития

самоуправления, для научно-коммерческих организаций и т.п. На основе информации отраслевых министерств и ведомств Пензенской области целесообразно проведение переговоров по предоставлению площадки Пензенской области для пилотной отработки перспективных федеральных программ.

#### **Подготовка и проведение в области собственных мероприятий межрегионального и федерального уровней с участием представителей экспертного сообщества.**

В соответствии с приоритетами инвестиционной стратегии и выделяемыми имиджевыми преимуществами целесообразно планирование мероприятий (конференций, выставок) по следующим направлениям:

- региональное законодательство и инвестиционный климат;
- современная логистика;
- новые технологии для АПК;
- производство продуктов питания для регионов Поволжья;
- дерево как современный стройматериал;
- развитие мебельной отрасли в России;
- здоровое питание и экология;
- снижение криминальных рисков в регионе как фактор повышения его инвестиционной привлекательности;
- перспективы развития малого бизнеса в регионах;
- молодежные кадры в современном бизнесе.

Определение конкретных мероприятий осуществляется на основе предложений отраслевых министерств и ведомств и специалистов с учетом анализа проводимых по данной тематике мероприятий. При подготовке соответствующих мероприятий используется авторитет Губернатора, других VIP-персон Пензенской области для повышения статусности мероприятия и уровня его участников.

#### **Проведение специализированных культурных мероприятий.**

Целью таких мероприятий является привлечение внимания к области различных слоев населения и расширение потока туристов, посещающих область. На основе культурных достопримечательностей и традиций области в перечень таких мероприятий могут быть включены:

- Лермонтовские чтения (повышение статуса);
- Фестиваль провинциальных писательских талантов (премия);
- Фестиваль молодежных театров;
- Совместные мероприятия с Русской православной церковью, с представителями других церквей;
- Студенческая олимпиада и т.п.

Отбор мероприятий проводится на основе предложений Министерства культуры, а также предложений других представителей культурной общественности области. Аналогично используется авторитет Губернатора, других VIP-персон Пензенской области для повышения статусности мероприятия и уровня его участников.

#### **Брендинг торговых марок, связанных с областью.**

Для позиционирования области как перспективной и развивающейся формируется бренд "Пензенская марка" и совместно с участвующими в программе предприятиями реализуется скоординированная программа брендинга их продукции. В качестве наиболее перспективных для участия в такой программе могут рассматриваться вода "Кувака", Кузнецкая водка, Пензенские конфеты, Пензенское пиво, молоко- и мясопродукты и т.п.

### **17.2.2. Второй уровень PR-кампании**

Целью PR-кампании второго уровня является формирование среди инвесторов отношения к Пензенской области как привлекательному месту для размещения инвестиций и подготовка конкретных договоренностей при помощи адресного донесения до потенциальных инвесторов информации об инвестиционных потребностях области и конкретных инвестиционных проектах, а также мотивирование инвесторов на участие в их реализации.

PR-кампания второго уровня реализуется на основе наработанных в процессе привлечения внимания к области коммуникационных ресурсов и постепенно надстраивается над PR-кампанией первого уровня.

#### **Рекомендуемые направления и мероприятия реализации PR-кампании второго уровня**

## **Проведение специальных презентаций инвестиционных потребностей и преимуществ Пензенской области, а также конкретных инвестиционных проектов (формат "Дней Пензенской области").**

"Дни Пензенской области" проводятся как с целью расширения рынков сбыта для предприятий области, так и для привлечения потенциальных инвесторов. Территории, на которых проводятся "Дни Пензенской области", определяются на основе региональных приоритетов инвестиционной стратегии. В соответствии с инвестиционным потенциалом территорий, определяемым в результате предварительного маркетинга, задается центральная тема и приоритетные мероприятия презентации (круг участников, специализированные выставочные стенды и семинары). Статус мероприятия обеспечивается присутствием первых лиц Пензенской области и соответствующей территории. Важным выходом такого рода мероприятий является заключение рамочных договоренностей о межрегиональном сотрудничестве.

Целесообразно проведение такого рода мероприятий не реже одного раза в квартал.

### **Проведение в регионе специализированных мероприятий зарубежных стран.**

Мероприятия могут проходить как в формате Дней соответствующей страны в Пензенской области, так и в формате встреч представителей бизнеса соответствующей страны (ее региона) и Пензенской области (ПФО). Страновые предпочтения определяются в соответствии с отраслевыми приоритетами инвестиционной стратегии, а также на основе налаженных персональных контактов. Предварительным шагом может быть организация презентации Пензенской области и соответствующих встреч представителей бизнеса на базе посольств.

### **Участие в зарубежных деловых визитах первых лиц государства и ПФО, участие в инвестиционных мероприятиях и форумах, организуемых на уровне России и ПФО.**

В рамках такого рода мероприятий презентуются конкретные инвестиционные проекты, отбираемые на основе предварительного маркетинга интересов участвующих потенциальных инвесторов. Рекомендации по целесообразности в конкретных мероприятиях, уровню представительства и форме участия готовятся Агентством инвестиций и развития Пензенской области.

### **Участие в мероприятиях инвестиционной направленности, проводимых Правительством Российской Федерации, Министерством экономического развития и торговли Российской Федерации, отраслевыми министерствами и ведомствами, ТПП, РСПП, Ассоциацией российских банков, отраслевыми союзами предпринимателей.**

Агентство инвестиций и развития Пензенской области осуществляет мониторинг планируемых мероприятий и готовит рекомендации по целесообразности участия, уровню представительства и форме презентации Пензенской области.

### **Организация и проведение инвестиционного форума в Пензенской области.**

Мероприятие целесообразно планировать на конец 2004 - начало 2005 годов на основе предварительной работы по повышению инвестиционной привлекательности области, проработки инвестиционных проектов и налаживания персональных межрегиональных и международных контактов.

### **Размещение информации о конкретных инвестиционных проектах в специализированных изданиях и на специализированных сайтах.**

Информация об инвестиционных проектах размещается в специализированном альбоме инвестиционных проектов Пензенской области, распространяемом в ходе мероприятий и адресно рассылаемом потенциальным российским и зарубежным инвесторам (ведущие зарубежные и отечественные финансовые институты и фонды, реализующие инвестиционные проекты в России, а также торговые представительства зарубежных стран, ведущие российские и зарубежные профильные компании, определяемые в соответствии с отраслевыми приоритетами инвестиционной стратегии). Информация об инвестиционных проектах размещается на сайтах Правительства Пензенской области, ПАИР, специализированных сайтах ([www.investmentrussia.ru](http://www.investmentrussia.ru), [www.ivr.ru](http://www.ivr.ru) и т.п.).

Работа по данному направлению ведется постоянно.

### **Участие в тендерах в рамках проектов Всемирного банка, других зарубежных финансовых институтов и инвестиционных фондов.**

На основе мониторинга реализуемых в России масштабных инвестиционных проектов, проводимого Агентством инвестиций и развития Пензенской области, осуществляется подготовка заявок и представление презентационных материалов в соответствии с требованиями организаторов тендеров. Продвижение соответствующих тендерных заявок сопровождается консультациями с экспертами фондов и других аналогичных структур, а также с представителями федеральных структур, выступающих рекомендателями и гарантами по соответствующим тендерам.

Работа по данному направлению ведется постоянно.

### **Информационная поддержка конкретных инвестиционных проектов в отечественных и зарубежных СМИ.**

Планируемым и реализуемым инвестиционным проектам обеспечивается специальная информационная поддержка в СМИ, направленная на повышение мотивации потенциальных инвесторов (показ преимуществ проекта, стимулирование атмосферы соревнования, освещение аналогичных успешных опытов в Пензенской области и т.п.). Целесообразность и форма такой поддержки определяется предметно по конкретному проекту.

### **17.2.3. Третий уровень PR-кампании**

Целью PR-кампании третьего уровня является формирование поддержки действий руководства Пензенской области по привлечению инвестиций.

Опрос экспертов показал, что, несмотря на очевидную необходимость для Пензенской области внешних инвестиций, ее жители склонны негативно реагировать на приход внешних структур в экономику области. Особенно негативно воспринимается приход российских структур, более позитивно - приход зарубежных инвесторов, обладающих известным брендом. Высок риск использования этой ситуации политическими оппонентами Губернатора Пензенской области, преследующими собственные цели, и разворачивания ими неконструктивной критики реализуемых Правительством Пензенской области усилий.

В связи с этим PR-кампанию необходимо, прежде всего, направить на профилактику негативного восприятия деятельности команды Губернатора по привлечению инвестиций посредством информирования населения:

- о необходимости активизации усилий по привлечению инвестиций, диктуемой экономической ситуацией в Пензенской области;
- о профессионализме команды, решающей данную задачу;
- о трудности решения данной задачи;
- о достигаемых положительных результатах и получаемых Пензенской областью и ее населением выгодах.

### **Рекомендуемые направления и мероприятия реализации PR-кампании третьего уровня**

#### **Подготовительный этап**

Подготовительный этап внутриобластной кампании направлен на актуализацию темы патриотизма и перспектив развития области, а также создание ожиданий по поводу реализации инвестиционной стратегии.

На данном этапе необходима реализация следующих мероприятий:

#### **Организация обсуждения в областных СМИ темы будущего Пензенской области.**

Обсуждение реализуется через серию публикаций в областных печатных СМИ аналитических и проблемных статей, авторских экспертных материалов и интервью, а также проблемных интервью на телевидении и радио. Инициирование обсуждения целесообразно через проведение проблемного интервью с Губернатором Пензенской области. Круг привлекаемых для дальнейшего комментирования и обсуждения экспертов: члены Правительства, представители организации, получившей статус Агентства инвестиций и развития Пензенской области, ТПП, АППТ, представители Пензенской области в Федеральном Собрании Российской Федерации, руководители предприятий, экономисты, представители культуры, образования, медицины, журналисты, внешние эксперты.

Кампанию целесообразно вести в интенсивном режиме (1-2 материала в СМИ еженедельно) в течение периода, предшествующего первым значимым результатам реализации инвестиционной стратегии, далее - в поддерживающем режиме (1-2 специализированных материалов в месяц, посвященных тому или иному аспекту развития области). Кульминационным моментом кампании в СМИ может быть круглый стол "Перспективы развития Пензенской области", организованный Правительством Пензенской области и Агентством.

#### **Проведение специализированной кампании социальной рекламы "За что мы любим наш Пензенский край".**

В качестве основных сообщений используются краткие имиджевые формулы. Носители - рекламные щиты, размещаемые в основных городах Пензенской области и на трассах, в том числе на въезде в Пензенскую область, плакаты, размещаемые в витринах и внутри посещаемых организаций. В формате телевидения целесообразно изготовление роликов с высказываниями простых жителей

Пензенской области (ответы на вопросы: "За что мы любим наш край? Чем Вы гордитесь? Как вы видите перспективы области? Какой она должна стать? и т.п."). Возможно также проведение конкурсов сочинений, рисунков.

Кампанию социальной рекламы целесообразно начать с отсрочкой относительно кампании в СМИ и интенсифицировать ко Дню города. В дальнейшем проводить ежегодно.

#### **Информирование через СМИ о первых шагах по реализации инвестиционной стратегии.**

Формат - распространение новостных пресс-релизов по поводу участия представителей Пензенской области в инвестиционных мероприятиях, визитов в Пензенскую область представителей российских и зарубежных деловых и политических кругов, проведения значимых переговоров за пределами области и т.п. При предоставлении информации СМИ соответствующие информационные поводы подаются в контексте реализуемой инвестиционной стратегии и с акцентом на открывающихся для Пензенской области перспективах.

### **Второй этап внутриобластной PR-кампании**

Второй этап внутриобластной PR-кампании направлен на формирование устойчивого позитивного отношения к деятельности по привлечению инвестиций, осуществляемой с целью повышения жизненного уровня населения, и позиционирование в общественном мнении области команды Правительства Пензенской области и выбранной на конкурсной основе специализированной организации (Агентства) как профессионалов в сфере привлечения инвестиций. Рекомендуемые направления и мероприятия:

#### **Формирование восприятия результатов реализации инвестиционной стратегии как значимых событий в жизни области.**

В качестве поводов могут быть использованы: начало работ по запуску нового производства, реконструкции, установке новых технологических линий и т.п. (Могут быть использованы события, связанные с деятельностью ранее привлеченных инвесторов). Значимость события обеспечивается присутствием первых лиц Пензенской области, VIP-персон федерального уровня, интенсивным освещением в СМИ (развернутые иллюстрированные репортажи). Целесообразны регулярные интервью инвесторов, руководителей и работников предприятий, участвующих в инвестиционных проектах.

#### **Презентация социальных программ, реализуемых при участии инвесторов.**

Формат мероприятия - пресс-конференция или круглый стол с участием одного или нескольких предприятий Пензенской области. Возможно проведение мероприятия в формате внутриобластного конкурса. Общественному мнению представляются реализуемые или планируемые социальные программы, направленные на развитие Пензенской области, на детей и социально-незащищенные категории населения (например, дальнейшая реконструкция центрального проспекта, других знаковых мест с указанием роли инвесторов, реализация программ по социальной поддержке, спонсорство культурных мероприятий).

Мероприятие проводится ежегодно.

#### **Создание специализированной аналитической программы экономического содержания на телеканале "Экспресс".**

Программа продолжает линию экспертного обсуждения перспектив области: основное содержание проблемы и тенденции развития экономики области, обсуждение значимых событий в экономической жизни страны, деловые новости, проблема инвестиционного развития региона, привлечения и сопровождения инвестиций в области. Регулярность передачи - 1-2 раза в месяц с последующим выходом в еженедельный режим.

#### **Создание специализированной газеты "Деловая Пенза" с участием Агентства, ТПП, АППТ.**

По содержанию и верстке газета реализуется как аналог газет "Коммерсантъ" или "Ведомости". Предполагается ведение Агентством рубрики, посвященной инвестициям. Регулярность выхода газеты - еженедельно. Стартовый тираж - 2-3 тысячи экземпляров с последующим выходом на 5-10 тысяч. В течение года газета должна быть выведена на самоокупаемость за счет рекламы.

#### **Акцентирование усилий, направленных на развитие кадрового потенциала области.**

Варианты формата - презентация Школы бизнеса и реализуемых ею программ, круглый стол по проблемам развития высшего образования и перспективам подготовки высококвалифицированных специалистов, востребованных экономикой области (представители специализированных учебных заведений, руководства области и бизнеса), презентация программы "Кадровый резерв Пензенской области", реализуемой под эгидой Правительства Пензенской области и при поддержке предприятий области. Мероприятие направлено на подчеркивание новых требований к подготовке персонала в связи с новыми перспективами развития области.

#### **Создание среди потенциальных партнеров Агентства инвестиций и развития Пензенской**

## **области бизнес-клуба, в том числе реализация через него социальных и образовательных программ.**

Создание бизнес-клуба направлено на формирование площадки для обсуждения ведущими представителями деловых кругов Пензенской области тенденций и перспектив ее развития, экономической и инвестиционной политики, конкретных проектов социальной направленности, требующих совместных усилий со стороны бизнес-структур. Акценты при освещении деятельности бизнес-клуба - сплоченность и конструктивность делового сообщества Пензенской области, социальная ответственность бизнес-структур.

### **Третий этап внутриобластной PR-кампании**

Третий этап внутриобластной PR-кампании направлен на поддержку конкретных инвестиционных проектов.

Формат мероприятий определяется реализуемыми инвестиционными проектами. Мероприятия проводятся совместно с участниками проектов. Обеспечивается регулярное информирование населения области о планах инвесторов, о ходе реализации проектов, об использовании новых технологий, о конструктивном решении возникающих проблем, о достигнутых результатах. При этом жители области постоянно информируются о позитивных преобразованиях и перспективах развития Пензенской области.

Стержнем комплексной, трехуровневой PR-кампании повышения инвестиционной привлекательности Пензенской области является формирование за счет интенсивности и скоординированности различных коммуникационных усилий устойчивого имиджа области как региона, заинтересованного в привлечении инвестиций и проводящего компетентную и благожелательную политику по отношению к потенциальным инвесторам.

### **17.3. Перечень рекламно-информационных материалов по продвижению имиджа Пензенской области**

Рекламно-информационные материалы используются для презентации области и конкретных инвестиционных проектов в рамках переговоров, выставок, конференций и т.п.

При формировании набора и выборе стиля рекламно-информационных материалов для Пензенской области необходимо исходить из следующих требований, связанных с имиджевыми особенностями области:

- прагматичность - лаконичный набор и строгий стиль рекламно-информационных материалов. Качество подготовки и информационная насыщенность материалов более важны, чем их разнообразие;
- соответствие современным стандартам - позиционирование Пензенской области как региона, готового к работе с инвесторами, предполагает ее представление на носителях и в формах, удобных и привычных для потенциальных инвесторов. Использование современных технологий визуального представления значимой для инвесторов информации предпочтительнее традиционного показа культурно-исторических особенностей;
- единая стилистика - активная позиция области и скоординированность усилий по привлечению инвесторов предполагает наличие устойчивых, повторяющихся элементов в различных рекламно-информационных и презентационных материалах.

Реализация этих требований направлена на демонстрацию потенциальным инвесторам серьезной подготовки Пензенской области к работе с ними.

Рекомендуемый базовый набор рекламно-информационных материалов включает:

- Профиль Пензенской области для западных инвесторов на английском языке. Профиль должен содержать базовую информацию об области, содержать качественные фотографии. Предпочтительно полиграфическое исполнение в Финляндии или Чехии.

- Профили ведущих отраслей. Должны быть подготовлены для каждой отрасли и содержать описание динамики производства в отрасли, технологических возможностей предприятий(46), уровня квалификации персонала, научно-технической базы, возможных направлений сотрудничества, примеров успешного сотрудничества с иностранными партнерами, историй успеха предприятий в отрасли (Case Study), интервью с руководителем ведущего предприятия отрасли (о перспективах развития регионального рынка), краткую информацию о предприятиях, список необходимых контактов. Также необходимо показать расположение ведущих предприятий на карте Пензенской области.

- Модульную электронную презентацию Пензенской области на русском и английском языке для обеспечения выступлений Губернатора и других представителей области. Презентация должна

содержать: определение ключевых факторов привлекательности области для потенциальных инвесторов и специфики области как региона, создающего особый климат для инвесторов, описание основных тенденций развития области, конкретных шагов, реализуемых для создания благоприятного климата для инвесторов в области законодательства и создания инфраструктуры, позитивного опыта работы с инвесторами, инвестиционных потребностей области и наиболее значимых инвестиционных проектов, видения перспектив развития области. Презентация включает также взаимозаменяемые информационные модули, которые готовятся с учетом тематической направленности мероприятий.

- Презентационный диск (CD) Пензенской области (двухязычный). Диск структурирован аналогичным образом, но содержит более развернутую информацию об области. При его создании используются возможности современной компьютерной графики и мультимедиа. Необходимо предусмотреть возможность копирования и печати информации с диска. Варианты распространения диска как бизнес-сувенира включают оригинальное оформление упаковки диска (например, жестяная коробка с логотипом области) и комплект дополнительных материалов (презентационные буклеты, настольный флаг области, сувенирная продукция представительского уровня).

- Презентационный видеофильм (для видео- и компьютерных презентаций). Фильм строится на основе иллюстративных возможностей представления информации аналогичного содержания через реальный и проектируемый видеоряд (компьютерная графика), а также через персонификацию подачи информации (мнения экспертов, простых жителей области).

- Альбом инвестиционных проектов на русском и английском языках, содержащий обращение Губернатора Пензенской области, основные характеристики инвестиционной привлекательности области, правовое обеспечение инвестиционной деятельности, описание инвестиционной инфраструктуры области, направленной на работу с инвесторами (ПАИР), перечень и характеристику основных инвестиционных проектов, необходимую контактную информацию. Альбом обновляется не реже одного раза в год.

- Презентационный буклет специализированной организации, оказывающей на договорной основе услуги по привлечению и сопровождению инвестиций в Пензенской области (Агентства), на русском и английском языках, содержащий информацию о задачах, направлениях и результатах деятельности Агентства инвестиций и развития Пензенской области.

- Справочник о Пензе и области на русском и английском языках, содержащий обращение Губернатора, краткую справку о Пензе, историю города, основные достопримечательности области, карту области и города, справочные телефоны, иную полезную информацию по Пензе и основным городам Пензенской области (транспортное сообщение, сколько стоит такси, какого класса гостиницы, какая кухня в ресторанах и кафе, и т.п.). Оформление справочника аналогично по стилю туристическим справочникам по странам. Справочник размещается бесплатно в гостиницах, самолетах и в поездах дальнего следования.

Дополнительные возможности расширения набора рекламно-информационных и презентационных материалов реализуются при наличии дополнительных средств, либо в рамках проводимых презентационных мероприятий (конференций, выставок, презентаций):

- наборы сувенирной продукции VIP-уровня (папки, еженедельники, ручки, визитницы, брелоки, значки и т.п.) с символикой области;

- настенные календари с видами области;

- пакеты для сувенирной продукции с символикой Пензенской области;

- вымпелы (флажки);

- представительские печатные издания (буклеты, альбомы, энциклопедии) и т.п.

Совместно с ведущими предприятиями области необходимо сформировать набор подарочной сувенирной продукции для гостей разного уровня:

- фирменный рекламный сувенир (разрабатывается, например, совместно со стекольным заводом, предусматривается массовое и элитное исполнение);

- сувенирная медаль;

- водка в подарочном исполнении и комплектации (варианты: с сувенирными стопками (матовое стекло), с вложенным микробуклетом о традициях винокуренного дела в Пензенской области, в вертикальной картонной тубе и т.п.);

- наборы конфет, производимых в области;

- книга-альбом о Пензе и области в суперобложке (история; архитектура, экономика; промышленность; агропромышленный комплекс; строительство; здравоохранение; образование; культура, искусство; спорт, туризм, отдых). Альбом содержит качественные фотографии. Предпочтительно полиграфическое исполнение в Финляндии или Чехии.

Ассортимент подарочных сувениров должен удовлетворять основным потребностям коллекционеров (в расчете на периодическое обновление ассортимента в течение 3-5 лет). Требования по изготовлению подарочной продукции - высокий уровень качества, оригинальность и современность.

Целесообразно также проведение регулярных семинаров для представителей бизнес-сообщества с потенциальными инвесторами по современным стандартам фирменного стиля, подготовке презентаций, протоколу, особенностям переговоров с иностранными партнерами и т.п., а также распространение соответствующей информации через СМИ.

### **Заключение**

Инвестиционная стратегия Пензенской области является программным документом, который определяет базовые принципы и направления инвестиционного развития области.

В настоящее время перед Пензенской областью стоят следующие основные задачи:

1. Повышение инвестиционной привлекательности региона.
2. Реализация инвестиционных проектов в приоритетных направлениях развития Пензенской области.
3. Повышение эффективности системы управления инвестиционным развитием региона.
4. Разработка инвестиционных стратегий муниципальных образований и районов области.

Для поддержания актуальности Инвестиционной стратегии необходимо проведение постоянного мониторинга тенденций изменения условий внешней среды и внутреннего потенциала области.

На основе Инвестиционной стратегии и ее конкретных разделов каждый год проводится разработка программы реализации стратегии (мастер-плана), включающей в себя детальное описание структуры работ, ответственных исполнителей, сроков, необходимых ресурсов и источников финансирования.

Привлечение инвестиций в конкретные инвестиционные проекты является результатом реализации Инвестиционной стратегии в краткосрочном периоде.

Повышение инвестиционной привлекательности региона - длительный и сложный процесс, успех которого определяется согласованной работой всех заинтересованных лиц Пензенской области.

### **Приложение А**

#### **Типовая схема процесса привлечения финансирования**

Привлечение инвестиций/финансирования для развития бизнеса компании предполагает реализацию определенной последовательности процедур:

- Уточнение стратегии развития компании

Определение целей и задач, решаемых в рамках ключевых областей деятельности компании в привязке к временным горизонтам (долгосрочный, тактический, оперативный).

Формализация основных способов достижения целей и задач в ключевых областях деятельности.

Оценка ресурсного обеспечения для реализации стратегии развития компании.

- Предварительная оценка стоимости бизнеса компании.

- Определение потенциального интереса инвесторов к проекту.

Определение требований к потенциальному инвестору.

Формирование длинного списка потенциальных инвесторов/источников финансирования инвестиций.

Подготовка краткой информации о компании для инвестора(47).

Определение заинтересованности потенциальных инвесторов в проекте компании.

Предварительные переговоры. Проведение презентации компании.

Подготовка короткого списка потенциальных инвесторов.

- Подготовка инвестиционного/информационного меморандума(48) в соответствии со стандартами потенциального инвестора.

- Представление инвестиционного меморандума инвесторам из короткого списка.

- Встречи и переговоры команды компании с потенциальными инвесторами.

- Окончательный выбор инвестора и формирование оптимальной структуры инвестиционного проекта.

Подписание эксклюзивного соглашения с инвестором.

Разработка инвестиционного соглашения.

Переговоры по окончательному согласованию структуры и условий сделки.

- Проведение Due Diligence финансового аудита компании.

- Окончательное оформление сделки и проведение транзакции.

В зависимости от подготовленности компании к инвестированию и типа предполагаемого инвестора схема реализации процесса может меняться.

## Приложение В

### Паспорт инвестиционной площадки

Название площадки	
Местонахождение площадки (муниципальное образование, город, район)	
Тип площадки*	

#### Основные сведения о площадке

Предприятие (организация) - владелец	
Юридический адрес, телефон (код города), e-mail, web-site	
Контактное лицо (должность, Ф.И.О.)	
Телефон (код города), e-mail контактного лица	
Адрес места расположения площадки	
Площадь (кв. м или га)	
Форма владения землей и зданиями (собственность, аренда, другая)	
Возможность расширения (да, нет)	
Близлежащие производственные объекты (промышленные, сельскохозяйственные, иные) и расстояние до них (метров или км)	
Расстояние до ближайших жилых домов (метров или км)	
Наличие ограждений (есть, нет)	

#### Удаленность (в км) участка от:

центра субъекта Федерации, в котором находится площадка	
близлежащего центра другого субъекта Федерации	

центра муниципального образования, в котором находится площадка (название)	
близлежащего города (название)	
автомагистрали	
железной дороги (название станции)	
аэропорта (название)	
речного порта, пристани (название)	
морского порта (название)	

Основные параметры зданий и сооружений, расположенных на площадке

Наименование здания, сооружения	Площадь	Этажность	Высота этажа, м	Строительный материал конструкций	Состояние, степень износа, %	Возможность расширения

Собственные транспортные коммуникации

Тип коммуникаций	Наличие (есть, нет)
Автодорога	
Ж/д. ветка	
Порт, пристань	
Почта/телекоммуникации	

Характеристика инфраструктуры

Вид инфраструктуры	Ед. измерения	Мощность	Описание (если нет, то на каком расстоянии находится ближайшая сеть)
Газ	куб. м/час		
Отопление	Гкал/час		
Пар	Бар		
Электроэнергия	Квт		
Водоснабжение	куб. м/год		
Канализация	куб. м/год		

Очистные сооружения	куб. м/год		
---------------------	------------	--	--

Предложения по использованию площадки	
---------------------------------------	--

Дополнительная информация о площадке	
--------------------------------------	--

\*Типы площадок:

- Модуль с прилегающими бытовыми помещениями.
- Свободные земли.
- Территория незавершенного строительства.
- Складское помещение.
- Производственная база.
- Здание предприятия (указать).
- Предприятие целиком (название).
- Иное.

*Законом Пензенской области от 22 февраля 2007 г. N 1215-ЗПО в приложение С внесены изменения, вступающие в силу на следующий день после дня официального опубликования названного Закона [См. текст приложения в предыдущей редакции](#)*

## Приложение С

### Паспорт инвестиционного проекта

Краткая информация о компании	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Название компании</li> <li>- Ф.И.О. руководителя</li> <li>- Почтовый адрес, тел., факс, E-mail</li> <li>- Контактное лицо (должность, Ф.И.О.)</li> <li>- Телефон (код города), E-mail контактного лица</li> <li>- Организационно-правовая форма</li> <li>- Основные акционеры (владельцы) и их доли</li> </ul>
Описание проекта и необходимый объем финансирования	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Суть инвестиционного проекта</li> <li>- Финансовые ресурсы, необходимые для реализации проекта (в том числе у инициатора проекта)</li> <li>- Предполагаемая форма участия инвестора</li> <li>- Максимальная доля, предоставляемая инвестору в акционерном капитале</li> <li>- Желательная максимальная ставка за кредит</li> <li>- Предполагаемый срок кредитования</li> <li>- Предполагаемая форма гарантии по кредиту</li> <li>- Направления использования инвестиционных средств</li> <li>- Внутренняя норма доходности и предполагаемый срок окупаемости</li> <li>- Степень формализации проекта (указать: бизнес-план, ТЭО)</li> </ul>
Описание компании	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Год основания</li> <li>- Количество сотрудников</li> <li>- Группы выпускаемой продукции</li> <li>- Поставщики</li> <li>- Потребители</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Доля рынка по группам продукции</li> <li>- Основные конкуренты</li> </ul>
Финансовые показатели	<ul style="list-style-type: none"> <li>- выручка</li> <li>- валовая прибыль</li> <li>- чистая прибыль</li> <li>(фактические значения за 2 прошлых года, прогнозные значения на 2 года вперед)</li> </ul>
Результаты проекта	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Результаты реализации проекта: доля рынка, финансовые показатели (прогноз) и т.д.</li> </ul>
Прочая информация	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Прочая информация, имеющая важное значение при принятии решения о целесообразности данного проекта</li> </ul>

(1) Индекс эффективности - 7,5 доллара ВРП на 1 доллар инвестиций в основной капитал

(2) Индекс эффективности - 6,4 доллара ВРП на 1 доллар инвестиций в основной капитал

(3) Мировой опыт показывает, что для стабильного развития экономики региона доля инвестиций в основной капитал в объеме ВРП должна составлять 20-25% (уровень капитализации).

(4) Часть инвестиций, осуществляемых иностранными компаниями, в статистике не учитывается, т.к. направляется компании-реципиенту через российские юридические лица. Например, 2/3 инвестиций Groupe Sucres&Denres были осуществлены через российские компании.

(5) В Российской Федерации в 2001 г. по данным Госкомстата зарегистрировано 13104 предприятия и организации с участием иностранного капитала.

(6) Иностранные инвестиции в Пензенскую область в абсолютном выражении представляют собой ничтожно малые величины. Поэтому указанные тенденции могут не соответствовать реальным отраслевым предпочтениям инвесторов.

(7) Например, распоряжения властей о приоритетности поставок противоречат законодательству Российской Федерации (например, инструкции по поставке зерна в региональные фонды продовольствия).

(8) В этих случаях хозяйствующий субъект получает несомненные преимущества относительно других конкурентов. Выполнение одним хозяйствующим субъектом функций контроля и регулирования позволяет получать ему дополнительную информацию относительно конкурентов, создавать барьеры для потенциальных конкурентов.

(9) В Пензенской области располагается ряд потенциально экологически опасных промышленных и военных объектов: арсенал хранения химических авиационных боеприпасов (по принятой конвенции химическое оружие будет переработано до 2008 г.), полигон уничтожения обычных авиационных средств поражения, места прошлого уничтожения химического оружия.

(10) В результате миграционных потоков, связанных с развитием крупных территориально-промышленных комплексов Поволжья в 50-60-ые гг., в области образовалась специфическая социально-демографическая структура, в которой относительно снижена доля людей среднего возраста.

(11) В настоящее время этот показатель в России не превышает 3,5 млн посетителей в год

(12) В расчетах использованы данные Госкомстата Российской Федерации, Минфина Российской Федерации, МЭРТ Российской Федерации, Центрального банка Российской Федерации, Министерства Российской Федерации по налогам и сборам, Министерства природных ресурсов Российской Федерации, Центра экономической конъюнктуры при Правительстве Российской Федерации, правовой базы данных "КонсультантПлюс-Регионы", базы данных рейтингового агентства "Эксперт-РА". Также была использована информация администраций отдельных субъектов федерации, присланная по специальному запросу. Оценка весов вклада каждой составляющей в совокупный потенциал или интегральный риск была получена в результате опросов, проведенных среди экспертов из российских и зарубежных инвестиционных, консалтинговых компаний и предприятий в 2002 г.

(13) Рейтинг регионов РА "Эксперт"

(14) Вопрос с финансированием источников закупок МПС до настоящего времени полностью не решен.

(15) На рынке стальных клиновых задвижек.

(16) По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования.

(17) Сальдированный финансовый результат, в % к валовому выпуску.

(18) В Европе накоплены очень высокие запасы этой культуры и мировые цены на рожь в

ближайшей перспективе будут падать.

(19) Безработица в сельской местности увеличивает роль личных подсобных хозяйств как источника дохода. Молочное производство стало одним из наиболее распространенных видов занятости.

(20) По состоянию на март 2003 г.

(21) Оценка ЗАО "Пензенская кондитерская фабрика".

(22) - По данным 2001 года, в России имелось только 38 сортов пивоваренного ячменя, в то время как в ЕС ежегодно в оборот вводится 12-15 новых сортов. Нынешнее состояние селекционной базы не позволяет обеспечить ввод новых отечественных сортов, так как нарушена единая цепочка науки и производства. Использование сортов зарубежной селекции затруднительно, так как они не выдерживают агроклиматические условия России, для их адаптации требуется длительное время (2-4 года) и значительные финансовые ресурсы.

(23) Так, например, Holsten, Miller и Staropramen разливают на заводе в Калуге, принадлежащем "SAB". Марку "Lowenbrau" выпускает питерское предприятие "Браво". Heineken, Carlsberg Breweries A/S, Scottish & Newcastle так же наладили выпуск лицензионных брендов в России.

(24) По данным ОАО "Росагроснаб".

(25) По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования

(26) По информации Stora Enso заводы, построенные в России будут производить полупродукт, который будет вывозиться на фабрики Финляндии для доработки. Т.е. на строящихся предприятиях будут производить пиломатериалы естественной влажности, которые затем в Финляндии пройдут процесс сушки и доработку до конечного продукта.

(27) За исключением IKEA.

(28) IV квартал 2000 г. Центр экономической конъюнктуры при Правительстве Российской Федерации

(29) - По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования.

(30) Сальдированный финансовый результат, в % к валовому выпуску

(31) Оценка ЦМАКП

(32) Приведены результаты ежеквартально проводимого Центром экономической конъюнктуры при Правительстве Российской Федерации и Госкомстатом России обследования предприятий российской промышленности.

(33) По данным Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования.

(34) Сальдированный финансовый результат, в % к валовому выпуску.

(35) Сальдированный финансовый результат, в % к валовому выпуску.

(36) В настоящее время в Пензенской области производство солода не развито.

(37) Ведущее предприятие отрасли - ГУП "Красный гигант" до настоящего времени находилось в ведении Агентства по обычным вооружениям, стоит в плане приватизации на 2004 год. После акционирования предприятия необходимо провести анализ рынка.

(38) Предполагаемый объем инвестиций составит USD 1 млн.

(39) По данным компании "Старик Хоттабыч", емкость рынка в России оценивается в 6-8 млрд долл., из которых 1,5 млрд долл. приходится на Москву. Для сравнения: в Европе объем рынка DIY составляет 105,6 млрд долл., а в США - 55,7 млрд долл.

(40) United Nations Development Programme профинансировала подобную программу в Молдове и имеет в планах проекты на территории России.

(41) Имеется в виду специальная цель посещения Пензенской области.

(42) Удачная модель транзитного туризма реализована в г. Великий Новгород.

(43) Оценка эффективности инвестирования, проводилась на основании материалов "Прогноза социально-экономического развития Пензенской области на 2002 год и на период до 2005 года" с использованием индекса эффективности инвестирования, предложенного в первом разделе стратегии.

(44) Под правовыми гарантиями подразумевается приоритетность оговоренных в инвестиционном договоре условий инвестирования, по отношению к последующим принятым на территории Пензенской области нормативно-правовым актам, под имущественными - возмещение инвесторам упущенной выгоды, вызванной неправомерными действиями или бездействием органов государственной власти.

(45) По типу Торговых домов в Казахстане и Киргизии.

(46) Без подробных технических характеристик.

(47) Краткая информация о компании документ 3-5 страниц. В случае поиска стратегического инвестора необходимо обозначить возможные направления сотрудничества, сделать акцент на положении компании на рынке. При подготовке информации для Инвестиционного фонда важно сделать акцент на менеджменте и команде компании.

(48) Для инвестиционного фонда обычно готовят инвестиционный меморандум (детально

описывающий бизнес и финансовую модель компании, документ 100-150 страниц). Подготовка в среднем занимает 2-3 месяца и выполняется профессиональными консультантами. Для стратегического инвестора иногда достаточно подготовить информационный меморандум (акцент на маркетинговую информацию, бизнес-возможности Компании, потенциальный рынок сбыта и описание проекта, документ 25-30 страниц). В предварительных переговорах с инвестором важно выяснить ключевые факторы, оказывающие влияние на принятие решения о финансировании. Для стратегического инвестора при выборе объекта инвестирования определяющими факторами являются доступность потенциальных рынков сбыта, источников сырья, социальная и политическая стабильность региона, простота ведения бизнеса, приемлемый уровень региональных налогов и развитость инфраструктуры.