

В.В. Высоков

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЮГА РОССИИ



**Ростов-на-Дону
2006**

*Клиентам,
сотрудникам
и акционерам
банка «Центр-инвест»!*

*Всем,
кто участвует
в возрождении
Юга России!*

***В. В. Высоков
д.э.н., профессор***

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ АГЕНТСТВО ПО ОБРАЗОВАНИЮ

РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ «РИНХ»

В.В. Высоков

ИНВЕСТИЦИОННАЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ЮГА РОССИИ

Научно-практическое пособие

Ростов-на-Дону
2006

УДК 336.5
В 93

Рецензенты:

Доктор экономических наук, профессор,
заслуженный деятель науки РФ

Золотарев В. С.

Доктор экономических наук, профессор

Семенюта О. Г.

Высоков В. В.

Инвестиционная привлекательность Юга России: научно-практическое пособие. – Ростов-на-Дону: РГЭУ «РИНХ», 2006. – 88 с.
ISBN 5-7972-1035-5

В книге на основе анализа стратегических показателей Южного федерального округа раскрываются основные тенденции социально-экономического развития и дается оценка инвестиционной привлекательности рынков товаров и услуг ЮФО, обосновываются направления работы по активизации инвестиционной деятельности в регионе на базе опыта сотрудничества ОАО КБ «Центр-инвест» с международными финансовыми организациями.

Книга предназначена для руководителей органов государственного управления, предпринимателей, экономистов, преподавателей и студентов.

**УДК 336.5
В 93**

ISBN 5-7972-1035-5

© РГЭУ «РИНХ», 2006
© Высоков В. В., 2006

ЧАСТЬ I. ПОТЕНЦИАЛ ЮГА РОССИИ

ЭПИГРАФ

С. Михалков

Как старик корову продавал (русская сказка)

На рынке корову старик продавал,
Никто за корову цены не давал.
Хоть многим была коровёнка нужна,
Но, видно, не правилась людям она.
– Хозяин, продашь нам корову свою?
– Продам. Я с утра с ней на рынке стою!
– Не много ли просишь, старик, за неё?
– Да где наживаться! Вернуть бы своё!
– Уж больно твоя коровёнка худа!
– Болеет, проклятая. Прямо беда!
– А много ль корова даёт молока?
– Да мы молока не видали пока...
Весь день на базаре старик торговал,
Никто за корову цены не давал.
Один паренёк пожалел старика:
– Папаша, рука у тебя нелегка!
Я возле коровы твоей постою,
Авось продадим мы скотину твою.
Идёт покупатель с тугим кошельком,
И вот уж торгуется он с пареньком:
– Корову продашь?
– Покупай, коль богат.
Корова, гляди, не корова, а клад!
– Да так ли! Уж выглядит больно худой!
– Не очень жирна, но хороший удой.
– А много ль корова даёт молока?
– Не выдоишь за день – устанет рука.
Старик посмотрел на корову свою:
– Зачем я, Бурёнка, тебя продаю?
Корову свою не продам никому –
Такая скотина нужна самому!

1. ВВЕДЕНИЕ. УРОКИ СОВНАРХОЗА

1.1. Тайна гибели совнархозов

Советы народного хозяйства (совнархозы) были созданы в 1957 году для усиления регионального управления страной. Мне повезло: моими учителями были люди, работавшие в Северо-Кавказском совнархозе, благодаря им я узнал, чем отличается региональный разрез отраслевого плана от комплексного плана развития отраслей на территории, и приобрел много других полезных знаний.

В минуту откровения мои педагоги поведали историю о том, как и почему были ликвидированы совнархозы. Совнархозы создавались по крупным экономическим районам, они рассчитывали планы и заявки на фондируемые ресурсы, которые распределяли в Москве для краев, областей и республик Северного Кавказа. Вначале наличие такого промежуточного звена между союзными министерствами и территориями объяснялось отсутствием квалифицированных кадров на местах. Но экономисты из крайпланов и облпланов быстро обучились заполнению форм обоснований и сами стали напрямую слать свои заявки в Москву. Потом эти заявки перепроверялись в совнархозе, но последоконтроль был слабее «аргументов», подвозимых с мест в Москву. С целью ликвидации промежуточного звена управления была проведена очередная административная реформа: в Москве восстановили министерства, а регионы получили право «самостоятельно» разрабатывать комплексные планы своего развития.

Вывод, который мне завещали мои учителя, я храню свято: никогда не пытайся на Кавказе спускать указания сверху, на местах проявят инициативу снизу и все равно лучше тебя реализуют руководящие указания с учетом национальных особенностей.

1.2. Национальные особенности конкуренции

В справедливости этого завета мне доводилось убеждаться не раз, когда приходилось решать общегосударственные задачи в регионе. Дело в том, что на бытовом уровне жители южных субъектов Федерации считают родным весь Юг России – мы все ЮЖАНЕ, а после летнего загара все становимся лицами кавказской национальности с общими традициями гостеприимства, тостами, кухней и даже амбициями. На политическом уровне амбиции выходят на первый план. Если дорожники Краснодарского края отремонтировали на 10 километров дорог больше, чем в Ростовской области, то на подведении итогов хоть бывший первый секретарь обкома, хоть нынешний губернатор выскажут свое удивление в такой форме, что на следующий год перевыполнение планов дорожного строительства уже в Ростовской области будет обеспечено на 120 процентов.

Такая состязательность переносится и на бытовой уровень, когда каждый южанин стремится, чтобы у него было лучше, чем у соседа. Благодаря этой состязательности во многом обеспечивается динамика экономики Юга России.

Сегодня регионы состязаются не только в благоустройстве дорог, вводе жилья, урожаях и надоях. На первый план выходят показатели привлечения инвестиций. В каждом субъекте эту задачу пытаются решить по-разному. Очень велико искушение навязать централизованные решения с использованием самых современных схем финансирования. С учетом национальных особенностей эту общую задачу по повышению инвестиционной привлекательности Юга России лучше решать путем обмена опытом, уже накопленным в каждом субъекте. Вместо совещаний, разделяющих мир на «зал» и «президиум», на Юге России гораздо больше нового можно узнать за круглым столом, где каждый личным примером будет доказывать, что он – лучший.

В рыночной экономике есть эффект «как у Джонсов». На Юге любое неформальное обсуждение проблем, обмен опытом их решения в силу национальных особенностей способны вызвать эффект «у нас лучше, чем у Джонсов».

1.3. Региональный комплекс Юга России

В 1976 году вышла замечательная книга руководителя отдела Северного Кавказа ЦЭНИИ Госплана РСФСР С.А. Водовозова «Развитие производительных сил Северного Кавказа», в которой рассказывалось о регионе – житнице, кузнице, здравнице – и давался прогноз развития практически каждого предприятия в советской экономике. Но в заключении книги автор высказал пожелание, чтобы эти прогнозы оказались несбыточными. Потому что Северный Кавказ – это уникальная рекреационная зона всего Советского Союза.

В конце 70-х годов специалисты ИЭ и ОПП СО АН СССР впервые посчитали региональные различия в доходах населения. По их модели выходило, что южане должны были уезжать в любой другой экономический район страны из-за низкого уровня денежных доходов на Северном Кавказе. Только когда в модель ввели еще и дифференциацию регионов по среднегодовой температуре, то стало ясно, что у великой державы нет лучше места, чем нынешний Юг России.

Эти два факта служат иллюстрацией простой мысли о том, что в результате кипучей инвестиционной деятельности мы можем застроить Юг России автобанами, отелями и новыми промышленными гигантами. Но в этом случае раки к пиву будут подаваться порционно: «не более двух штук в одни руки». Супермаркеты будут стоять на каждом углу, но клубнику в них мы будем покупать австралийскую.

Поэтому, радуясь приходу каждого нового инвестора, хорошо было бы, чтобы в каждой территории до подписания инвестиционных соглашений просчитывали еще и ближайшие последствия. В том числе и такие, как проблемы сбыта и конкурентоспособности продукции, произведенной на новых для России выведенных из Европы старых мощностях.

1.4. Юг России в глобальной экономике

Игра в догонялки – занятие бесполезное. В глобальном мире надо в максимальной степени использовать свою уникальность. Природа и климат – это достаточно серьезно для озабоченных своим здоровьем европейцев. Да и для россиян отдых на Юге способен стать привлекательным, если поднять уровень сервиса не только в пансионатах и санаториях, но и в организации проезда отдыхающих.

Последние 10 лет на поля вносилось так мало удобрений, что наша сельскохозяйственная продукция стала экологически чистой по факту. Дело осталось за малым: надо, чтобы об этом знали в глобальном мире, а мы могли делать поставки экологически чистой продукции по западным стандартам и технологиям.

Часто приходится слышать об уникальности географического положения Юга России. Но реальная ситуация с развитием транспортной, телекоммуникационной инфраструктуры далека от мировых стандартов. Для вывода Юга России в глобальный мир надо привлекать международные структуры. При этом тендеры на реализацию проектов, в том числе финансируемых за счет бюджетных средств, должны проводить международные организации. Даже те, кто проиграл в таких тендерах, уже не уйдут с Юга России, а будут искать новые сферы приложения для своего бизнеса. Ближайшие задачи в этом плане – международный тендер по восстановлению экономики Чеченской Республики, строительство объектов инфраструктуры города-кандидата на проведение зимних Олимпийских игр 2014 года, жилищное строительство в крупных городах Юга России.

1.5. Социальные проблемы инвестиций

Опыт инвестиционной деятельности показывает, что тормозом является не недостаток денег, не отсутствие качественных проектов, а социальный фактор.

Дело в том, что инвестиции меняют не только технологии, но и социальную структуру. При старой технологии – «я начальник, ты...». При новой технике ситуация может измениться на противоположную. Страх перед этими изменениями и тормозит сегодня инвестиционный процесс.

К счастью, инвестиции победить нельзя, их можно только возглавить. Руководители, которые это поняли, любыми путями – рыночными или административными – добьются от своих подчиненных и разработки качественных проектов, и нахождения источников финансирования. Во времена совнархоза был такой метод «разверстки плановых заданий», когда политические директивы партии и правительства разбивали по конкретным исполнителям, и исполнитель не мог попасть на прием к руководителю, если допускал отставание в реализации плана. («План – закон, выполнить его – долг, перевыполнить – честь!») Для новой индустриализации Юга России необходимо инвестировать не менее 150 млрд долларов. Как разверстать эти задания по срокам и исполнителям – эта задача экономических служб субъектов Юга России.

1.6. Фактор времени

Во времена совнархоза основным показателем эффективности капиталовложений был срок окупаемости. Его почему-то до сих пор любят указывать в инвестиционных заявках. Но смысл инвестиционных затрат не только в том, чтобы вернуть деньги за период окупаемости, но и получать доход дальше, до момента полного завершения проекта и ликвидации оставшихся основных фондов.

В рыночных условиях основным показателем оценки эффективности становится не срок окупаемости, а внутренняя норма доходности, которая считается за весь срок работы оборудования. Поскольку оборудование работает в 2-3 раза дольше срока окупаемости, то инвестиции становятся рентабельными, даже если стоимость привлеченных финансовых ресурсов в 2-3 раза выше ежегодной рентабельности нового производства.

Одна из проблем инвестиций на Юге России связана с тем, что высокая доходность обеспечивается практически во всех секторах экономики. Зачастую уже согласованный проект откладывается только потому, что инвестор открывает для себя новую нишу на новом рынке. Наш южный темперамент нередко теряется в многогранном инвестиционном потенциале Юга России.

1.7. Оргвыводы

Ветераны совнархоза учили меня: «Не бери слово, если не можешь его закончить предложением». Усилия, которые сегодня предпринимаются по активизации инвестиционной деятельности на Юге России, охватывают шаги в разных направлениях. С учетом опыта совнархоза эти шаги можно дополнить:

- определив прогнозные задания по привлечению инвестиций для каждого субъекта ЮФО;
- создав дух состязательности между субъектами за привлечение инвестиций;
- внедрив практику организации международных тендеров для проектов по Югу России;
- организовав регулярный обмен опытом лиц, непосредственно отвечающих в субъектах за инвестиционный процесс;
- создав на базе вузов массовую систему переобучения кадров для инвестиционной деятельности.

Еще один урок, полученный от ветеранов, определяет ответственность за реализацию сформулированных предложений: «Дал поручение – научи, проконтролируй, сделай сам». В соответствии с этим заветом в предлагаемой вниманию читателей книге представлен анализ инвестиционной привлекательности Юга России с точки зрения потенциальных инвесторов. Хочется надеяться, что этот анализ вызовет не только интерес, но и окажет практическую пользу тем, кто хочет привлечь инвестиции, и тем, кто готовится инвестировать на Юге России.

2. ЖЕМЧУЖИНА РОССИИ

2.1. Климат

Иностранные партнеры, посетившие банк «Центр-инвест», после визита соглашаются с тем, что если Москва – центр, то Юг – это жемчужина России.

К сожалению ли, к счастью ли, но в московских и европейских офисах судят не столько по докладам о результатах поездок своих сотрудников, сколько на основании официальной статистики рейтинговых агентств. Если посмотреть на нас их глазами через призму официальных данных, то предстанет, примерно, следующая картина.

Таблица 2.1.1. Средние температурные показатели в 2004 году

Январь		Июль	
Температура	Регионы	Температура	Регионы
+4,3	Республика Адыгея, Краснодарский край	+23,8	Астраханская область
+1,2	Республика Дагестан	+23,0	Республика Калмыкия
0	Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия – Алания, Ставропольский край	+22,2	Республика Адыгея, Краснодарский край
-0,2	Ростовская область	+21,5	Южный федеральный округ, Республика Северная Осетия – Алания, Ростовская область
-0,3	Южный федеральный округ	+21,4	Кабардино-Балкарская Республика, Волгоградская область
-0,9	Кабардино-Балкарская Республика	+19,8	Республика Дагестан
-1,3	Республика Ингушетия, Республика Калмыкия	+19,2	Республика Ингушетия, Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край
-1,6	Астраханская область	+18,7	Москва
-4,6	Волгоградская область		
-7,1	Москва		

Разница в 5 градусов дает несравнимое чувство комфорта, а в ряде случаев является критической для выращивания теплолюбивых культур и получения необходимого организму количества солнечной радиации.

Таблица 2.1.2. Среднее количество осадков в 2004 году

Регионы	Осадки, мм январь	Регионы	Осадки, мм июль
Москва	88	Москва	152
Ростовская область	86	Республика Ингушетия	141
Республика Адыгея, Краснодарский край	62	Республика Северная Осетия – Алания	131
Южный федеральный округ	32	Кабардино-Балкарская Республика	109
Волгоградская область	28	Волгоградская область	78
Республика Северная Осетия – Алания	25	Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край	75
Республика Калмыкия	24	Южный федеральный округ	73
Республика Дагестан	19	Ростовская область	58
Карачаево-Черкесская Республика, Ставропольский край	16	Республика Адыгея, Краснодарский край	57
Астраханская область	15	Астраханская область	55
Кабардино-Балкарская Республика	14	Республика Дагестан	50
Республика Ингушетия	11	Республика Калмыкия	40

Недостаток осадков на Юге компенсируется наличием морей, рек, водохранилищ, уникальных источников минеральных вод.

Сочетание комфортной температуры, влажности и разнообразного ландшафта позволяет иметь на Юге России все природно-климатические зоны: пустыни, степи, леса, субтропики, альпийские луга и снежные горные вершины.

2.2. Территория и население

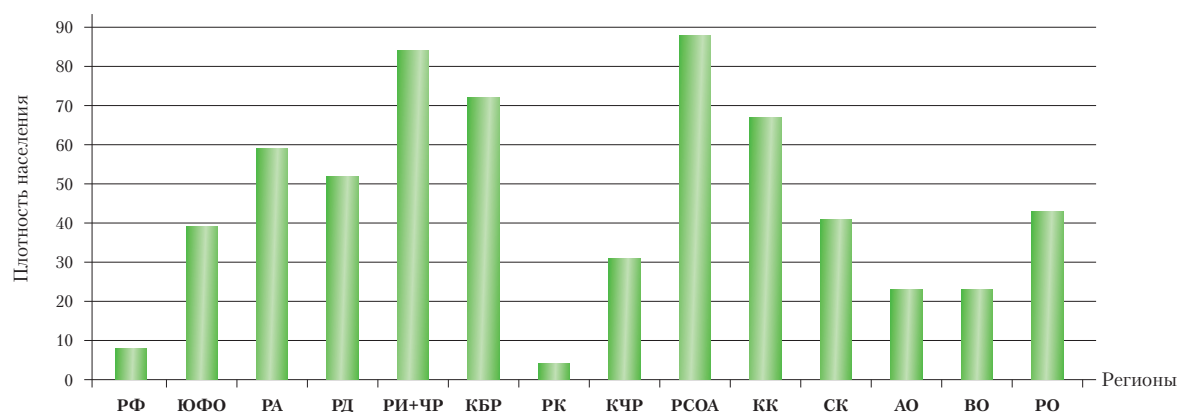
После создания Южного федерального округа в состав ЮФО вошли республики: Адыгея, Дагестан, Ингушетия, Кабардино-Балкария, Калмыкия, Карачаево-Черкесия, Северная Осетия – Алания, Чеченская Республика; Краснодарский и Ставропольский края и области: Астраханская, Волгоградская, Ростовская. В результате понятие «Юг России» приобрело более строгое административное содержание, которое требуется учитывать при анализе статистических данных.

Почти 16% населения проживают на 3,5% территории Российской Федерации. Учитывая бескрайние просторы России, Юг можно назвать густонаселенным регионом. Если на 1 квадратном километре России можно встретить в среднем 8 россиян, то на Юге соседей встретишь гораздо (в 4–8 раз) чаще. Только степи Калмыкии являются исключением из этого правила.

Таблица 2.2.1. Территория и население регионов Российской Федерации

	Территория, тыс. км ²	Численность населения, тыс. человек	Число жителей на 1 км ²	Столицы, центры и наиболее крупные города регионов
Российская Федерация	17075,4	143474	8	Москва¹
Южный федеральный округ	589,2	22821	39	Ростов-на-Дону
Республика Адыгея	7,6	445	59	Майкоп, Адыгейск
Республика Дагестан	50,3	2622	52	Махачкала, Хасавюрт, Дербент, Каспийск
Республика Ингушетия	} 19,3	482	} 84	Магас, Назрань, Малгобек, Карабулак
Чеченская Республика		1141		Грозный, Урус-Мартан, Шали
Кабардино-Балкарская Республика	12,5	897	72	Нальчик, Прохладный, Баксан
Республика Калмыкия	76,1	290	4	Элиста, Лагань, Городовиковск
Карачаево-Черкесская Республика	14,1	435	31	Черкесск, Усть-Джегута, Карачаевск
Республика Северная Осетия – Алания	8	704	88	Владикавказ, Моздок, Беслан
Краснодарский край	76	5100	67	Краснодар, Сочи, Новороссийск, Армавир, Ейск, Кропоткин
Ставропольский край	66,5	2718	41	Ставрополь, Пятигорск , Невинномысск, Кисловодск
Астраханская область	44,1	998	23	Астрахань, Ахтубинск, Знаменск
Волгоградская область	113,9	2655	23	Волгоград, Волжский , Камышин
Ростовская область	100,8	4334	43	Ростов-на-Дону, Таганрог, Шахты, Новочеркасск, Волгодонск, Новошахтинск, Батайск

¹ В таблице выделены города, в которых имеются офисы и представительства банка «Центр-инвест».



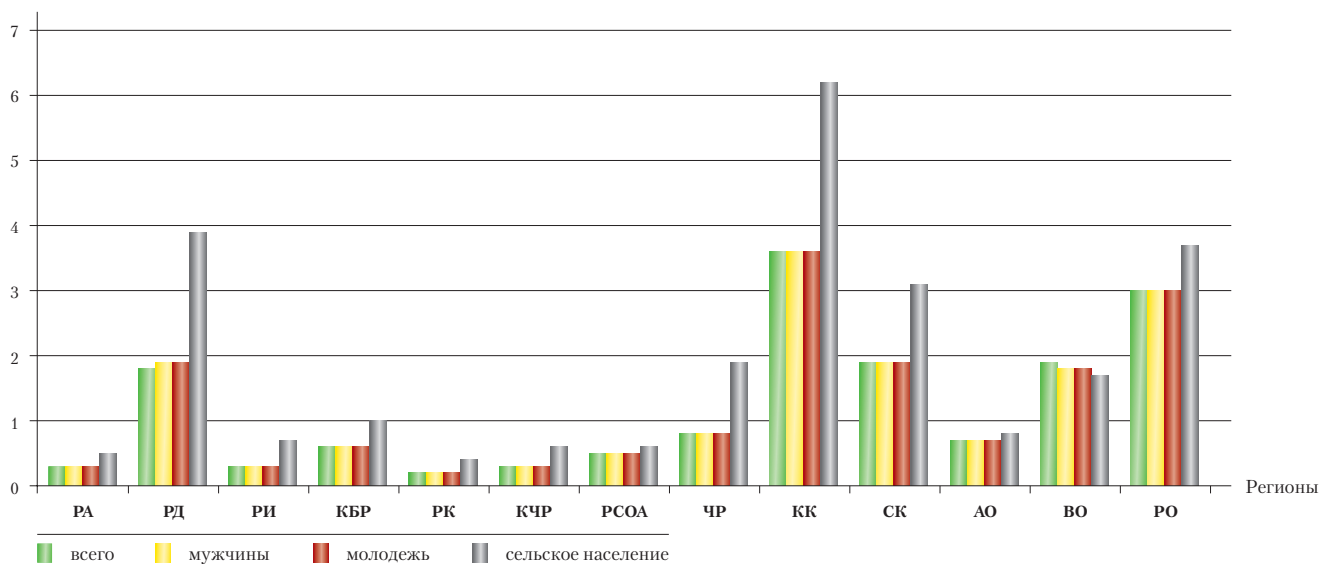
РФ – Российская Федерация, **ЮФО** – Южный федеральный округ, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Более высокая плотность населения на Юге России формирует дополнительные преимущества с точки зрения организации торговли и услуг товарами массового спроса, создает условия для более быстрой окупаемости инфраструктурных объектов, коммуникативных связей самого населения, улучшения его структуры.

В общей численности населения России южане составляют 15,8%, но в численности россиян-мужчин, в численности российской молодежи эта доля несколько выше. Несмотря на всеобщую урбанизацию, более четверти всех сельских жителей России проживает на Юге со своим очень специфическим укладом жизни, структурой потребностей и структурой занятости. Во многом этот уклад и способствует более высокой – в 1,4 раза – рождаемости на Юге по сравнению со среднеурбанизированной Россией.

Таблица 2.2.2. Распределение численности населения по полу и основным возрастным группам по регионам на 1 января 2005 г., человек, в % к Российской Федерации

	Всего	Мужчины	Молодежь	Сельское население
Южный федеральный округ	15,9	16,0	16,0	25,3
Республика Адыгея	0,3	0,3	0,3	0,5
Республика Дагестан	1,8	1,9	1,9	3,9
Республика Ингушетия	0,3	0,3	0,3	0,7
Кабардино-Балкарская Республика	0,6	0,6	0,6	1,0
Республика Калмыкия	0,2	0,2	0,2	0,4
Карачаево-Черкесская Республика	0,3	0,3	0,3	0,6
Республика Северная Осетия – Алания	0,5	0,5	0,5	0,6
Чеченская Республика	0,8	0,8	0,8	1,9
Краснодарский край	3,6	3,6	3,6	6,2
Ставропольский край	1,9	1,9	1,9	3,1
Астраханская область	0,7	0,7	0,7	0,8
Волгоградская область	1,9	1,8	1,8	1,7
Ростовская область	3,0	3,0	3,0	3,7



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

2.3. Национальный состав и миграция

Многонациональный Юг России – это очень непростой и очень самобытный этнографический, социальный и экономический уклад, в котором переплетаются: федеральные законы и местные обычаи, языки, говоры и наречия, религии, культуры, ремесла, быт, национальная кухня и местный темперамент.

Само по себе это многообразие создает причудливые сочетания фамилий, имен и отчеств в южных семьях, отражается в разнообразии подходов и гибкости мышления, в отсутствии барьеров в межнациональном общении, а также во внешней красоте и привлекательности молодых юношей и девушек.

Таблица 2.3.1. Национальный состав населения регионов Юга России

Основные национальности	
Республика Адыгея	Адыгейцы, русские, армяне, украинцы
Республика Дагестан	Аварцы, даргинцы, кумыки, лезгины, лакцы, русские, азербайджанцы, табасараны, чеченцы, ногайцы
Республика Ингушетия	Ингуши, чеченцы, русские
Кабардино-Балкарская Республика	Кабардинцы, балкарцы, русские, осетины, турки
Республика Калмыкия	Калмыки, русские, даргинцы, чеченцы, казахи, турки
Карачаево-Черкесская Республика	Карачаевцы, черкесы, русские, абазины, ногайцы
Республика Северная Осетия – Алания	Осетины, русские, ингуши, армяне, кумыки, грузины
Чеченская Республика	Чеченцы, русские
Краснодарский край	Русские, армяне, украинцы, шапсуги
Ставропольский край	Русские, армяне, украинцы, даргинцы, греки
Астраханская область	Русские, казахи, татары, украинцы, чеченцы
Волгоградская область	Русские, украинцы, казахи, татары, армяне
Ростовская область	Русские, украинцы, армяне

Надо отметить еще одну деталь: русские на Юге – это преимущественно потомки казаков – вольных людей, которые никогда не знали крепостного права, а к любому станичнику, начальнику, гостю относились как к равному. Эта демократия сильных духом людей накладывает также свои особенности во взаимоотношениях и с центральной властью, и с иногородними инвесторами, и с титульным населением национальных республик.

С одной стороны, народы Юга России хорошо знают цену национальным конфликтам, и вековые традиции охлаждают многие горячие головы, пытающиеся объявить кровную месть по любому поводу.

С другой – невысокий жизненный уровень (примерно на 30-40% ниже среднероссийского) нередко превращает любой бытовой конфликт в межнациональный.

Мудрость старейшин, опыт молодых политиков заставляют постоянно находить современные способы предотвращения конфликтов на основе золотого правила этики: со мной поступают так же, как и я с другими.

Есть и еще один резерв сохранения интернационализма: южный юмор. Например, когда в одном районе попытались принять нормативный акт об ограничении въезда иммигрантов, то женский политический актив предложил назвать этот акт «Об импотенции коренного населения». Вопрос был снят с обсуждения.

В отличие от других регионов России, которые испытывают дискомфорт от наплыва приезжих (Центр) либо от оттока населения (Урал), Юг России имеет практически нулевое сальдо внутривосточной миграции.

Таблица 2.3.2. Миграция населения на Юге России по территориям прибытия и выбытия

Федеральный округ	Сальдо мигрантов (в % к Российской Федерации)	Прибыло на Юг из (в % к прибыло)	Выехало с Юга в (в % к выехало)
Центральный	4,17	4,88	11,40
Северо-Западный	0,26	2,70	3,30
Южный	-0,63	78,43	75,08
Приволжский	-1,20	4,12	3,51
Уральский	-10,05	3,64	3,43
Сибирский	-1,32	3,70	2,02
Дальневосточный	-1,10	2,53	1,25

Люди стали более мобильные, но основная часть мигрантов меняет место жительства внутри региона: селяне переезжают в города, горожане меняют мелкие города на более крупные, из крупных южных городов очень немногих людей манит столица, наиболее мудрые вовремя возвращаются назад.

2.4. Занятость населения

В возрастной структуре населения Юга России молодежь имеет более высокий удельный вес, чем среднероссийские показатели. В результате этого доля южан в активном населении России несколько ниже.

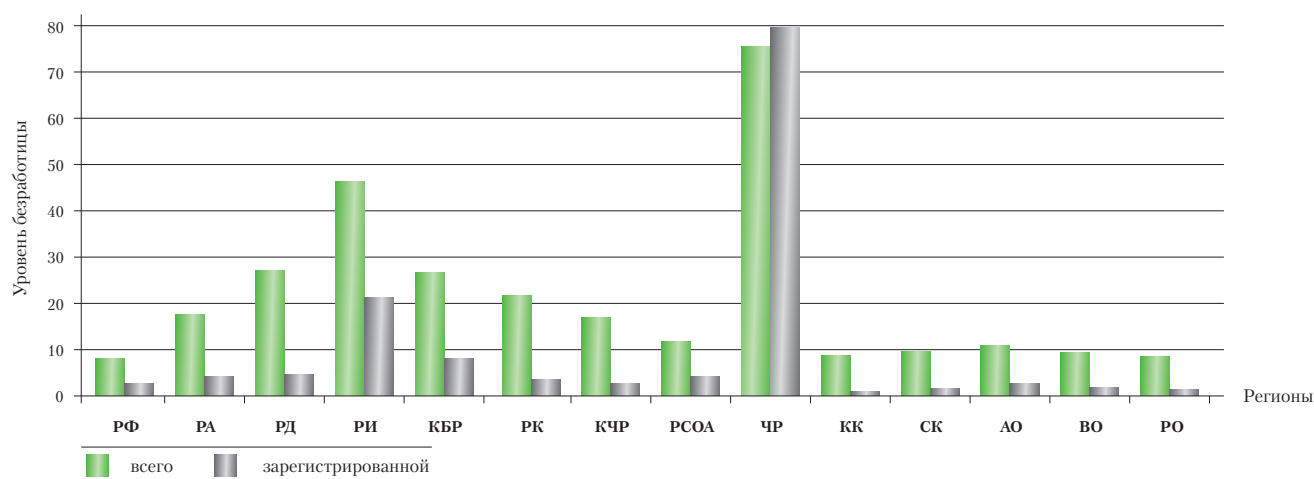
Таблица 2.4.1. Численность экономически активного населения по регионам Юга России, в % к Российской Федерации

	Численность населения	
	Всего	Активное население
Южный федеральный округ	15,9	14,5
Республика Адыгея	0,3	0,3
Республика Дагестан	1,8	1,5
Республика Ингушетия	0,3	0,2
Кабардино-Балкарская Республика	0,6	0,5
Республика Калмыкия	0,2	0,2
Карачаево-Черкесская Республика	0,3	0,3
Республика Северная Осетия – Алания	0,5	0,4
Чеченская Республика	0,8	0,6
Краснодарский край	3,6	3,3
Ставропольский край	1,9	1,7
Астраханская область	0,7	0,7
Волгоградская область	1,9	1,9
Ростовская область	3,0	3,0

Но если сравнить уровень безработицы, то в большинстве национальных республик он в 2-3 раза выше, чем в России. Тот факт, что уровень зарегистрированной безработицы в 2-3 раза ниже уровня тех, кто ищет работу, означает, что у людей нет уверенности в помощи государства и они не склонны регистрировать свой не очень привлекательный статус. Даже регионы с более развитой структурой производства (Ростовская область, Краснодарский край), имеющие сопоставимый с российским уровень безработицы, зарегистрированную безработицу показывают вдвое ниже. Южане стыдятся быть безработными, а когда смотришь, сколько дел вокруг, понимаешь, что быть безработным на Юге – это все-таки стыдно.

Таблица 2.4.2. Уровень безработицы по регионам Юга России

	Уровень безработицы	
	Всего	Зарегистрированной
Российская Федерация	8,2	2,6
Южный федеральный округ	15,4	5,9
Республика Адыгея	17,6	4,3
Республика Дагестан	27,2	4,7
Республика Ингушетия	46,3	21,3
Кабардино-Балкарская Республика	25,7	8,1
Республика Калмыкия	21,7	3,6
Карачаево-Черкесская Республика	16,9	2,7
Республика Северная Осетия – Алания	11,7	4,3
Чеченская Республика	75,6	79,7
Краснодарский край	8,8	1
Ставропольский край	9,6	1,7
Астраханская область	11	2,7
Волгоградская область	9,4	1,8
Ростовская область	8,6	1,5



РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

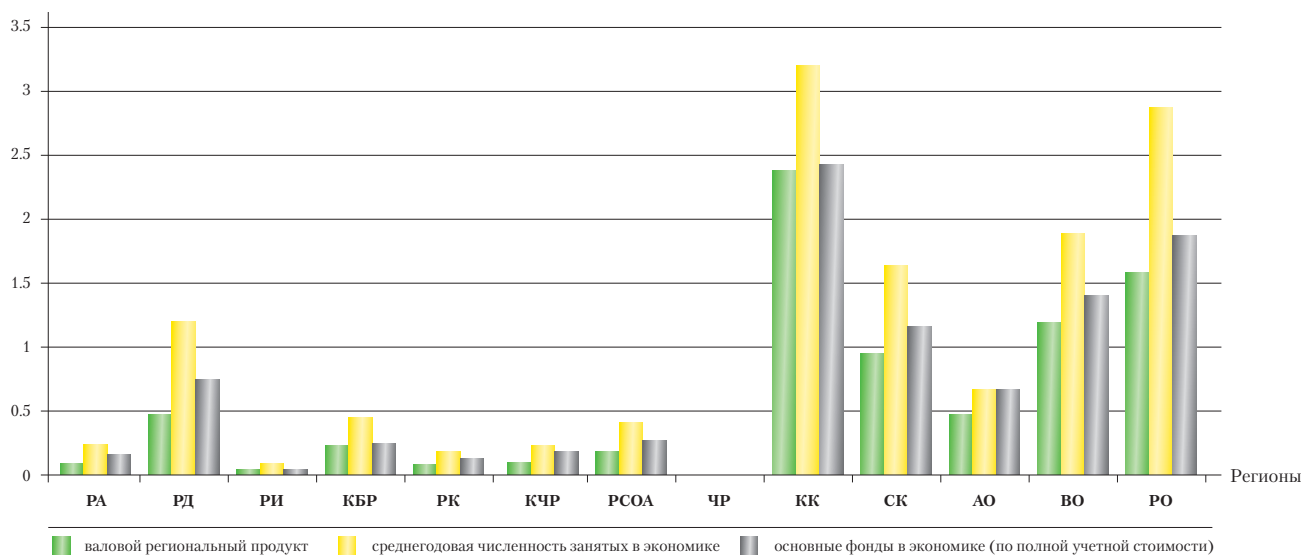
3. ЗАГАДКА ЮГА РОССИИ

3.1. Эффективность региональной экономики

Уникальные природно-климатические условия, прекрасная демографическая ситуация, многонациональное, трудолюбивое население, любящее свой край, – весь этот комплекс условий должен давать весомые экономические результаты. Однако если обратиться к основным экономическим индикаторам, то в них трудно увидеть ожидаемые результаты: 13% занятых в экономике, используя более 9% основных фондов, создают всего лишь около 8% валового регионального продукта.

Таблица 3.1.1. Основные экономические показатели Юга России, в % к Российской Федерации

	Валовой региональный продукт	Среднегодовая численность занятых в экономике	Основные фонды в экономике (по полной учетной стоимости)
Южный федеральный округ	7,77	13,07	9,30
Республика Адыгея	0,09	0,24	0,16
Республика Дагестан	0,47	1,20	0,75
Республика Ингушетия	0,04	0,09	0,04
Кабардино-Балкарская Республика	0,23	0,45	0,25
Республика Калмыкия	0,08	0,18	0,13
Карачаево-Черкесская Республика	0,10	0,23	0,18
Республика Северная Осетия – Алания	0,18	0,41	0,27
Чеченская Республика	-	-	-
Краснодарский край	2,38	3,20	2,43
Ставропольский край	0,95	1,64	1,16
Астраханская область	0,47	0,67	0,67
Волгоградская область	1,19	1,89	1,40
Ростовская область	1,58	2,87	1,87



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Если соотношение валового внутреннего продукта, основных фондов и занятого населения в Российской Федерации взять за эталон, то общая эффективность ведущих производственных факторов Юга России – численности занятых и стоимости основных фондов – будет составлять всего лишь 1/3 от среднероссийской эффективности. Безусловным лидером по сравнению с российским эталоном является Краснодарский край, но на Кубани и средняя температура выше, чем у соседей. Далее выделяется группа наиболее крупных регионов: Астраханская, Волгоградская, Ростовская области, Ставропольский край. Очень близко к ним по отдаче произ-

водственного потенциала стоят Кабардино-Балкария и Адыгея. Интегральная отдача факторов производства в остальных республиках в 4 раза ниже российского эталона.

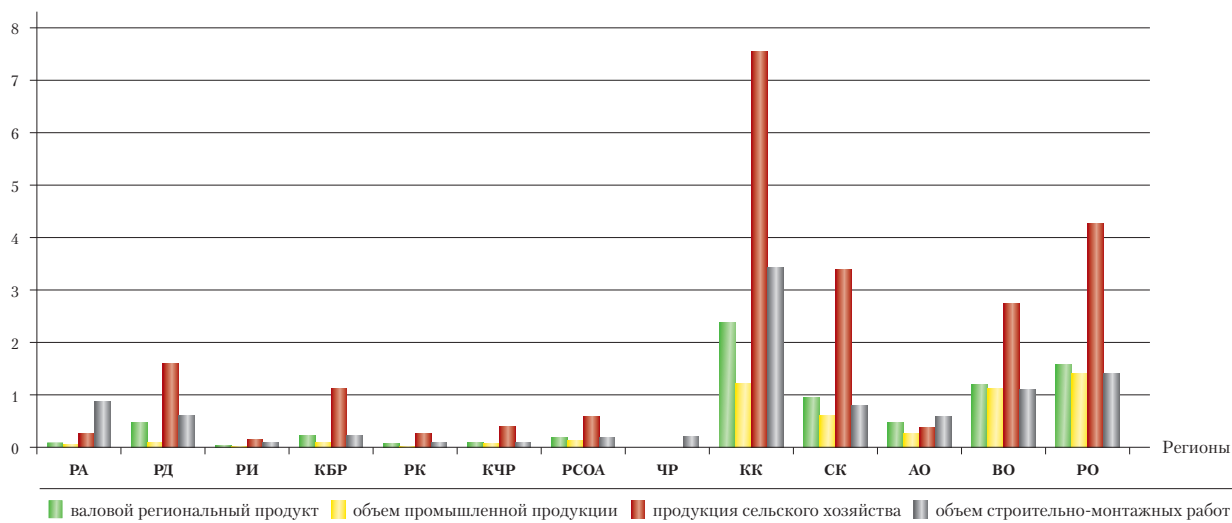
Безусловно, взаимосвязь масштабов и эффективности экономики – это серьезный аргумент в руках политиков, ратующих за укрупнение регионов. Но различия в эффективности отдельных краев, областей и республик Юга России не столь велики, чтобы простая сумма автоматически дала дополнительный эффект, а общее отставание в 3-4 раза от среднероссийского уровня обострит вопрос о том, как «делить по справедливости». В результате есть опасность, что дележ может импульсивно начаться по «национальному признаку», что окончательно разрушит имеющийся потенциал жемчужины России.

3.2. Отраслевая структура экономики

Валовой региональный продукт складывается из добавленной стоимости предприятий, работающих в регионе. Если эти предприятия относятся к отраслям с низкой степенью переработки продукции, то и их вклад в создание валового регионального продукта будет невысок. Соответственно, и доля региона в общем производстве валового внутреннего продукта будет незначительной.

Таблица 3.1.1 (продолжение). Основные экономические показатели Юга России, в % к Российской Федерации

	Объем		
	промышленной продукции	продукции сельского хозяйства	строительно-монтажных работ
Южный федеральный округ	5,06	22,71	8,90
Республика Адыгея	0,05	0,27	0,87
Республика Дагестан	0,10	1,60	0,61
Республика Ингушетия	0,01	0,15	0,09
Кабардино-Балкарская Республика	0,09	1,12	0,22
Республика Калмыкия	0,02	0,26	0,10
Карачаево-Черкесская Республика	0,07	0,39	0,09
Республика Северная Осетия – Алания	0,13	0,59	0,19
Чеченская Республика	-	-	0,21
Краснодарский край	1,21	7,55	3,42
Ставропольский край	0,60	3,39	0,80
Астраханская область	0,27	0,38	0,58
Волгоградская область	1,12	2,74	1,11
Ростовская область	1,40	4,26	1,41



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

В региональном разделении труда Юг России всегда будет оставаться основным производителем сельскохозяйственной продукции. Сельское хозяйство не добавляет много стоимости, его вклад в создание валового внутреннего продукта России составляет 6-7%, хотя в отрасли работает более 10% занятого населения. Безусловно, сельскохозяйственная специализация снижает вклад Юга в производство валового продукта России.

Но сравнение показателей субъектов Южного федерального округа показывает, что даже тогда, когда сельхозпродукция доминирует в структуре экономики региона, регион может вносить более весомый вклад в создание добавленной стоимости. Этот вклад можно усилить, развивая в регионе более глубокую переработку сельскохозяйственной продукции. Кроме того, масштабы агробизнеса на Юге России таковы, что здесь неизбежно должны развиваться и, к счастью, развиваются сельскохозяйственное машиностроение, производство удобрений, кормов и другие индустриальные сервисы, необходимые для развития сельскохозяйственного производства. Однако и глубина переработки сельхозпродукции, и степень индустриализации обслуживающих сельское хозяйство отраслей промышленности нуждаются в серьезном развитии.

Строительство – еще одна отрасль специализации Юга России. Это существенный фактор для потенциальных инвесторов, которым для нового оборудования потребуются и новые здания, и новые дороги, и новые жилые дома и гостиницы. Необходимые условия для решения этих задач на Юге уже есть.

3.3. Уровень жизни населения

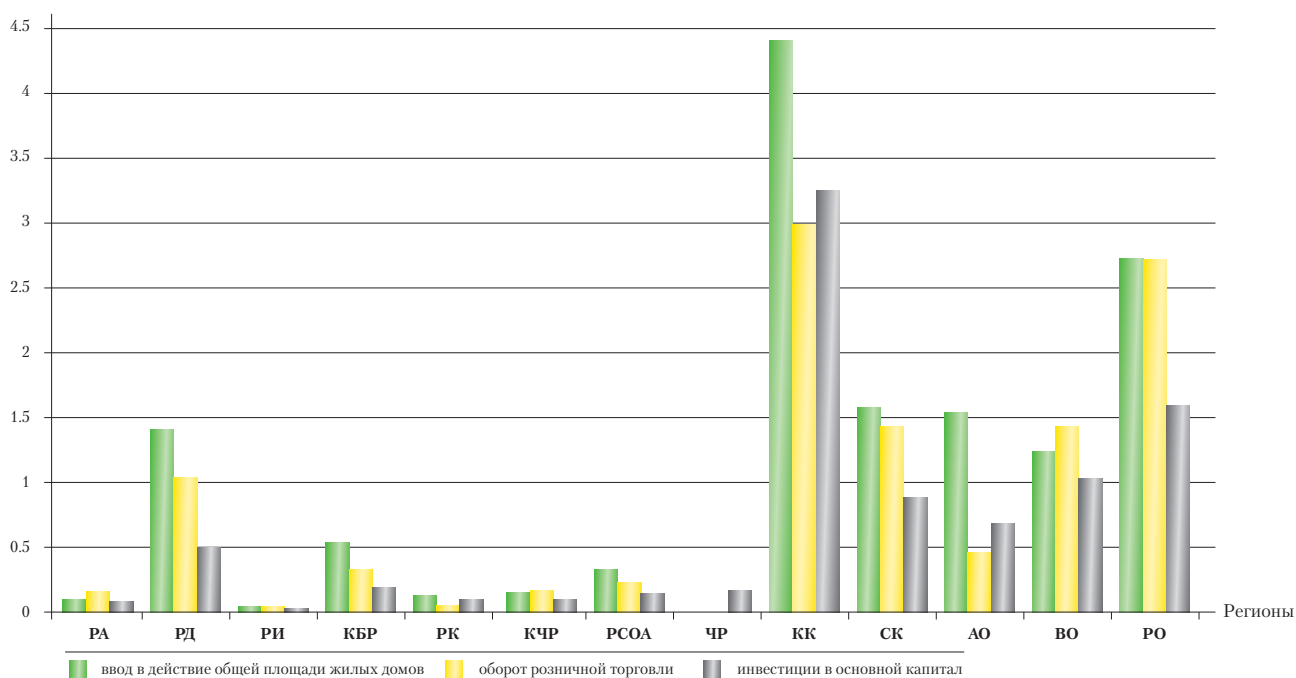
Не очень высокая эффективность экономики Юга России может поколебать уверенность в том, что этот регион является жемчужиной России.

Но достаточно сопоставить со среднероссийским уровнем масштабы жилищного строительства, прямых инвестиций и оборота розничной торговли, чтобы еще раз убедиться в уровне и инвестиционной привлекательности Юга и в комфортности условий жизни населения. Доля инвестиций в регион превышает долю в производстве валового регионального продукта. Масштабы ввода жилья соответствуют доле региона в численности населения. Товарооборот сопоставим по своим относительным объемам с численностью занятого населения.

Радикальные экономисты от политики такую комбинацию показателей нередко объясняют влиянием теневого оборота. Во-первых, не надо забывать, что в хозяйствах населения Юга России производится пятая часть сельхозпродукции хозяйств населения всей России. Во-вторых, в обороте розничной торговли участвуют и многочисленные отдыхающие на Юге россияне. В совокупности эти факторы определяют привлекательность Юга и для жилищного строительства, и для инвестиций.

Таблица 3.1.1 (продолжение). Основные экономические показатели Юга России, в % к Российской Федерации

	Ввод в действие общей площади жилых домов	Оборот розничной торговли	Инвестиции в основной капитал
Южный федеральный округ	14,19	11,05	8,74
Республика Адыгея	0,10	0,16	0,08
Республика Дагестан	1,41	1,04	0,50
Республика Ингушетия	0,04	0,04	0,03
Кабардино-Балкарская Республика	0,54	0,33	0,19
Республика Калмыкия	0,13	0,05	0,10
Карачаево-Черкесская Республика	0,15	0,17	0,10
Республика Северная Осетия – Алания	0,33	0,23	0,14
Чеченская Республика	-	-	0,17
Краснодарский край	4,41	2,99	3,25
Ставропольский край	1,58	1,43	0,88
Астраханская область	1,54	0,46	0,68
Волгоградская область	1,24	1,43	1,03
Ростовская область	2,73	2,72	1,59



РА – Республика Адыгея, РД – Республика Дагестан, РИ – Республика Ингушетия, КБР – Кабардино-Балкарская Республика, РК – Республика Калмыкия, КЧР – Карачаево-Черкесская Республика, РСОА – Республика Северная Осетия – Алания, ЧР – Чеченская Республика, КК – Краснодарский край, СК – Ставропольский край, АО – Астраханская область, ВО – Волгоградская область, РО – Ростовская область.

3.4. Оправа для жемчужины

Межрегиональные сопоставления показателей эффективности использования производственных факторов, отраслевой структуры экономики, индикаторов уровня жизни среди субъектов Южного федерального округа не оставляют сомнений, что Юг – жемчужина России. Но, как любой жемчуг, он нуждается и в оправе, и в надлежащем уходе:

- основные фонды должны заменяться более эффективными;
- от занятого в экономике населения требуется более высокая квалификация;
- природно-климатический потенциал и ресурсы должны проходить более глубокую переработку.

В конце концов требуется более грамотная и профессиональная работа всех, кто живет, работает и инвестирует на Юге России. Более детальному анализу направлений этой работы в разрезе рынков потребителей, производителей, инвесторов посвящены следующие разделы этой книги.

4. РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

4.1. Денежные доходы, расходы и товарооборот

На Юге компактно проживает 22 млн. человек (это соответствует 1/4 населения Германии), что заставляет рассматривать Юг как серьезный потребительский рынок. Но для оценки рынка важно не только количество потребителей, но и их платежеспособный спрос.

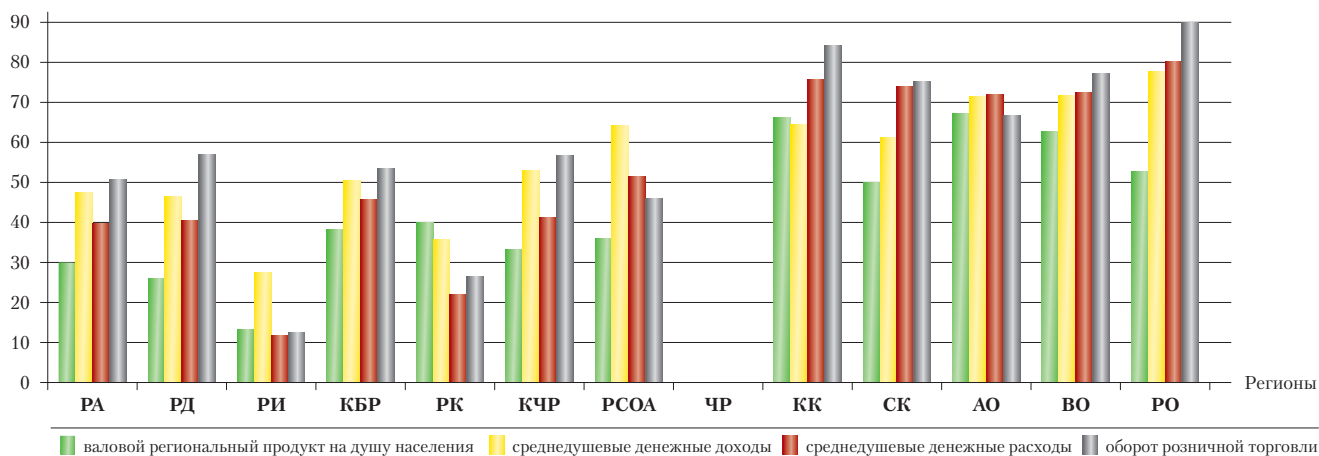
Денежные доходы населения Юга России всегда были ниже среднероссийского уровня по ряду причин:

- кроме денежных доходов на Юге важную роль играют и натуральные доходы;
- в денежных доходах населения других регионов России существенную роль играют климатические надбавки в зарплате.

Но главное – как работаем, так и живем. Выше уже было сказано об отставании Юга от среднероссийского уровня эффективности использования труда и основных фондов. Недостаточно эффективный труд не позволяет людям иметь достойные денежные доходы и заставляет компенсировать их натуральными выплатами, которые используются для продолжения производства на личном подворье. В крупных регионах, где производство носит более товарный характер, уровень денежных доходов населения выше. Но в национальных республиках низкие денежные доходы оказываются выше, чем производительность труда. При очень низкой эффективности производства в доходах населения основную роль начинают играть социальные гарантии и зарплаты бюджетников.

Таблица 4.1.1. Среднедушевые показатели доходов, расходов и товарооборота, в % к Российской Федерации

	Валовой региональный продукт	Денежные доходы	Денежные расходы	Оборот розничной торговли
Южный федеральный округ	48,4	63,40	65,93	69,49
Республика Адыгея	30,0	47,37	39,69	50,61
Республика Дагестан	26,1	46,43	40,39	56,85
Республика Ингушетия	13,3	27,56	11,72	12,42
Кабардино-Балкарская Республика	38,3	50,55	45,73	53,39
Республика Калмыкия	40,0	35,84	21,99	26,53
Карачаево-Черкесская Республика	33,3	52,90	41,24	56,63
Республика Северная Осетия – Алания	36,0	64,22	51,44	46,10
Чеченская Республика	-	-	-	-
Краснодарский край	66,1	64,41	75,67	84,12
Ставропольский край	50,0	61,34	73,90	75,32
Астраханская область	67,1	71,54	71,87	66,60
Волгоградская область	62,6	71,62	72,41	77,25
Ростовская область	52,7	77,80	80,12	90,03



РА – Республика Адыгея, РД – Республика Дагестан, РИ – Республика Ингушетия, КБР – Кабардино-Балкарская Республика, РК – Республика Калмыкия, КЧР – Карачаево-Черкесская Республика, РСОА – Республика Северная Осетия – Алания, ЧР – Чеченская Республика, КК – Краснодарский край, СК – Ставропольский край, АО – Астраханская область, ВО – Волгоградская область, РО – Ростовская область.

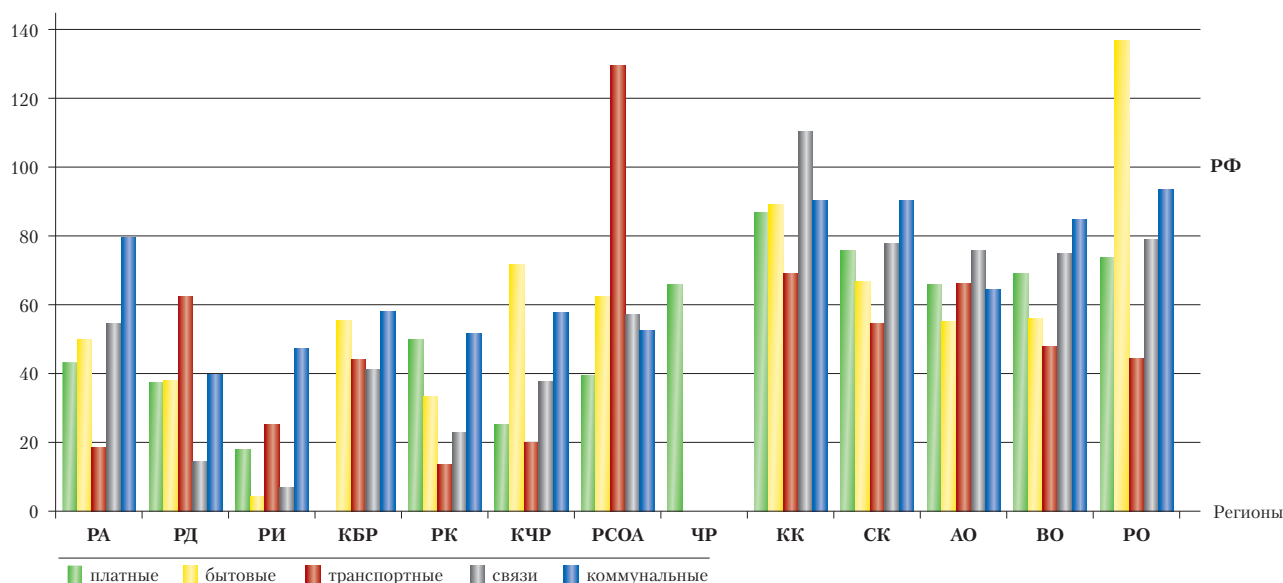
На начальном этапе реформ разрыв в денежных доходах и расходах населения Юга России был весьма значительным: даже свои скромные денежные доходы южане вынуждены были «отоваривать» в столице. Восстановление курортно-рекреационных зон увеличило поток отдыхающих и их расходы на покупку товаров и услуг. После освоения «легких» рынков в центре в крупные и средние города Юга России потянулись торговые сети и дистрибьюторы.

4.2. Рынок платных услуг

Недостаток денежных доходов снижает спрос южан на платные услуги. Учитывая роль натуральных доходов, можно предположить, что большинство услуг также оказывается в натуральной форме либо в рамках домашних хозяйств.

Таблица 4.2.1. Объем платных услуг на душу населения, в % к Российской Федерации

	Платные услуги	Бытовые услуги	Транспортные услуги	Услуги связи	Коммунальные услуги
Южный федеральный округ	68,3	78,0	55,9	71,8	78,0
Республика Адыгея	43,3	50,0	18,6	54,5	79,5
Республика Дагестан	37,5	37,9	62,5	14,3	39,7
Республика Ингушетия	18,0	4,3	25,3	7,0	47,2
Кабардино-Балкарская Республика	-	55,3	44,0	41,2	57,9
Республика Калмыкия	49,8	33,4	13,6	23,0	51,5
Карачаево-Черкесская Республика	25,3	71,6	20,1	37,8	57,6
Республика Северная Осетия – Алания	39,3	62,3	129,6	57,2	52,6
Чеченская Республика	65,9	-	-	-	-
Краснодарский край	86,8	89,0	69,0	110,3	90,2
Ставропольский край	75,7	66,7	54,5	77,9	90,2
Астраханская область	66,0	55,0	66,1	75,9	64,4
Волгоградская область	69,0	55,9	47,8	74,8	84,7
Ростовская область	73,7	136,7	44,3	78,9	93,4



РА – Республика Адыгея, РД – Республика Дагестан, РИ – Республика Ингушетия, КБР – Кабардино-Балкарская Республика, РК – Республика Калмыкия, КЧР – Карачаево-Черкесская Республика, РСОА – Республика Северная Осетия – Алания, ЧР – Чеченская Республика, КК – Краснодарский край, СК – Ставропольский край, АО – Астраханская область, ВО – Волгоградская область, РО – Ростовская область.

Наличие собственного автотранспорта определяет пониженный спрос на транспортные услуги. Резкое превышение среднероссийского уровня услуг связи в Краснодарском крае – еще одно подтверждение начала возрождения спроса на курорты Черноморского побережья. Уровень платежей за коммунальные услуги в Ростовской области, Краснодарском и Ставропольском краях почти совпадает со среднероссийскими значениями и свидетельствует о начале реформ в коммунальном секторе экономики.

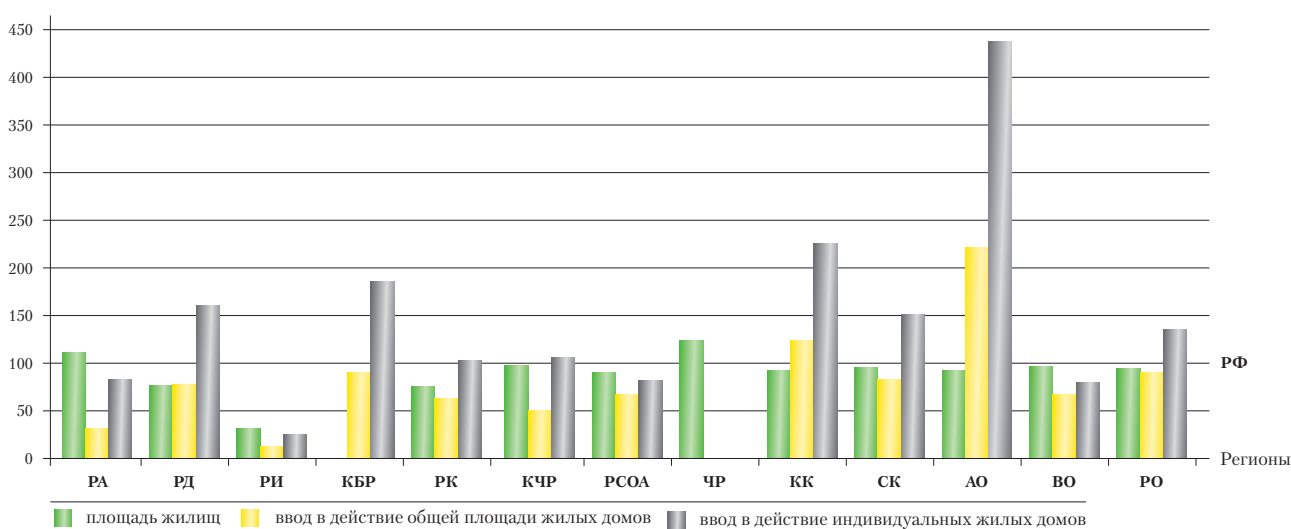
Повышенный уровень оплаты бытовых услуг в Ростовской области имеет глубокие корни. Еще в советские времена Ростовская область отличалась высоким уровнем расходов на бытовые услуги, и в первую очередь на услуги парикмахерских. Поскольку парикмахерские услуги отнимали у донских хозяек не только деньги, но и время, постепенно казачки передали на аутсорсинг и другие домашние заботы. Местное руководство бытовых служб поддержало этот процесс, захватило рынок «бытовки» и сохранило свои позиции, несмотря на все трудности реформирования и российской экономики, и региона, и отрасли.

4.3. Обеспеченность жильем и автотранспортом

Юг отстает от России по уровню обеспеченности населения жильем. Ударные стройки социализма в Сибири сдерживали процесс жилищного строительства на Юге за счет государственных средств, зато приучили население заботиться о своем жилище. В результате южане научились и деньги находить для строительства жилья, да и строить предпочитают не квартиры, а индивидуальные дома. Нельзя сказать, что это «рублевские терема», но крепкие курени сегодня есть в каждой станице. Поскольку эти дома находятся в сельской местности, то в них трудно отличить постоянное жилье от дачи, к которой привыкли горожане средней полосы России. Постепенно идет газификация станиц и хуторов, улучшаются другие коммунальные удобства, соответственно, растет рынок строительных и отделочных материалов.

Таблица 4.3.1. Жилищная обеспеченность и ввод жилья, на душу населения, в % к Российской Федерации

	Площадь жилищ	Ввод в действие общей площади жилых домов	Ввод в действие индивидуальных жилых домов
Южный федеральный округ	91,2	89,3	156,4
Республика Адыгея	111,7	31,5	82,8
Республика Дагестан	76,1	77,2	160,5
Республика Ингушетия	31,2	13,1	24,8
Кабардино-Балкарская Республика	-	90,0	185,3
Республика Калмыкия	75,6	62,8	102,5
Карачаево-Черкесская Республика	97,6	50,7	105,6
Республика Северная Осетия – Алания	90,7	67,6	82,0
Чеченская Республика	123,9	-	-
Краснодарский край	92,7	124,2	225,3
Ставропольский край	95,1	83,4	150,7
Астраханская область	92,7	221,9	437,4
Волгоградская область	96,1	67,1	79,4
Ростовская область	94,6	90,3	135,6

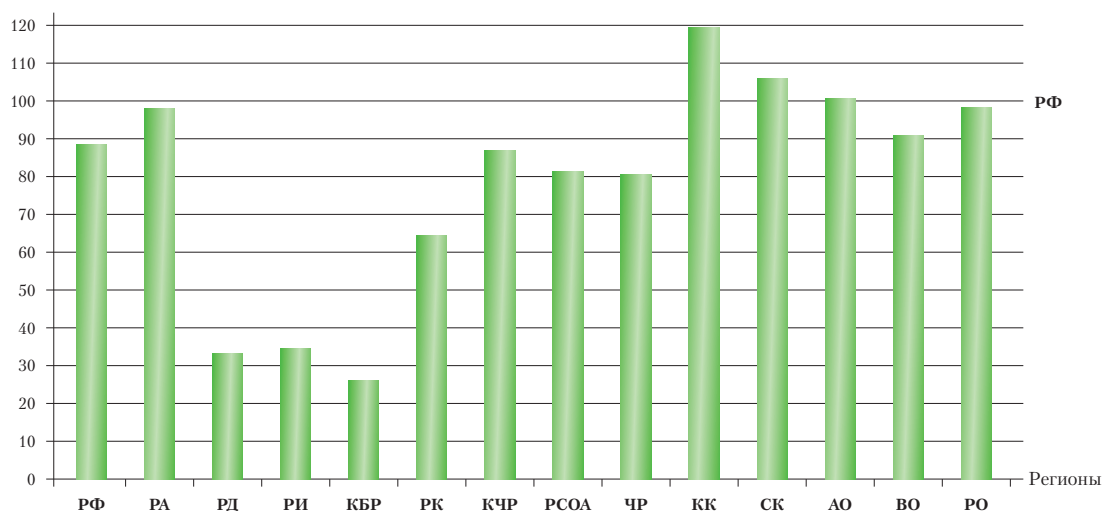


РА – Республика Адыгея, РД – Республика Дагестан, РИ – Республика Ингушетия, КБР – Кабардино-Балкарская Республика, РК – Республика Калмыкия, КЧР – Карачаево-Черкесская Республика, РСОА – Республика Северная Осетия – Алания, ЧР – Чеченская Республика, КК – Краснодарский край, СК – Ставропольский край, АО – Астраханская область, ВО – Волгоградская область, РО – Ростовская область.

Несмотря на нехватку денежных доходов, население Юга России имеет очень высокий уровень обеспеченности личным автотранспортом. Для некоторых южных краев и областей этот показатель превосходит среднероссийский уровень. Автомобиль трудно приобрести в порядке натурального обмена. Значит, деньги у населения на Юге есть, но они имеют строго целевое назначение, связанное с развитием собственного бизнеса. Наличие владельцев автотранспорта предьявляет спрос на дорожное строительство, ремонт и сервисное обслуживание автомобилей.

Таблица 4.3.2. Число автомобилей, на душу населения, в % к Российской Федерации

Число собственных легковых автомобилей	
Южный федеральный округ	88,39
Республика Адыгея	98,05
Республика Дагестан	33,33
Республика Ингушетия	34,40
Кабардино-Балкарская Республика	26,11
Республика Калмыкия	64,53
Карачаево-Черкесская Республика	86,94
Республика Северная Осетия – Алания	81,29
Чеченская Республика	80,60
Краснодарский край	119,52
Ставропольский край	106,03
Астраханская область	100,69
Волгоградская область	90,90
Ростовская область	98,18



РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

4.4. Сбережения и накопления населения

Куда еще тратит деньги население Юга России? Поскольку денежных доходов у населения Юга России меньше, чем у россиян, они вынуждены большую их часть тратить на покупку товаров. После покупки товаров, оплаты услуг, обязательных платежей и улучшения жилищных условий остается не так уж и много. По мере роста доходов возрастает доля средств, направляемых на прирост финансовых активов (вклады, валюта, покупка акций). Отрадно, что уменьшается количество денег на руках у населения Юга России, но это связано с ростом оплаты товаров и услуг отдыхающими на южных курортах.

Таблица 4.4.1. Структура денежных расходов и сбережений населения

	Покупка товаров и оплата услуг		Обязательные платежи и разнообразные взносы		Приобретение недвижимости		Прирост финансовых активов		Из него прирост, уменьшение (-) денег на руках у населения	
	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004	2000	2004
РФ	75,5	69,8	7,8	9,2	1,2	2,3	15,5	18,7	2,8	1,8
Южный федеральный округ	79,9	76,9	4,5	6,2	0,5	1,1	15,1	15,8	4	-3,1
Республика Адыгея	69,4	68,6	3,8	5,9	0,1	0,2	26,7	25,3	20,5	17,6
Республика Дагестан	65,3	78,3	2,5	2,6	-	0,1	32,2	19	31,3	3,3
Республика Ингушетия	48,2	33,8	4,3	3,1	-	-	47,5	63,1	47,5	61,7
Кабардино-Балкарская Республика	72,1	71,9	3	3,2	0,1	0,1	24,8	24,8	21,4	11,2
Республика Калмыкия	51,2	49,3	7	10,4	-	0,2	41,8	40	36,9	38,4
Карачаево-Черкесская Республика	75,1	68	3,7	4	0,5	0,2	20,7	27,8	16,6	23,4
Республика Северная Осетия – Алания	76	54,1	3,6	4,5	-	0,7	20,4	40,7	14,5	20,5
Чеченская Республика	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Краснодарский край	87,1	85,9	5,7	7,4	0,5	1,9	6,7	4,8	-5,8	-14,4
Ставропольский край	89	86	4,2	6,2	0,6	0,9	6,2	6,9	-9,5	-18,3
Астраханская область	65	64,1	5,2	8,1	0,3	0,9	29,5	26,9	15,3	1,3
Волгоградская область	72,8	72,5	5,4	7,4	0,5	1	21,3	19,1	7,8	0,6
Ростовская область	84	75	3,9	6,3	0,8	1,2	11,3	17,5	0,3	-1,2



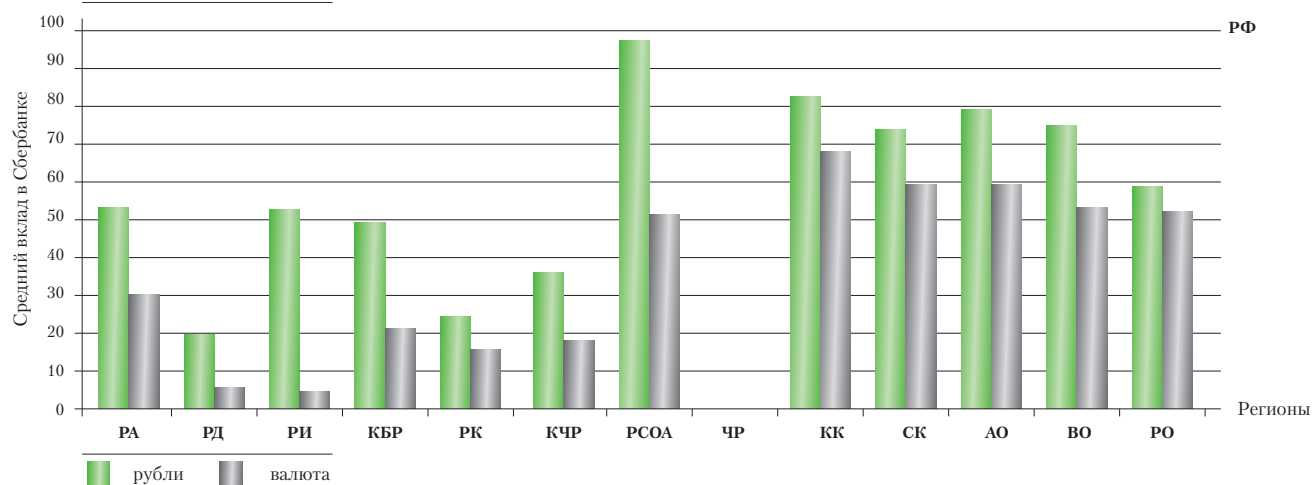
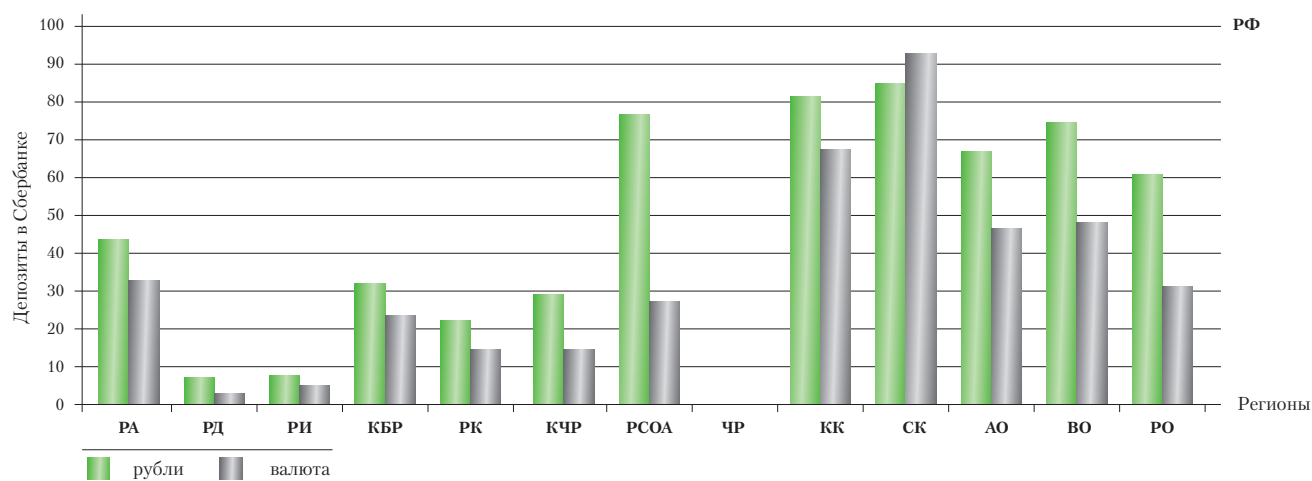
РО – Ростовская область, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **ЮФО** – Южный федеральный округ, **РФ** – Российская Федерация.

Особая тема – прирост наличных денег у населения Калмыкии и Ингушетии. Созданные в этих республиках свободные экономические зоны с льготным режимом налогообложения до сих пор создают условия, стимулирующие выплату наличных денежных средств иногородним фирмам.

Невысокий уровень доходов определяет и не очень высокую «склонность к сбережениям» населения Юга России. Вклады население предпочитает делать в рублях. Но размеры среднего вклада в 1,5-2 раза ниже, чем у российских вкладчиков. Жители краев и областей Юга России, располагая более высокими доходами, могут направлять на сбережение больше денег, чем жители национальных республик.

Таблица 4.4.2. Вклады населения в Сбербанке по регионам Юга России, в % к Российской Федерации

	Депозиты в Сбербанке		Средний вклад в Сбербанке	
	рубли	валюта	рубли	валюта
Южный федеральный округ	57,78	42,97	68,51	45,99
Республика Адыгея	43,74	32,84	53,22	30,19
Республика Дагестан	7,03	2,91	19,74	5,64
Республика Ингушетия	7,60	4,90	52,71	4,59
Кабардино-Балкарская Республика	32,10	23,61	49,20	21,13
Республика Калмыкия	22,18	14,57	24,54	15,66
Карачаево-Черкесская Республика	29,04	14,58	36,19	18,12
Республика Северная Осетия – Алания	76,67	27,33	97,45	51,27
Чеченская Республика	-	-	-	-
Краснодарский край	81,48	67,40	82,67	68,07
Ставропольский край	84,90	92,88	73,77	59,35
Астраханская область	66,95	46,66	79,29	59,46
Волгоградская область	74,51	48,04	74,84	53,35
Ростовская область	60,94	31,09	58,88	52,28



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Иностранная валюта не очень популярна у населения Юга России. В расчете на душу населения оборот купли-продажи валюты вдвое ниже, чем в среднем по России. Исключение составляет Чеченская Республика. Накопления (разность между покупкой и продажей) в валюте наиболее существенны в Дагестане и Северной Осетии, хотя уровни этих накоплений вдвое ниже российского.

Таблица 4.4.3. Покупка и продажа иностранной валюты через кредитные организации по регионам Юга России на душу населения, в % к Российской Федерации

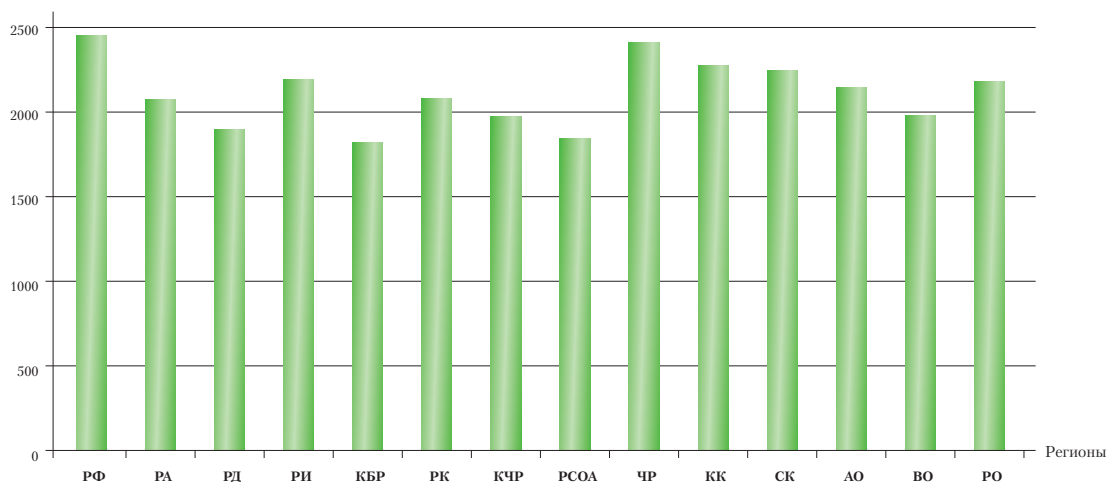
	Денежные доходы	Покупка валюты	Продажа валюты
Южный федеральный округ	63,40	53,31	38,71
Республика Адыгея	47,37	17,72	21,24
Республика Дагестан	46,43	53,13	3,01
Республика Ингушетия	27,56	3,67	8,98
Кабардино-Балкарская Республика	50,55	22,62	10,50
Республика Калмыкия	35,84	14,66	15,84
Карачаево-Черкесская Республика	52,90	11,48	6,68
Республика Северная Осетия – Алания	64,22	82,25	32,41
Чеченская Республика	-	318,22	355,30
Краснодарский край	64,41	41,30	21,15
Ставропольский край	61,34	19,72	12,42
Астраханская область	71,54	77,54	65,99
Волгоградская область	71,62	103,69	78,78
Ростовская область	77,80	63,52	48,26

4.5. Борьба с бедностью

Реформы – очень жестокий процесс, требующий от людей адаптации к новым реалиям. На Юге величина прожиточного минимума существенно ниже установленной в России, а доля населения с доходами ниже этого минимума значительно выше среднероссийских значений. Не снимая остроты проблемы, следует все же отметить, что речь идет о денежных доходах, которые ниже минимально установленных местным законодательством. Кроме того, по мере возрождения экономики Юга России доля тех, кто попадает в эту группу, снижается. Причем снижение идет синхронно как на федеральном, так и на региональном уровне. Борьба с бедностью – это все-таки общероссийская задача, и успех в этой борьбе зависит от успеха российских реформ в целом.

Таблица 4.5.1. Величина прожиточного минимума, установленная в Российской Федерации и субъектах Российской Федерации за IV квартал 2004 г., рублей в месяц

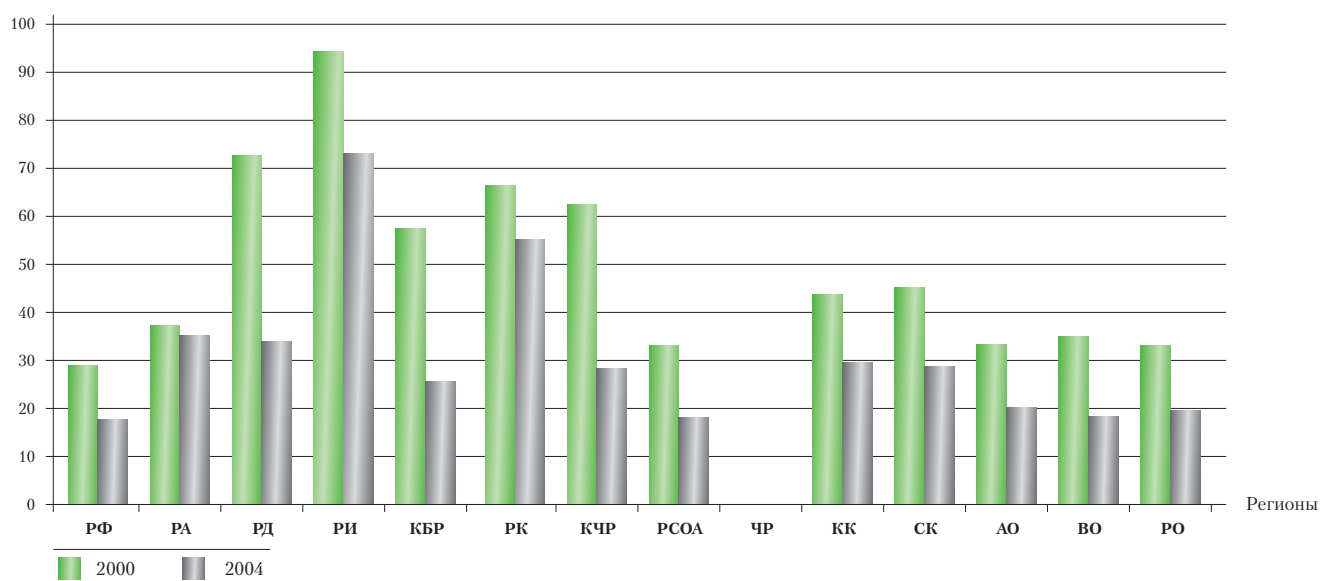
	Величина прожиточного минимума
Российская Федерация	2451
Республика Адыгея	2074
Республика Дагестан	1897
Республика Ингушетия	2193
Кабардино-Балкарская Республика	1823
Республика Калмыкия	2079
Карачаево-Черкесская Республика	1973
Республика Северная Осетия – Алания	1841
Чеченская Республика	2411
Краснодарский край	2278
Ставропольский край	2244
Астраханская область	2147
Волгоградская область	1978
Ростовская область	2180



РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Таблица 4.5.2. Численность населения с денежными доходами ниже прожиточного минимума по регионам Российской Федерации, в % от общей численности населения

	2000	2004
РФ	29	17,8
Республика Адыгея	37,2	35,2
Республика Дагестан	72,6	33,9
Республика Ингушетия	94,3	73
Кабардино-Балкарская Республика	57,5	25,6
Республика Калмыкия	66,4	55,1
Карачаево-Черкесская Республика	62,5	28,4
Республика Северная Осетия – Алания	33,2	18,2
Чеченская Республика	-	-
Краснодарский край	43,7	29,6
Ставропольский край	45,2	28,7
Астраханская область	33,4	20,1
Волгоградская область	34,9	18,4
Ростовская область	33,1	19,5



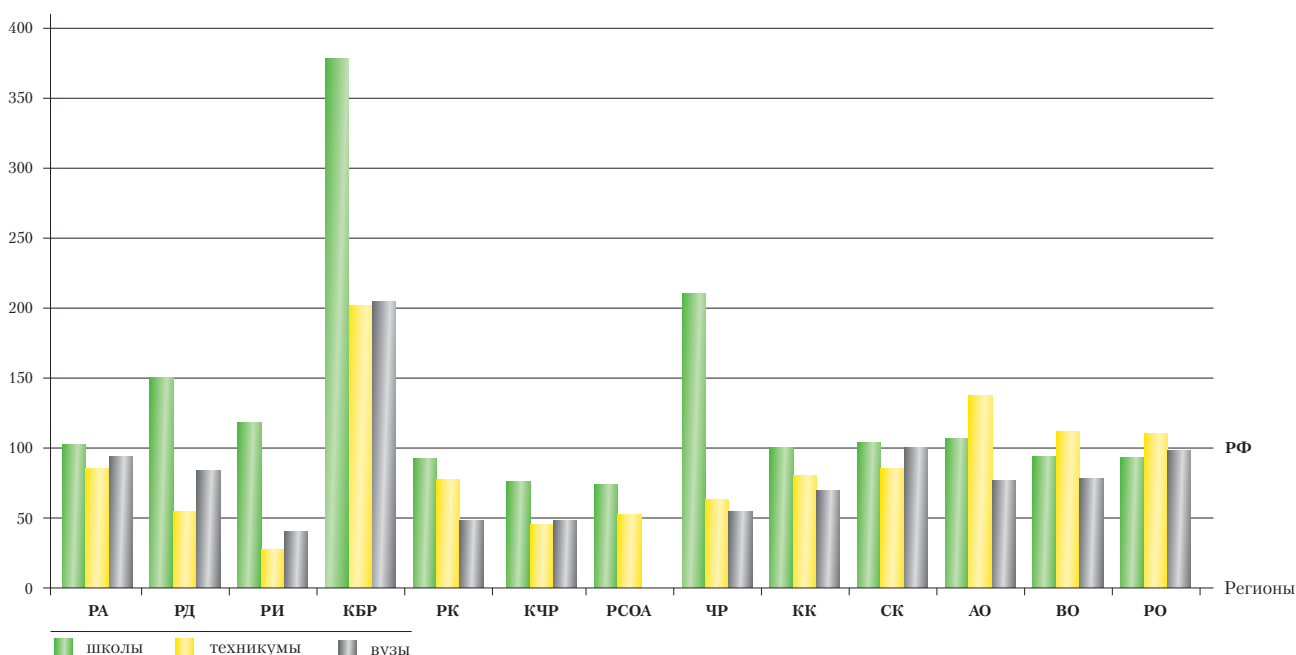
РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

4.6. Рынок образовательных услуг

Несмотря на трудности реформ, на Юге уделяется большое внимание образованию: с учетом демографических различий в республиках выше уровень численности школьников (в расчете на душу населения), в краях и областях – учащихся техникумов. Получение вузовского образования ограничено уровнем доходов и необходимостью для молодежи зарабатывать на жизнь. Поэтому молодые люди получают среднее специальное образование и лишь после этого задумываются о вузовском дипломе. Учитывая такую конъюнктуру, многие техникумы заключили договоры с вузами на непрерывное обучение, когда итоги сданных выпускных экзаменов учитываются при приеме в вуз.

Таблица 4.6.1. Численность учащихся на душу населения, в % к Российской Федерации

	Школы	Техникумы	Вузы
Южный федеральный округ	110,76	87,19	81,04
Республика Адыгея	102,28	85,11	93,79
Республика Дагестан	150,59	54,43	83,86
Республика Ингушетия	118,44	27,37	40,68
Кабардино-Балкарская Республика	378,15	201,63	204,89
Республика Калмыкия	92,30	77,82	47,97
Карачаево-Черкесская Республика	75,92	45,56	47,93
Республика Северная Осетия – Алания	74,19	52,22	-
Чеченская Республика	210,67	63,26	54,61
Краснодарский край	100,30	80,45	69,63
Ставропольский край	103,95	85,18	100,07
Астраханская область	107,14	137,79	76,83
Волгоградская область	93,99	112,02	78,49
Ростовская область	92,94	110,27	98,19



РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

На всех уровнях образования сегодня необходимо переходить к новым технологиям, позволяющим передать новому поколению больший объем информации за более короткий срок обучения и в более систематизированном виде. Более грамотная молодежь должна обеспечить не только высокий уровень жизни для себя, но и для стариков и детей.

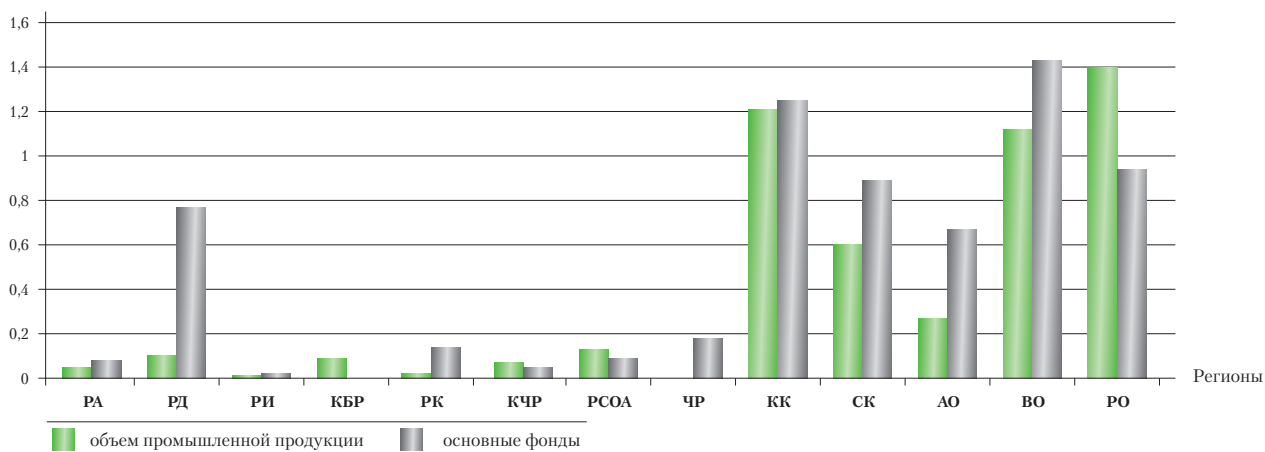
5. РЫНОК ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. ПРОМЫШЛЕННОСТЬ

5.1. Индустриализация национальных республик

На общероссийском фоне промышленность Юга России выглядит весьма скромно. Более того, 90% промышленной продукции Юга России производят края и области: Краснодарский, Ставропольский, Ростовская, Волгоградская и Астраханская. В этих же регионах сконцентрированы и основные фонды промышленности. В национальных республиках, даже там, где имеются существенные основные фонды промышленности (Дагестан, Калмыкия), они используются неэффективно.

Таблица 5.1.1. Объем продукции и основные фонды промышленности Юга России, в % к Российской Федерации

	Объем промышленной продукции	Основные фонды
Южный федеральный округ	5,06	6,88
Республика Адыгея	0,05	0,08
Республика Дагестан	0,10	0,77
Республика Ингушетия	0,01	0,02
Кабардино-Балкарская Республика	0,09	0,00
Республика Калмыкия	0,02	0,14
Карачаево-Черкесская Республика	0,07	0,05
Республика Северная Осетия – Алания	0,13	0,09
Чеченская Республика	-	0,18
Краснодарский край	1,21	1,25
Ставропольский край	0,60	0,89
Астраханская область	0,27	0,67
Волгоградская область	1,12	1,43
Ростовская область	1,40	0,94



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Национальная самобытность тормозит индустриальное развитие национальных республик. На заре советской индустриализации был провозглашен и во многом реализован принцип ускоренной индустриализации национальных окраин. В условиях глобализации экономики этот принцип приобретает еще большее значение:

- локальные рынки имеют ограниченный спрос;
- ориентация на локальные рынки консервирует неэффективное и неконкурентоспособное производство;
- неэффективное производство не обеспечивает достойный уровень доходов;
- низкие доходы ведут к социальному расслоению, коррупции, росту криминальных и террористических угроз.

К сожалению, создание налоговых оффшоров не привело в 90-х годах к росту производства в национальных республиках. Объявленные российским правительством особые экономические зоны дают шанс для выравнивания уровня развития отдельных регионов, в т. ч. национальных республик. Национальные элиты должны осознать, что развитие их республик может опираться только на их собственную инициативу и требует тщательной проработки стратегий развития с учетом глобальных тенденций.

Что касается динамики промышленного производства индустриально развитых территорий, то темпы промышленного развития, хотя и с некоторой задержкой, опережают темпы развития промышленности России. Восстановление промышленности Юга России после кризиса 90-х годов пока базируется на старой производственной базе, которая также нуждается в переходе к новым, более эффективным технологиям.

Таблица 5.1.2. Отраслевая структура промышленного производства, в % к итогу

	Российская Федерация	Южный федеральный округ
Электроэнергетика	10,7	15,6
Топливная	21,7	10,1
Нефтедобывающая	14,7	3,8
Нефтеперерабатывающая	3,1	1,9
Газовая	2,4	3,6
Угольная	1,5	0,7
Черная металлургия	11,8	7,8
Цветная металлургия	7,3	2,8
Химическая и нефтехимическая	5,9	7,5
Машиностроение и металлообработка	18,9	16,5
Лесная, деревообрабатывающая и целлюлозно-бумажная	3,9	1,9
Промышленность строительных материалов	3,1	5,2
Стекольная и фарфорофаянсовая	0,5	0,8
Легкая	1,1	2
Пищевая	12,5	26,6
Мукомольно-крупяная и комбикормовая	1,2	2,1
Итого	100	100

5.2. Диверсификация индустрии

Если в целом в промышленности России преобладает производство топливно-энергетических ресурсов, то в промышленности Юга России ведущую роль играет пищевая промышленность. Рекомендации международных финансовых организаций о необходимости диверсификации структуры российской экономики де-факто уже реализованы на Юге России. Необходимо только международное признание пищевой продукции южнороссийских предприятий, а для этого требуется использование новых технологий в производстве, упаковке и дистрибуции продуктов питания.

Анализируя отраслевую структуру промышленности, нельзя не отметить, что, кроме пищевой промышленности, Юг России имеет условия для устойчивого, комплексного, сбалансированного развития и других отраслей промышленности:

- наличие собственной достаточно диверсифицированной топливно-энергетической базы;
- производство электроэнергии;
- развитый потенциал производства черных и цветных металлов, машиностроения и металлообработки;
- крупные химические и нефтехимические предприятия;
- весомое производство строительных материалов;
- наличие предприятий легкой промышленности.

На одной из встреч Всемирного экономического форума обсуждался вопрос о главной задаче развития российской экономики. В группе, которую возглавлял Ж. Лемьер – президент Европейского банка реконструкции и развития, шла оживленная дискуссия о диверсификации эко-

номики России. От имени этой группы автору было поручено доложить результаты обсуждения остальным участникам. Коллеги с воодушевлением одобрили формулировку «Рост российской экономики нуждается в диверсификации по регионам, по отраслям и по формам собственности». Эта формулировка просто отражала процессы, которые уже идут в промышленности Юга России.

Таблица 5.2.1. Доля регионов Юга России в объеме производства промышленной продукции, в % к объему производства отрасли в Российской Федерации

	ЮФО	РА	РД	РИ	КБР	РК	КЧР	РСОА	ЧР	КК	СК	АО	ВО	РО
Электроэнергия	7	0	1		0	0	0	0	0	1	2	0	2	2
Нефть, включая газовый конденсат	3	0	0	0	-	0	-	0	0	0	0	1	1	0
Первичная переработка нефти	9	0		0	-	0	-	0	-	3	0	1	5	-
Газ естественный	3	0	0	-	-	0	-	-	0	0	0	2	0	0
Уголь	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Готовый прокат черных металлов	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-
Аммиак синтетический	9	-	-	-	-	-	-	-	-	-	9	-	-	-
Синтетические смолы и пластические массы	12	-	-	-	-	-	0	-	-	0	8	-	3	0
Шины автомобильные, для сельскохозяйственных машин, мотоциклов и мотороллеров	7	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	7	-
Металлорежущие станки	7	0	0	-	-	-	-	-	-	1	0	5	0	-
Легковые автомобили	3	-	-	-	-	-	0	-	-	-	-	-	-	3
Телевизоры	0	-	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	0	-
Холодильники и морозильники бытовые	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Вывозка древесины	0	0	-	-	0	-	0	0	-	0	-	0	0	0
Пиломатериалы	1	0	0	-	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Целлюлоза товарная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Цемент	17	-	-	-	-	-	4	-	-	7	-	-	6	-
Кирпич строительный	15	0	0	0	1	0	0	1	0	5	2	0	2	4
Ткани	8	0	-	-	0	-	0	-	-	0	-	-	7	0
Обувь	34	-	0	-	0	-	0	0	-	28	2	0	0	4
Сахар-песок	42	2	-	-	-	-	0	-	-	38	1	-	-	-
Хлеб и хлебобулочные изделия	16	0	2	0	0	0	0	0	0	5	2	1	2	3
Мясо, включая субпродукты 1-й категории	13	1	0	-	0	0	0	0	-	5	2	0	1	3
Масло растительное	56	-	-	-	-	-	-	-	-	25	-	-	-	21
Консервы	13	0	0	0	2	0	0	0	0	7	0	1	1	1
Цельномолочная продукция (в пересчете на молоко)	10	0	0	-	0	0	0	0	-	6	1	0	1	1
Крупа	35	0	0	-	0	0	-	0	-	23	3	1	3	6

0 = менее 0,5%

В территориальном разделении труда Юг России играет ведущую роль в производстве растительного масла, сахара, круп, обуви (Краснодарский край, Ростовская область). Существенное значение для экономики России имеет также производство цемента и строительных материалов (Краснодарский край, Ростовская область, Карачаево-Черкесия), синтетических смол, аммиака (Ставропольский край) и продуктов нефтепереработки (Волгоградская область). А вот машиностроение, в т. ч. сельскохозяйственное машиностроение, в ходе реформ сдало свои позиции до такой степени, что государственная статистика перестала включать показатели отрасли в публикуемую отчетность. В результате трудно зафиксировать начавшееся возрождение отдельных подотраслей промышленности на Юге России.

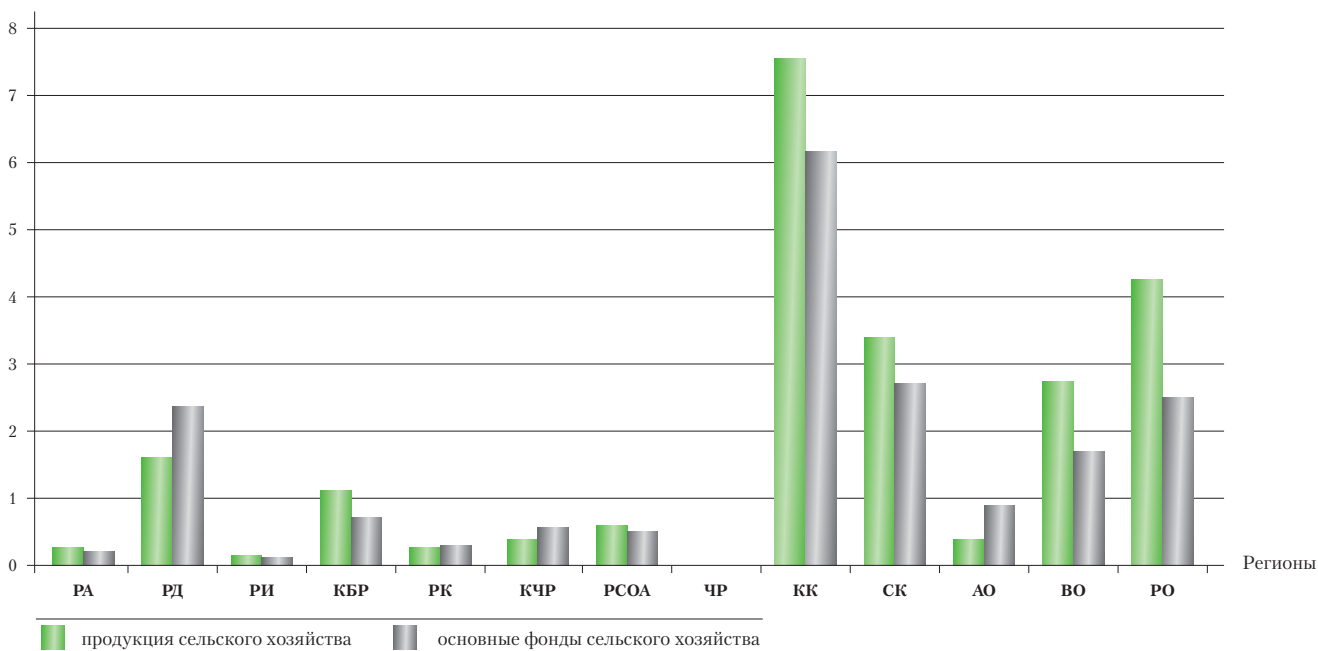
6. РЫНОК ПРОИЗВОДИТЕЛЕЙ. СЕЛЬСКОЕ ХОЗЯЙСТВО

6.1. Конкурентные преимущества

Природно-климатические факторы преопределили сельскохозяйственную специализацию Юга России, который производит более 1/5 всей сельхозпродукции страны и продукции растениеводства России. При этом основной объем сельскохозяйственной продукции производят Краснодарский и Ставропольский края, Ростовская и Волгоградская области. Особо надо отметить, что Краснодарский край имеет самый высокий уровень фондооснащенности сельскохозяйственного производства, что свидетельствует о начале технического перевооружения сел Кубани.

Таблица 6.1.1. Объем продукции и основные фонды сельского хозяйства Юга России, в % к Российской Федерации

	Продукция сельского хозяйства	Основные фонды сельского хозяйства
Южный федеральный округ	22,71	19,56
Республика Адыгея	0,27	0,20
Республика Дагестан	1,60	2,36
Республика Ингушетия	0,15	0,11
Кабардино-Балкарская Республика	1,12	0,72
Республика Калмыкия	0,26	0,29
Карачаево-Черкесская Республика	0,39	0,56
Республика Северная Осетия – Алания	0,59	0,51
Чеченская Республика	-	-
Краснодарский край	7,55	6,17
Ставропольский край	3,39	2,71
Астраханская область	0,38	0,89
Волгоградская область	2,74	1,69
Ростовская область	4,26	2,50

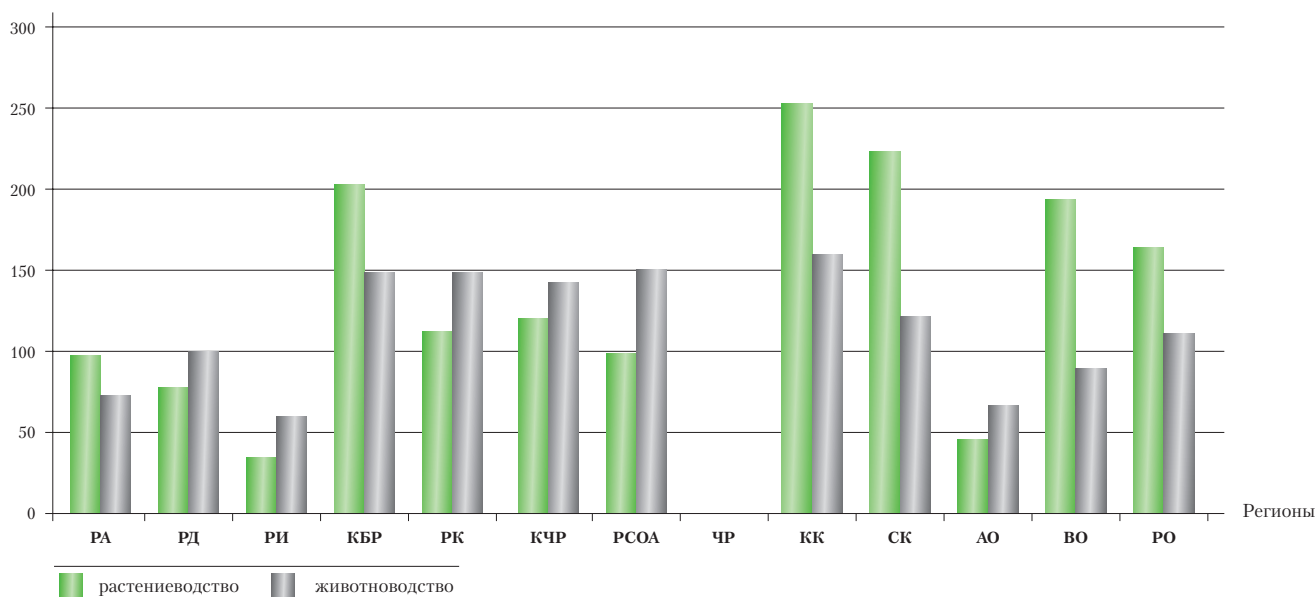


РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Сравнение показателей производства сельскохозяйственной продукции на душу населения более наглядно демонстрирует влияние природно-климатических факторов на уровень производства сельскохозяйственной продукции: Краснодарский и Ставропольский края, Волгоградская и Ростовская области, Кабардино-Балкария намного превосходят среднедушевые показатели производства сельхозпродукции в России. Однако не надо забывать, что в европейских странах урожайность основных сельскохозяйственных культур в 2–4 раза выше, чем на Юге России, и кроме климата и природы на производство сельхозпродукции влияют еще и современные технологии сельскохозяйственного производства.

Таблица 6.1.2. Продукция сельского хозяйства в расчете на душу населения, в % к Российской Федерации

	Продукция сельского хозяйства на душу населения		
	Всего	Растениеводство	Животноводство
Южный федеральный округ	142,75	165,10	113,80
Республика Адыгея	86,74	97,65	72,62
Республика Дагестан	87,48	77,94	99,84
Республика Ингушетия	45,66	34,51	60,10
Кабардино-Балкарская Республика	178,95	202,59	148,33
Республика Калмыкия	128,12	112,21	148,73
Карачаево-Черкесская Республика	129,83	120,09	142,44
Республика Северная Осетия – Алания	121,10	98,57	150,27
Чеченская Республика	-	-	-
Краснодарский край	212,36	252,96	159,77
Ставропольский край	178,81	223,22	121,30
Астраханская область	54,80	45,69	66,59
Волгоградская область	148,23	193,52	89,59
Ростовская область	140,99	164,10	111,05



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

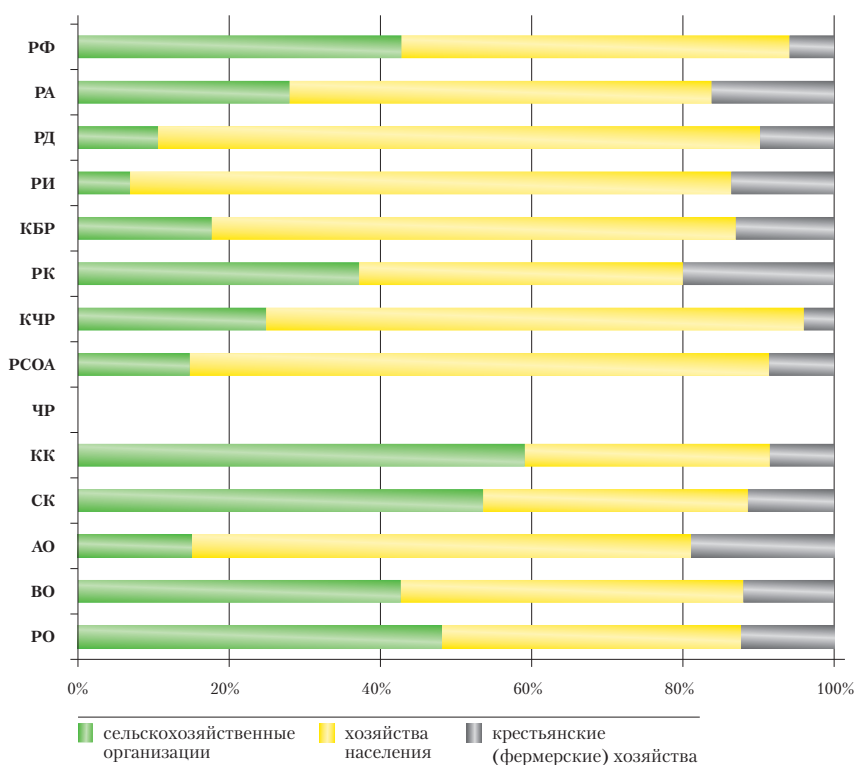
6.2. Хозяева земли

В сельском хозяйстве как нигде огромную роль играет хозяйское отношение к земле. Несмотря на несовершенство действующего земельного законодательства, даже при наличии теневого оборота земли отношения собственника основного средства производства стали мощным стимулом наращивания сельскохозяйственного производства.

При этом следует учитывать, что Юг России всегда был и останется районом крупного товарного сельскохозяйственного производства. В условиях глобализации экономики товарность означает, помимо прочего, еще и конкурентоспособность не только на внутреннем, но и на мировых рынках.

Таблица 6.2.1. Структура сельскохозяйственного производства по категориям хозяйств

	Производство сельхозпродукции		
	Сельскохозяйственные организации	Хозяйства населения	Крестьянские (фермерские) хозяйства
РФ	42,8	51,3	5,9
Южный федеральный округ	44,8	44,4	10,8
Республика Адыгея	28	55,8	16,2
Республика Дагестан	10,6	79,6	9,8
Республика Ингушетия	6,9	79,5	13,6
Кабардино-Балкарская Республика	17,7	69,3	13
Республика Калмыкия	37,2	42,8	20
Карачаево-Черкесская Республика	24,9	71,1	4
Республика Северная Осетия – Алания	14,8	76,6	8,6
Чеченская Республика	-	-	-
Краснодарский край	59,1	32,4	8,5
Ставропольский край	53,6	35	11,4
Астраханская область	15,1	66	18,9
Волгоградская область	42,7	45,3	12
Ростовская область	48,2	39,5	12,3

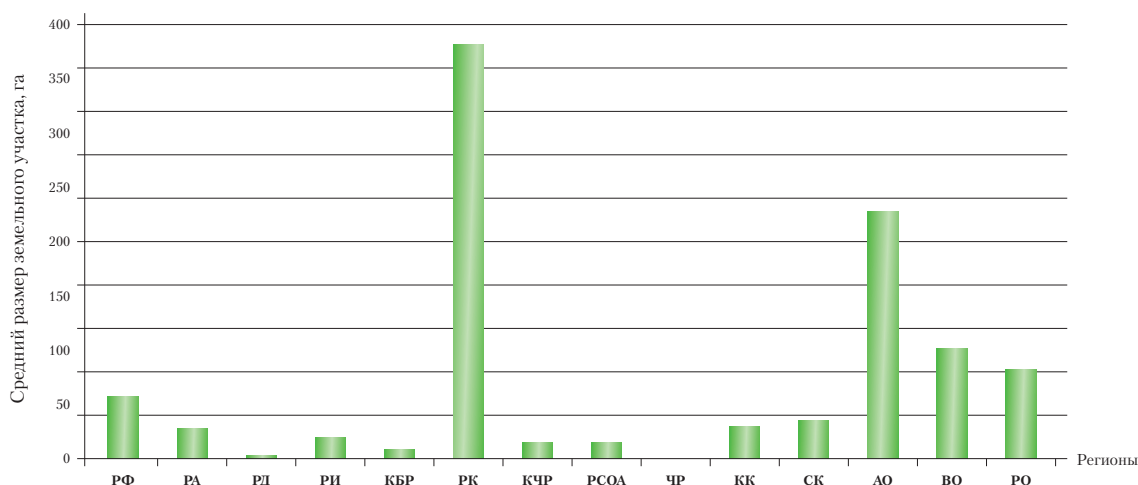


РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОО** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

На Юге сосредоточено почти 42% всех крестьянских и фермерских хозяйств России, но представления о крестьянских фермерских хозяйствах сильно различаются по отдельным территориям даже Юга России: средние размеры хозяйств колеблются от 30 до 470 гектаров.

Таблица 6.2.2. Число крестьянских (фермерских) хозяйств и средний размер участка

	Число крестьянских (фермерских) хозяйств	Средний размер земельного участка, га
РФ	261400	73
Южный федеральный округ	109152	57
Республика Адыгея	2091	35
Республика Дагестан	37335	4
Республика Ингушетия	1205	24
Кабардино-Балкарская Республика	1233	10
Республика Калмыкия	2004	477
Карачаево-Черкесская Республика	2465	19
Республика Северная Осетия – Алания	793	19
Чеченская Республика	-	-
Краснодарский край	17833	37
Ставропольский край	15047	44
Астраханская область	1830	285
Волгоградская область	11594	127
Ростовская область	15722	103



РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Романтизм, или фетишизация роли крестьянских и фермерских хозяйств, недопустим, когда речь заходит о конкуренции на глобальных рынках. Крестьянские и фермерские хозяйства в условиях глобализации могут выживать только:

- в качестве структурных подразделений крупных глобальных компаний;
- при наличии инфраструктурной сети заготовительных, снабженческо-сбытовых и перерабатывающих потребительских кооперативов;
- в результате укрупнения крестьянских фермерских хозяйств до размеров корпораций.

Характерно, что в регионах Юга России, занимающих ведущее положение в производстве сельскохозяйственной продукции, роль хозяйств населения в производстве сельхозпродукции ниже, чем в среднем по России. Потенциал хозяйств населения во многом связан с рациональным использованием ресурсов, нерационально использовавшихся в общественном производстве. По мере того как производство становится частным, в нем появляется больше порядка и остается меньше ресурсов, перетекающих на подворье работников. Немаловажную роль играет и социальный фактор, когда сельский житель вынужден разрываться между основной работой и личным подворьем. В этом случае либо страдает одна из работ, либо селянин несет двойную нагрузку. В идеале необходимо иметь высокоразвитое сельскохозяйственное производство, на котором селяне получают достойную зарплату, позволяющую вести достойный современный человек образ жизни, а не подрабатывать во вторую смену на своем приусадебном участке. Эти

соображения следует учитывать при анализе продуктовой структуры сельскохозяйственного производства Юга России.

6.3. Индустриализация АПК Юга России

Таблица 6.3.1. Производство сельскохозяйственной продукции, в среднем за 2000–2004 годы, в % к Российской Федерации

	Производство				
	зерна	сахарной свеклы	подсолнечника	картофеля	овощей
Южный федеральный округ	29,5	27,5	58,9	8,2	21,0
Республика Адыгея	0,4	0,1	0,7	0,1	0,3
Республика Дагестан	0,4	-	0,1	0,6	4,8
Республика Ингушетия	0,1	-	0,1	0,2	0,1
Кабардино-Балкарская Республика	0,8	-	0,5	0,5	2,2
Республика Калмыкия	0,4	-	0,3	-	0,1
Карачаево-Черкесская Республика	0,2	0,7	0,1	0,5	0,4
Республика Северная Осетия – Алания	0,3	-	0,1	0,3	0,3
Чеченская Республика	0,1	0,1	-	-	0,2
Краснодарский край	9,4	22,5	17,6	2,0	3,1
Ставропольский край	6,6	3,6	6,2	0,9	1,0
Астраханская область	0,1	-	-	0,3	1,7
Волгоградская область	3,7	-	9,3	1,3	2,7
Ростовская область	7,2	0,6	23,9	1,5	4,1

Юг России – стратегический производитель подсолнечника в России. На Юге сосредоточены также основные мощности по производству растительного масла. И в технологии выращивания, и в технологии переработки подсолнечника необходимо переходить к более совершенным агротехническим и техническим решениям. Эти же требования относятся к выращиванию практически всех сельскохозяйственных культур, производство которых сосредоточено на Юге России: зерна, сахарной свеклы, овощей.

Развитие животноводства всегда увязывалось с наличием кормовой базы. Неэффективные, дорогостоящие технологии в растениеводстве сделали неконкурентоспособным животноводческий комплекс Юга России, привели к замещению импортом собственного производства молока и мяса. Резкое сокращение поголовья полностью переориентировало незагруженные мощности мясопереработки региона на импортное сырье. Восстановление животноводства начинается практически с чистого листа, но именно это дает шанс для производства на Юге России экологически чистой продукции на основе самых современных технологий.

Таблица 6.3.2. Производство сельскохозяйственной продукции, в среднем за 2000–2004 годы, в % к Российской Федерации

	Мяса	Молока	Яиц
Южный федеральный округ	18,4	14,2	13,8
Республика Адыгея	0,3	0,3	0,1
Республика Дагестан	1,2	1,0	0,8
Республика Ингушетия	-	0,2	-
Кабардино-Балкарская Республика	0,6	0,8	0,4
Республика Калмыкия	0,3	0,2	0,1
Карачаево-Черкесская Республика	0,4	0,4	0,2
Республика Северная Осетия – Алания	0,5	0,5	0,3
Чеченская Республика	0,1	0,2	-
Краснодарский край	6,0	4,2	4,1
Ставропольский край	2,7	1,7	2,2
Астраханская область	0,4	0,4	0,6
Волгоградская область	2,4	1,6	1,8
Ростовская область	3,4	2,8	3,2

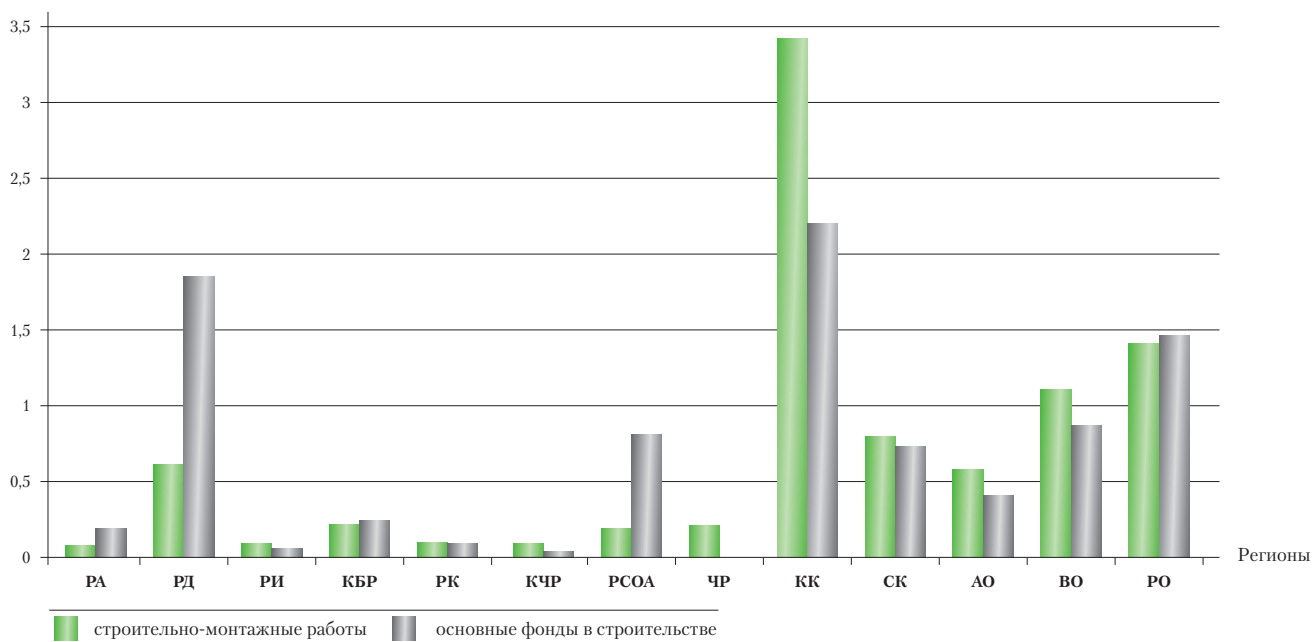
7. РЫНОК ИНФРАСТРУКТУРЫ

7.1. Строительство

Хотя строительство можно рассматривать как элемент инфраструктуры, масштабы этой отрасли на Юге России делают ее одной из отраслей специализации. Доля Юга России в общероссийском строительстве больше, чем в промышленности, и эта тенденция сохраняется на протяжении многих лет. Основные объемы строительства сосредоточены в Краснодарском крае и практически равны среднероссийскому показателю в расчете на душу населения.

Таблица 7.1.1. Объем строительно-монтажных работ и основные фонды строительства, в % к Российской Федерации

	Строительно-монтажные работы	Основные фонды в строительстве
Южный федеральный округ	8,90	8,71
Республика Адыгея	0,08	0,19
Республика Дагестан	0,61	1,85
Республика Ингушетия	0,09	0,06
Кабардино-Балкарская Республика	0,22	0,24
Республика Калмыкия	0,10	0,09
Карачаево-Черкесская Республика	0,09	0,04
Республика Северная Осетия – Алания	0,19	0,81
Чеченская Республика	0,21	-
Краснодарский край	3,42	2,20
Ставропольский край	0,80	0,73
Астраханская область	0,58	0,41
Волгоградская область	1,11	0,87
Ростовская область	1,41	1,46



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

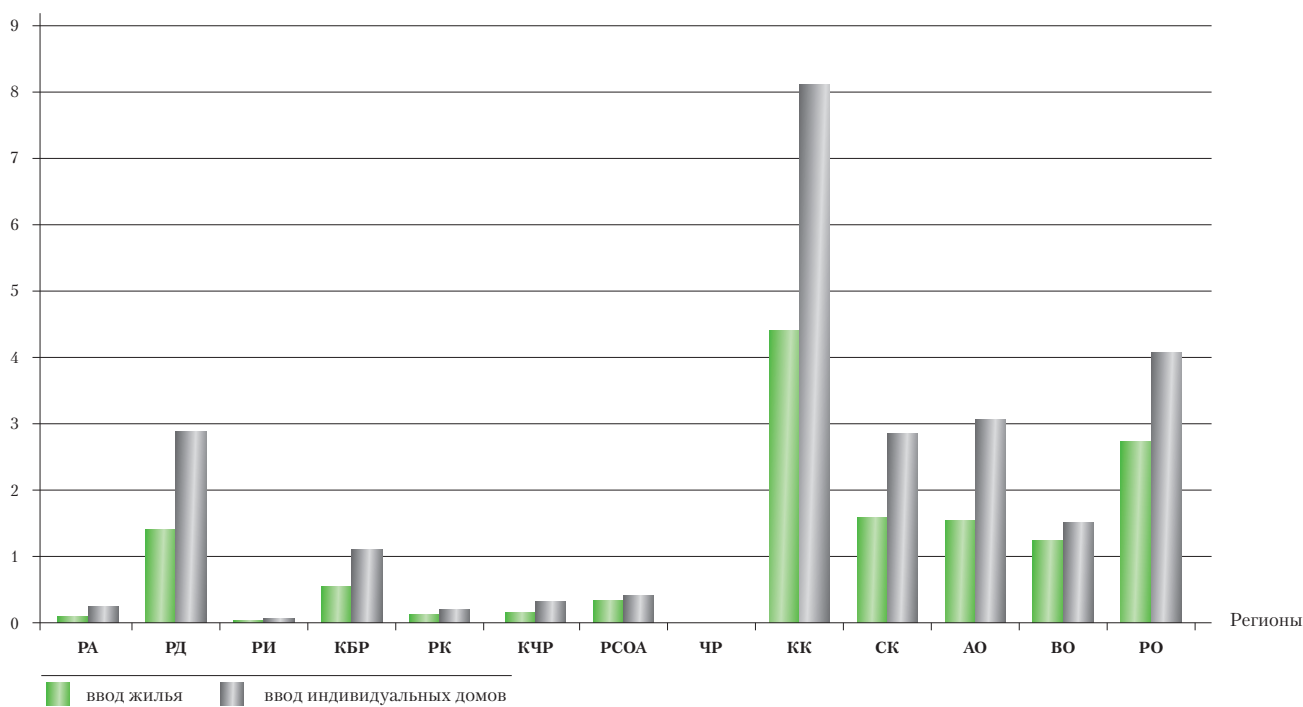
Сопоставление показателей общих объемов строительно-монтажных работ ввода жилья показывает, что на Юге России ведущую роль играет жилищное строительство, более того, строительство индивидуальных жилых домов. Коренные жители и мигранты стремятся создать на Юге России комфортные условия проживания. Наличие собственного дома с приусадебным

участком служит гарантией жизнеобеспечения в непростых условиях российских реформ. К сожалению, в глобальной экономике натуральное хозяйство обеспечивает только минимальный набор продуктов.

Несмотря на имеющийся потенциал, строительство на Юге России также нуждается в техническом переоснащении. Интенсивное строительство требует грамотного решения вопросов расселения, формирования инфраструктуры, дорожного строительства. Преобладание индивидуального жилищного строительства на Юге формирует особый спрос на оборудование и услуги газо-, водо-, энерго- и теплоснабжения жилищ.

Таблица 7.1.2. Ввод жилья и индивидуальных жилых домов, в % к Российской Федерации

	Ввод жилья	Ввод индивидуальных домов
Южный федеральный округ	14,21	24,87
Республика Адыгея	0,10	0,25
Республика Дагестан	1,41	2,89
Республика Ингушетия	0,04	0,07
Кабардино-Балкарская Республика	0,54	1,11
Республика Калмыкия	0,13	0,20
Карачаево-Черкесская Республика	0,15	0,32
Республика Северная Осетия – Алания	0,33	0,41
Чеченская Республика	-	-
Краснодарский край	4,41	8,11
Ставропольский край	1,58	2,86
Астраханская область	1,54	3,06
Волгоградская область	1,24	1,51
Ростовская область	2,73	4,07



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

7.2. Транспорт и связь

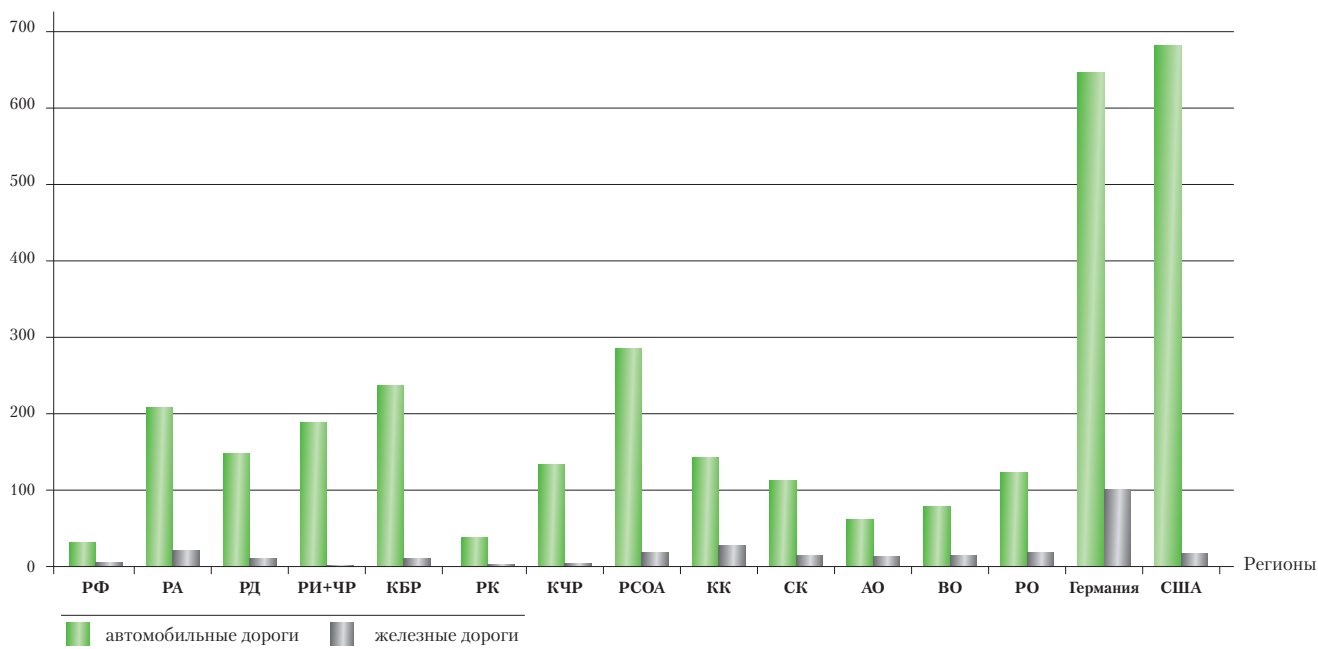
Таблица 7.2.1. Густота железнодорожных путей по регионам Российской Федерации, километров дорог на 1000 квадратных километров территории

Густота железнодорожных путей общего пользования, км	
Российская Федерация	4,98
Южный федеральный округ	14,49
Республика Адыгея	21,05
Республика Дагестан	10,26
Республика Ингушетия	2,02
Чеченская Республика	
Кабардино-Балкарская Республика	10,64
Республика Калмыкия	2,17
Карачаево-Черкесская Республика	3,62
Республика Северная Осетия – Алания	18,00
Краснодарский край	27,46
Ставропольский край	13,86
Астраханская область	12,59
Волгоградская область	14,20
Ростовская область	18,31
Справочно (2001 год)	
Германия	100,9
США	16,8

Юг России имеет развитую сеть железных дорог, причем густота этой сети в 3–6 раз выше, чем в среднем по регионам России. Если учесть еще и стратегические направления этой сети – Центр–Кавказ, Урал–Украина – то станет очевидной привлекательность южных станций для создания логистических центров, для развития любого вида производства. Железные дороги связаны с морскими и речными портами в бассейнах Каспийского и Черного морей, судоходными реками европейской части России с выходом к Балтийскому морю и Северному Ледовитому океану.

Таблица 7.2.2. Густота автомобильных дорог с твердым покрытием, число автобусов общего пользования и автомобилей по регионам России

	Густота автомобильных дорог, км на 1000 кв. км	Автобусов на 100000 человек населения	Автомобилей на 1000 человек населения
Российская Федерация	32	60	159,3
Южный федеральный округ	110	49	140,8
Республика Адыгея	208	34	156,2
Республика Дагестан	148	30	53,1
Республика Ингушетия	189	47	54,8
Чеченская Республика		54	41,6
Кабардино-Балкарская Республика	237	52	102,8
Республика Калмыкия	38	58	138,5
Карачаево-Черкесская Республика	134	50	129,5
Республика Северная Осетия – Алания	286	60	128,4
Краснодарский край	143	57	190,4
Ставропольский край	113	53	168,9
Астраханская область	61	31	160,4
Волгоградская область	78	67	144,8
Ростовская область	123	43	156,4
Справочно (2001 год)			
Германия	646	109	539
США	682	245	779

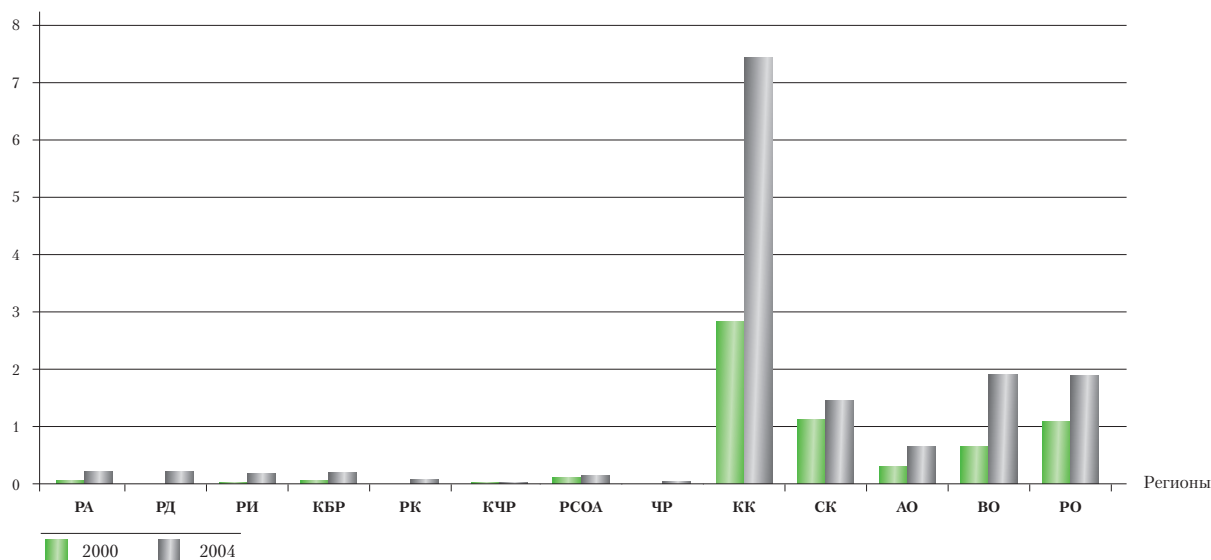


РФ – Российская Федерация, **РА** – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ+ЧР** – Республика Ингушетия и Чеченская Республика, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

По сравнению с общероссийскими данными Юг России имеет более высокий уровень (более чем в 3 раза) покрытия автодорогами и одновременно сопоставимый уровень обеспеченности населения автомобилями и автобусами. Учитывая, что плотность населения на Юге в 5 раз выше среднероссийской, фактическая нагрузка автотранспорта на 1 км дорог с твердым покрытием в 1,3 раза превышает среднероссийские показатели. Особенно остро ощущают эту ситуацию россияне-автолюбители во время сезона отпусков. Расширение существующих и строительство новых автотрасс на Юге России – это не региональная, а национальная задача.

Таблица 7.2.3. Число зарегистрированных абонентских терминалов сотовой электросвязи, в % к Российской Федерации

	2000	2004
Южный федеральный округ	6,29	14,44
Республика Адыгея	0,06	0,21
Республика Дагестан	-	0,21
Республика Ингушетия	0,02	0,18
Кабардино-Балкарская Республика	0,06	0,20
Республика Калмыкия	-	0,08
Карачаево-Черкесская Республика	0,03	0,02
Республика Северная Осетия – Алания	0,11	0,14
Чеченская Республика	-	0,04
Краснодарский край	2,84	7,44
Ставропольский край	1,13	1,46
Астраханская область	0,31	0,66
Волгоградская область	0,65	1,90
Ростовская область	1,09	1,89



РА – Республика Адыгея, РД – Республика Дагестан, РИ – Республика Ингушетия, КБР – Кабардино-Балкарская Республика, РК – Республика Калмыкия, КЧР – Карачаево-Черкесская Республика, РСОА – Республика Северная Осетия – Алания, ЧР – Чеченская Республика, КК – Краснодарский край, СК – Ставропольский край, АО – Астраханская область, ВО – Волгоградская область, РО – Ростовская область.

Развитие телефонной сотовой связи идет на Юге России гигантскими темпами и практически вышло на среднероссийские показатели. Если бы и другие диспропорции ликвидировались такими же темпами, Юг России мог бы достичь не только российских показателей, но и приблизиться к столичному уровню жизни.

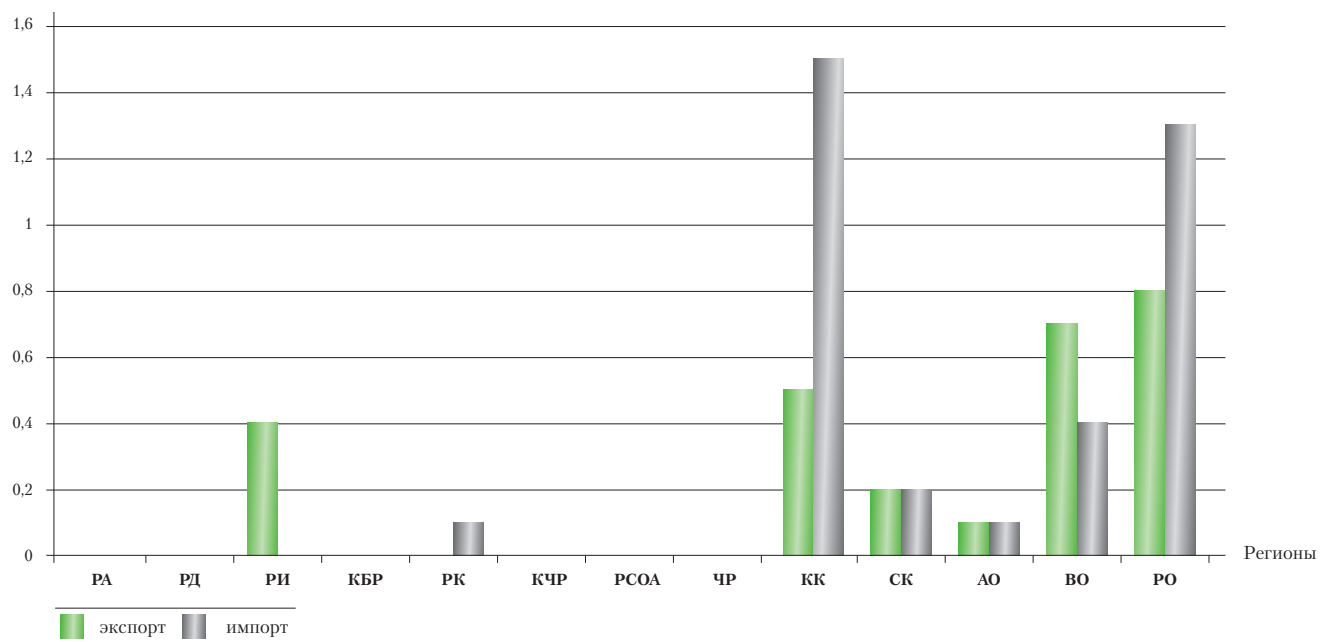
7.3. Внешняя торговля

Роль Юга России во внешней торговле выглядит гораздо скромнее, чем в численности населения или объеме выпуска продукции. Во многом это связано с тем, что внешнеторговые операции проводятся через головные офисы российских и зарубежных компаний, находящихся в Москве. В этой связи особую ценность представляют сохранившиеся связи южнороссийских предприятий со странами СНГ. Производственная кооперация, формировавшаяся еще в годы плановой экономики, имеет хорошие шансы для своего возрождения в новых рыночных условиях, когда странам СНГ потребуется выход на внешние рынки – опыт взаимодействия и транспортные пути создают объективную основу для совместной работы на глобальных рынках.

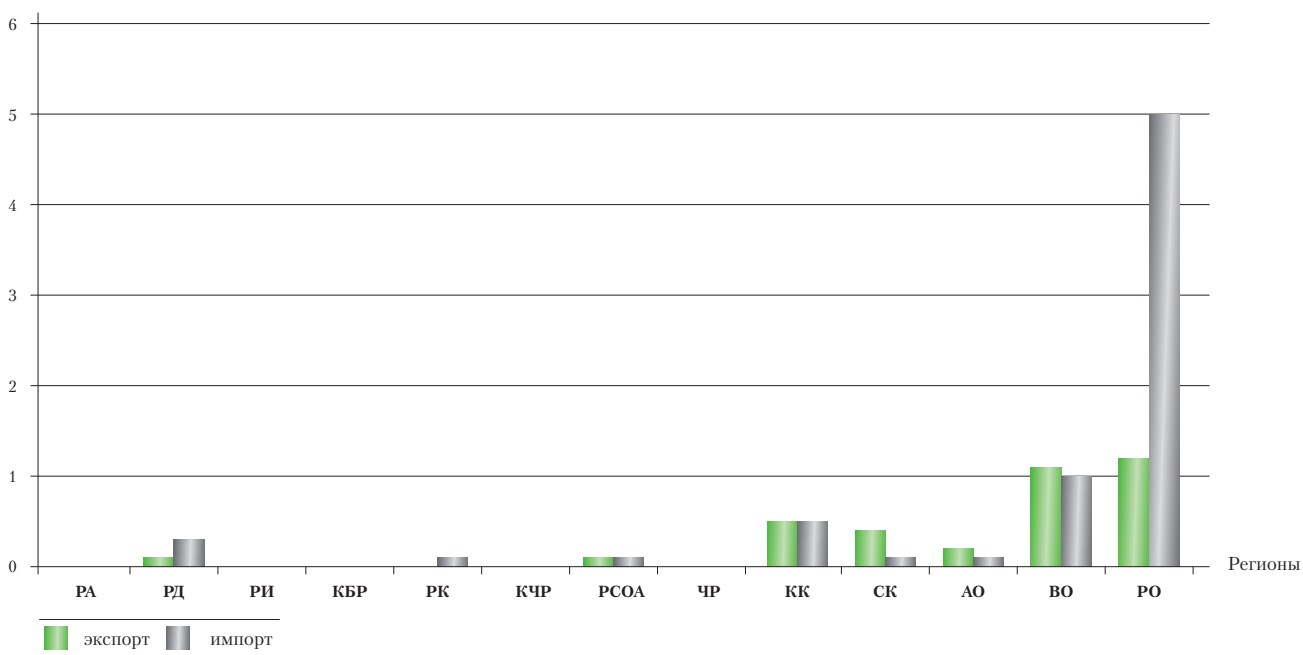
Таблица 7.3.1. Внешняя торговля регионов Юга России, в % к Российской Федерации

	Со странами вне СНГ		Со странами СНГ	
	экспорт	импорт	экспорт	импорт
Южный федеральный округ	2,8	3,7	3,6	7,3
Республика Адыгея	-	-	-	-
Республика Дагестан	-	-	0,1	0,3
Республика Ингушетия	0,4	-	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	-	-	-	-
Республика Калмыкия	-	0,1	-	0,1
Карачаево-Черкесская Республика	-	-	-	-
Республика Северная Осетия – Алания	-	-	0,1	0,1
Чеченская Республика	-	-	-	-
Краснодарский край	0,5	1,5	0,5	0,5
Ставропольский край	0,2	0,2	0,4	0,1
Астраханская область	0,1	0,1	0,2	0,1
Волгоградская область	0,7	0,4	1,1	1,0
Ростовская область	0,8	1,3	1,2	5,0

Со странами вне СНГ



Со странами СНГ



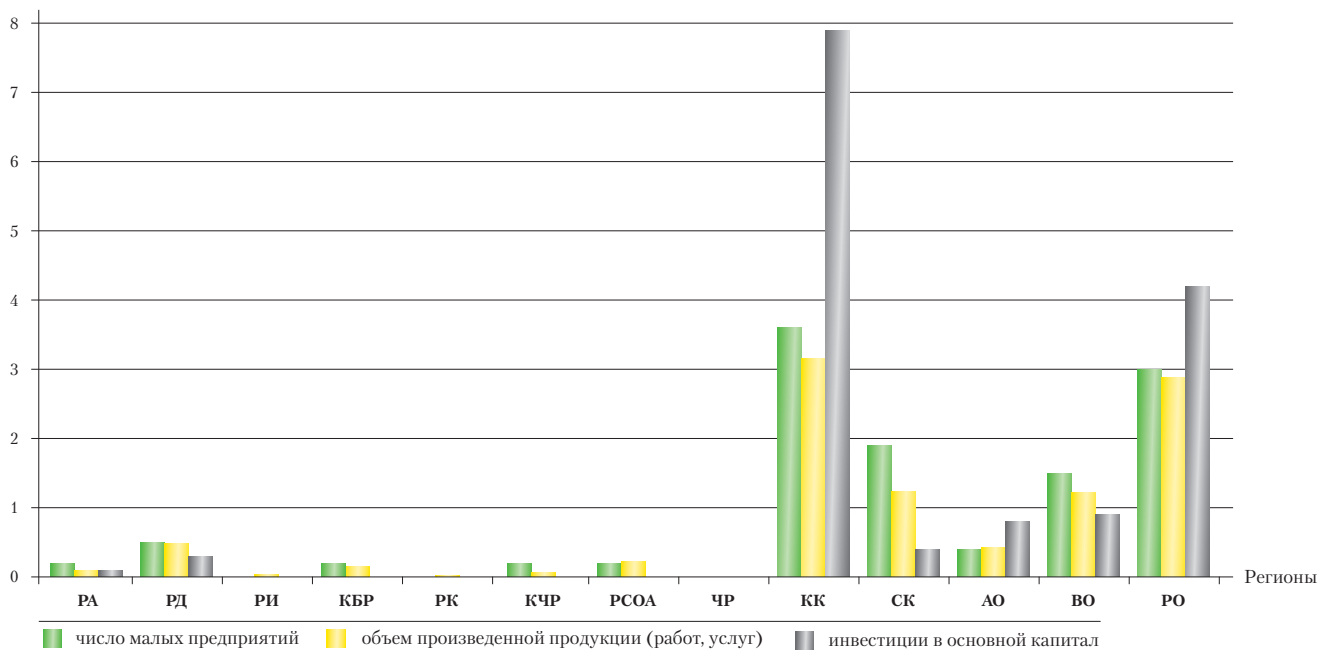
РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

7.4. Малый бизнес Юга России

Без всякого преувеличения можно сказать, что малый бизнес является отраслью специализации Юга России. Если в Центральном и Северо-Западном федеральных округах развитие малого бизнеса predetermined в силу эффекта общего масштаба экономики, то малый бизнес Юга России развивается не благодаря, а несмотря на развитие бизнеса крупного. Движущей силой малого бизнеса является предпринимательский дух и южнороссийский темперамент, который всегда играл важную роль в развитии подворий и в создании «цехов» по производству дефицита.

Таблица 7.4.1. Основные показатели деятельности малых предприятий, в % к Российской Федерации

	Число малых предприятий	Число работников	Объем произведенной продукции	Инвестиции в основной капитал
Южный федеральный округ	11,7	10,1	9,98	14,7
Республика Адыгея	0,2	0,2	-9	0,1
Республика Дагестан	0,5	0,5	0,49	0,3
Республика Ингушетия	-	-	-4	-
Кабардино-Балкарская Республика	0,2	0,3	0,15	-
Республика Калмыкия	-	-	-2	-
Карачаево-Черкесская Республика	0,2	0,1	-7	-
Республика Северная Осетия – Алания	0,2	0,2	0,22	-
Чеченская Республика	-	-	-	-
Краснодарский край	3,6	3,4	3,16	7,9
Ставропольский край	1,9	1,3	1,24	0,4
Астраханская область	0,4	0,6	0,42	0,8
Волгоградская область	1,5	1,3	1,22	0,9
Ростовская область	3,0	2,3	2,88	4,2



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Результаты работы местных органов власти привели к легализации малого бизнеса: растет число малых предприятий, повышается их роль в производстве продукции, а также в наращивании инвестиций в основной капитал. Все это наглядно демонстрирует, что, несмотря на трудности и барьеры, малый бизнес выходит из тени, он верит в свое будущее, он верит в будущее Юга России.

8. РЫНОК ИНВЕСТИЦИЙ

8.1. Основные фонды

Выше уже говорилось о невысокой фондоотдаче экономики Юга России. Обратная сторона медали заключается в том, что и самих эти фондов недостаточно. В расчете на душу населения фондов на Юге России приходится на 30-40% меньше, чем на душу среднего россиянина. Более высокая оснащенность основными фондами имеет место в краях и областях Юга России, среди республик только в Кабардино-Балкарии их уровень превышает среднероссийский.

Таблица 8.1.1. Основные фонды по регионам Юга России в расчете на душу населения, в % к Российской Федерации

	Всего	Промышленность	Сельское хозяйство	Строительство	Транспорт и связь
Южный федеральный округ	58,95	43,25	122,96	54,74	55,45
Республика Адыгея	54,72	25,34	65,67	62,54	58,74
Республика Дагестан	44,39	42,02	129,35	101,45	21,26
Республика Ингушетия	22,19	7,18	31,70	19,02	19,71
Кабардино-Балкарская Республика	109,96	68,50	355,01	117,81	61,52
Республика Калмыкия	39,23	15,92	95,27	30,82	29,76
Карачаево-Черкесская Республика	35,24	17,33	114,78	7,55	9,98
Республика Северная Осетия – Алания	33,15	23,10	64,41	101,83	17,50
Чеченская Республика	-	-	-	-	-
Краснодарский край	72,37	35,29	173,68	62,03	76,92
Ставропольский край	59,68	46,96	143,22	38,36	54,46
Астраханская область	91,54	96,42	128,16	58,85	92,18
Волгоградская область	72,84	77,02	91,57	46,83	73,35
Ростовская область	61,45	43,07	114,13	48,28	66,82

Основная часть насыщения основными фондами жителей Юга России приходится на сельское хозяйство. Наименьшее отставание от среднедушевых показателей по России у южан связано с основными фондами в сфере услуг.

Таблица 8.1.2. Состояние основных фондов регионов Юга России

	Состояние износа	Коэффициент обновления	Коэффициент ликвидации
Российская Федерация	45,1	8,4	0,9
Южный федеральный округ	43,2	10,0	0,9
Республика Адыгея	33,1	19,5	0,4
Республика Дагестан	42,3	3,7	0,7
Республика Ингушетия	38,8	1,1	0,7
Кабардино-Балкарская Республика	36,5	8,0	0,8
Республика Калмыкия	47,5	5,3	1,2
Карачаево-Черкесская Республика	43,2	5,4	1,0
Республика Северная Осетия – Алания	44,3	8,3	1,6
Чеченская Республика	-	-	-
Краснодарский край	35,0	15,2	1,1
Ставропольский край	50,9	7,7	0,9
Астраханская область	52,0	6,6	0,6
Волгоградская область	53,6	8,9	0,7
Ростовская область	40,6	8,0	1,2

Основные фонды учитываются в статистике по полной учетной стоимости. Ввод в действие новых основных фондов, которые стоят существенно дороже балансовой стоимости старых фондов, влияет на показатели степени износа и обновления основных фондов. Лидерство по обновлению основных фондов держат Краснодарский край, Адыгея, Ингушетия и Кабардино-Балкария. Ростовская область и Дагестан также имеют высокие показатели обновления основных фондов.

8.2. Инвестиции в основной капитал

Таблица 8.2.1. Отраслевая структура инвестиций в основной капитал по регионам Юга России, 2004 г.

	Инвестиции по Югу России		Инвестиции по отраслям РФ
	в % к инвестициям в отрасль по РФ	в % к итогу по ЮФО	
Всего	8,0	100	100
Сельское и лесное хозяйство, охота	20,6	8,5	3,3
Рыболовство, рыбоводство	9,6	0,1	0,1
Добыча полезных ископаемых	1,6	3,5	16,8
Обрабатывающие производства	5,6	12,2	17,4
Производство и распределение электроэнергии, газа и воды	8,6	9,1	8,4
Строительство	15,6	6,2	3,1
Оптовая и розничная торговля; ремонт автотранспортных средств, мотоциклов, бытовых изделий, предметов личного пользования	11,5	3,8	2,7
Гостиницы и рестораны	20,6	1,0	0,4
Транспорт и связь	10,7	33,8	25,1
Финансовая деятельность	6,2	1,2	1,6
Операции с недвижимым имуществом, аренда и предоставление услуг	6,2	9,7	12,6
Государственное управление и обеспечение военной безопасности; обязательное соц. обеспечение	13,8	3,2	1,8
Образование	8,6	1,9	1,8
Здравоохранение и предоставление социальных услуг	14,0	4,1	2,3
Предоставление прочих коммунальных, социальных и персональных услуг	5,0	1,7	2,7

Если инвестиции по России в целом направляются в транспорт и связь, добычу и переработку полезных ископаемых, производство электроэнергии, воды и газа, а также операции с недвижимостью, то инвестиции на Юге России связаны с развитием отраслей специализации в общероссийском разделении труда. На долю Юга приходится 1/5 часть всех российских инвестиций в сельское хозяйство, гостинично-ресторанный бизнес и почти 1/6 часть инвестиций – в объекты здравоохранения, торговли и услуг, строительного комплекса.

С точки зрения комплексного развития самого Юга России, инвестиции распределяются не столько в отрасли специализации, сколько в развитие инфраструктуры, включая транспорт и связь, перерабатывающую промышленность, производство и поставку электроэнергии, воды и газа. По мере развития инфраструктуры будет возрастать стоимость недвижимости, и этот процесс уже можно наблюдать на основе статистической информации.

С точки зрения инвестора, важно понимать, что главными преимуществами Юга России не только на ближайшее время, но и в долгосрочной перспективе были и остаются природно-климатические условия. Их использование для развития рекреационного и аграрного бизнеса является стратегическим инвестиционным решением. Другие факторы, связанные с использованием производственной, энергетической, транспортной инфраструктуры, строительной индустрии, трудовых ресурсов Юга России, создают дополнительные условия для повышения инвестиционной привлекательности стратегических инвестиционных решений.

В результате развития инфраструктуры Юг России станет привлекательным и для развития других отраслей. Но при любых инвестициях важно сохранить имеющийся природный потенциал Юга России.

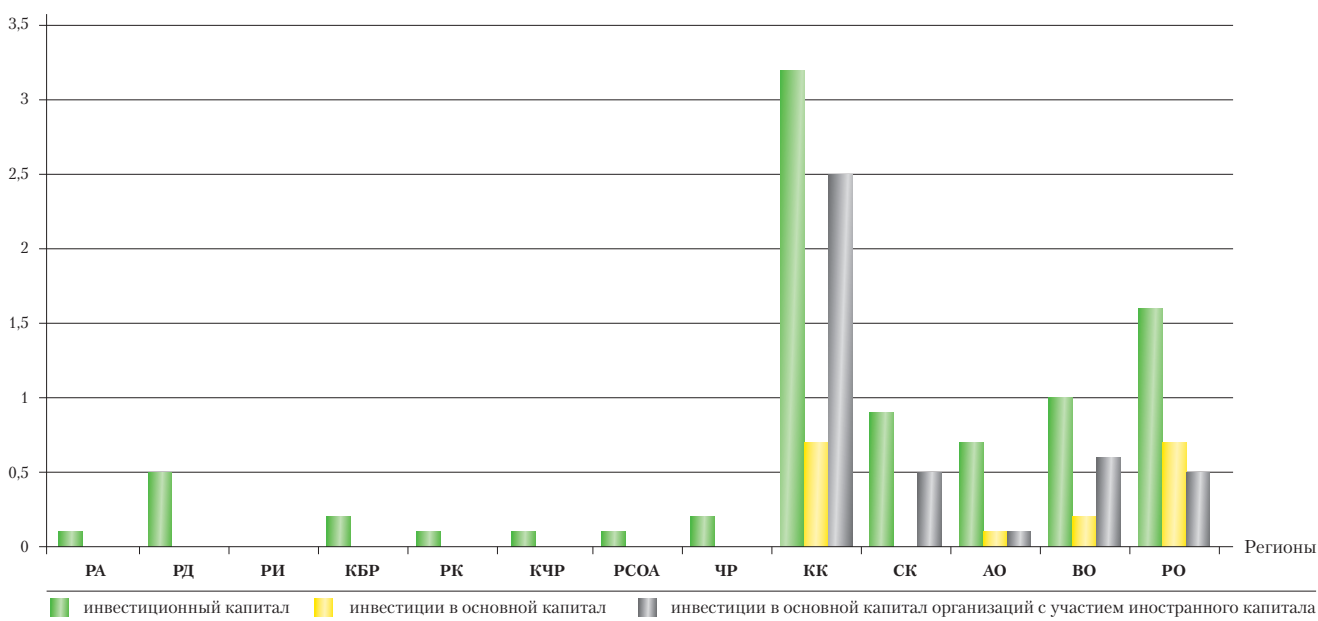
Если рассматривать территориальный разрез инвестиций на Юге России, то на долю Краснодарского края приходится половина всех инвестиций в агропромышленный комплекс Юга России. Почти столько же вместе инвестируют Ставропольский край, Ростовская и Волгоградская области. Инвестиции в рыбное хозяйство занимают серьезное место в Ростовской области, Дагестане, Астраханской области и Краснодарском крае. Инвестиции в строительный комплекс осуществляют Краснодарский край, Чеченская Республика, Астраханская, Волгоградс-

кая, Ростовская области. Большой объем инвестиций направляется на развитие гостиничного бизнеса и оказание услуг здравоохранения в Краснодарском крае.

Практически во всех субъектах Юга России основная часть инвестиций была направлена в 2004 году на развитие транспорта и связи. При этом ведущую роль сыграли инвестиции в телекоммуникации.

Таблица 8.2.2. Объем инвестиций в основной капитал, в % к Российской Федерации

	Инвестиции в основной капитал	Иностранные инвестиции в основной капитал	Инвестиции в основной капитал организаций с участием иностранного капитала
Южный федеральный округ	8,7	1,7	4,2
Республика Адыгея	0,1	-	-
Республика Дагестан	0,5		
Республика Ингушетия	-		
Кабардино-Балкарская Республика	0,2		
Республика Калмыкия	0,1		
Карачаево-Черкесская Республика	0,1		
Республика Северная Осетия – Алания	0,1	-	-
Чеченская Республика	0,2		
Краснодарский край	3,2	0,7	2,5
Ставропольский край	0,9	-	0,5
Астраханская область	0,7	0,1	0,1
Волгоградская область	1,0	0,2	0,6
Ростовская область	1,6	0,7	0,5



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Иностранные инвесторы пока не оценили инвестиционный потенциал Юга России. Во многом это связано с тем, что сами южане и российские олигархи стремились «снять сливки» с этого потенциала. Но и процесс позиционирования в глобальной экономике, и необходимость новой индустриализации Юга России требуют более широкого привлечения не только иностранного капитала, но и иностранных технологий, включая технологии управления. Инвестиции в создание совместных предприятий – это правильный шаг в сочетании интересов местных и иностранных инвесторов.

9. РЫНОК ДОЛГОВ. ФИНАНСОВЫЕ ПОКАЗАТЕЛИ РАБОТЫ ПРЕДПРИЯТИЙ

9.1. Прибыль и убытки

Предприятия Юга России вносят более чем скромный вклад в финансовый результат (прибыль минус убытки) страны. Прежде всего, надо подчеркнуть, что края и области Юга России в общую копилку вносят прибыль, а национальные республики – преимущественно отрицательный вклад в финансовый результат.

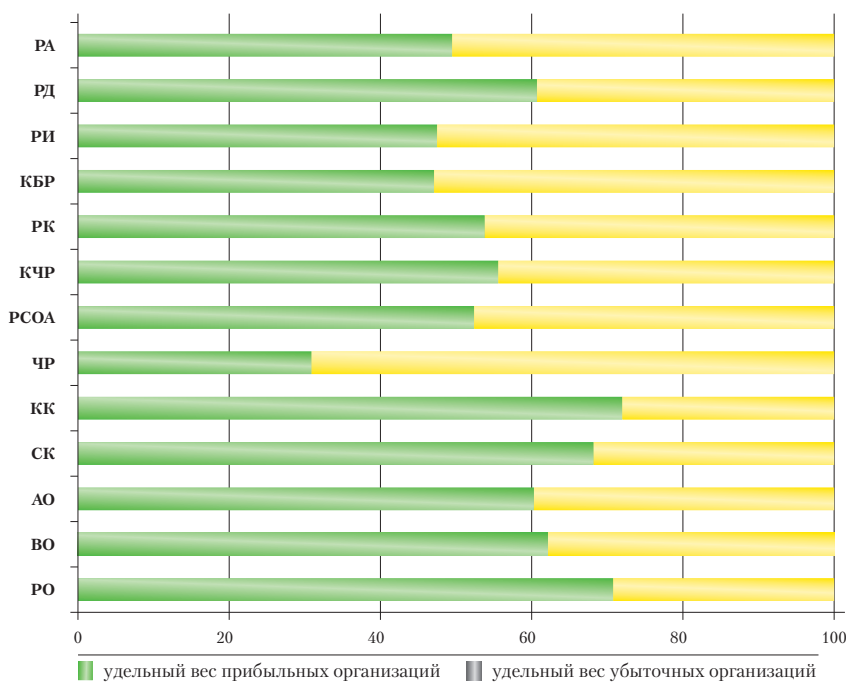
Таблица 9.1.1. Финансовый результат предприятий и организаций Юга России, в % к Российской Федерации

	Сальдированный финансовый результат (прибыль минус убыток)	Прибыль	Убыток
Южный федеральный округ	2,64	3,8	13,1
Республика Адыгея	-	-	0,2
Республика Дагестан	0,05	0,1	0,1
Республика Ингушетия	-	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	-0,01	-	0,3
Республика Калмыкия	-0,01	-	0,1
Карачаево-Черкесская Республика	-0,04	0,1	0,2
Республика Северная Осетия – Алания	-0,06	-	0,2
Чеченская Республика	-0,03	0,1	0,7
Краснодарский край	1,21	1,2	5,3
Ставропольский край	0,54	0,6	0,9
Астраханская область	0,17	0,2	0,4
Волгоградская область	0,56	0,9	1,3
Ростовская область	0,25	0,6	3,4

При этом доля рентабельных предприятий в краях и областях превышает даже среднероссийский уровень, однако рентабельность этих предприятий остается более скромной по сравнению с общероссийскими показателями, поскольку в структуре экономики Юга России ведущую роль занимают низкорентабельные отрасли: сельское хозяйство, строительство, транспорт. В то же время не очень высокий удельный вес убыточных предприятий на Юге России дает весьма существенный вклад региона в общероссийские убытки. Такое соотношение связано с убыточной деятельностью крупных предприятий, которые нередко выполняют градообразующую функцию и с трудом адаптируются к новым рыночным условиям.

Таблица 9.1.2. Удельный вес прибыльных и убыточных предприятий и организаций Юга России, январь-сентябрь 2005 г., в % к Российской Федерации

	Удельный вес прибыльных организаций	Удельный вес убыточных организаций
РФ	64,2	35,8
Южный федеральный округ	64,6	35,4
Республика Адыгея	49,5	50,5
Республика Дагестан	60,7	39,3
Республика Ингушетия	47,5	52,5
Кабардино-Балкарская Республика	47,1	52,9
Республика Калмыкия	53,8	46,2
Карачаево-Черкесская Республика	55,6	44,4
Республика Северная Осетия – Алания	52,4	47,6
Чеченская Республика	30,9	69,1
Краснодарский край	72,0	28,0
Ставропольский край	68,2	31,8
Астраханская область	60,3	39,7
Волгоградская область	62,2	37,8
Ростовская область	70,8	29,2



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

В национальных республиках больше удельный вес убыточных предприятий и организаций, они меньше по своим размерам, но их неэффективная работа отрицательно влияет на общий финансовый результат.

Если убыточность предприятий носит сознательный характер и связана с выводом активов, первоначальным накоплением капитала, то тогда становится понятной (но не оправданной) заинтересованность в поддержании работы убыточных предприятий. Во всех остальных случаях не следует бояться банкротства крупных или мелких, градообразующих или важных с социальной точки зрения предприятий. Банкротство означает, прежде всего, смену собственника плохо работающих активов. Возможно, что через цепочку посредников эти активы в конце концов достанутся, пусть за минимальную цену, тому, кто сможет их использовать более эффективно. При всей негативной российской практике использования механизма банкротства он был и останется самым коротким путем перехода к более эффективным методам управления.

9.2. Задолженность предприятий

Таблица 9.2.1. Кредиторская и дебиторская задолженность предприятий Юга России, в % к Российской Федерации

	Кредиторская задолженность		Дебиторская задолженность	
	всего	в т. ч. просроченная	всего	в т. ч. просроченная
Южный федеральный округ	6,3	9,5	4,9	7,0
Республика Адыгея	0,1	0,1	0,1	0,1
Республика Дагестан	0,1	0,3	0,1	0,3
Республика Ингушетия	-	0,1	-	0,1
Кабардино-Балкарская Республика	0,2	0,8	0,1	0,4
Республика Калмыкия	0,1	0,2	-	0,1
Карачаево-Черкесская Республика	0,1	0,2	0,1	0,1
Республика Северная Осетия – Алания	0,2	0,4	0,1	0,3
Чеченская Республика	0,3	1,3	0,2	0,8
Краснодарский край	1,5	1,4	1,2	1,0
Ставропольский край	0,7	1,2	0,6	1,3
Астраханская область	0,4	0,3	0,3	0,6
Волгоградская область	1,0	1,0	0,9	1,0
Ростовская область	1,6	2,2	1,2	0,9

Масштабы задолженности предприятий и организаций существенно меньше масштабов производства на Юге России. Несмотря на низкую рентабельность, предприятия осознают угрозу банкротства и стремятся не увеличивать свои долги. К сожалению, решить эту задачу им не всегда удается, и просроченная задолженность остается сопоставимой с масштабами производства на Юге России. Накопление кредиторской задолженности при низком уровне рентабельности создает дополнительные риски и для тех, кто ведет нерентабельный бизнес (угроза захвата бизнеса), и для кредиторов (риски невозврата кредитов).

10. РЫНОК СТРАХОВЫХ И БАНКОВСКИХ УСЛУГ

Таблица 10.1. Показатели деятельности страховых организаций по регионам Юга России, в % к Российской Федерации

	Число страховых организаций	Страховые премии (взносы)	Страховые выплаты
Южный федеральный округ	5,3	2,5	3,1
Республика Адыгея	0,1	-	-
Республика Дагестан	0,1	-	-
Республика Ингушетия	-	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	-	-	-
Республика Калмыкия	0,3	-	-
Карачаево-Черкесская Республика	-	-	-
Республика Северная Осетия – Алания	-	-	-
Чеченская Республика	-	-	-
Краснодарский край	0,8	0,4	0,7
Ставропольский край	1,0	0,5	0,7
Астраханская область	0,2	0,1	0,2
Волгоградская область	0,9	0,1	0,1
Ростовская область	2,0	1,4	1,3

Несмотря на относительно большое число страховых организаций в регионе, масштабы и страховых взносов, и страховых выплат на Юге России невелики, и страховой бизнес еще ожидает этап бурного роста.

Население Юга России не располагает существенными доходами, чтобы держать деньги во вкладах. В расчете на душу населения объем вкладов в 2 раза ниже, чем в России. Возможности сбережения появляются у населения по мере роста доходов, и с этой точки зрения края и области Юга России становятся все более привлекательными для банковского бизнеса. Причем если соотношение вкладов в рублях и в валюте в Краснодарском и Ставропольском краях примерно одинаково, то в других территориях население предпочитает держать рублевые вклады.

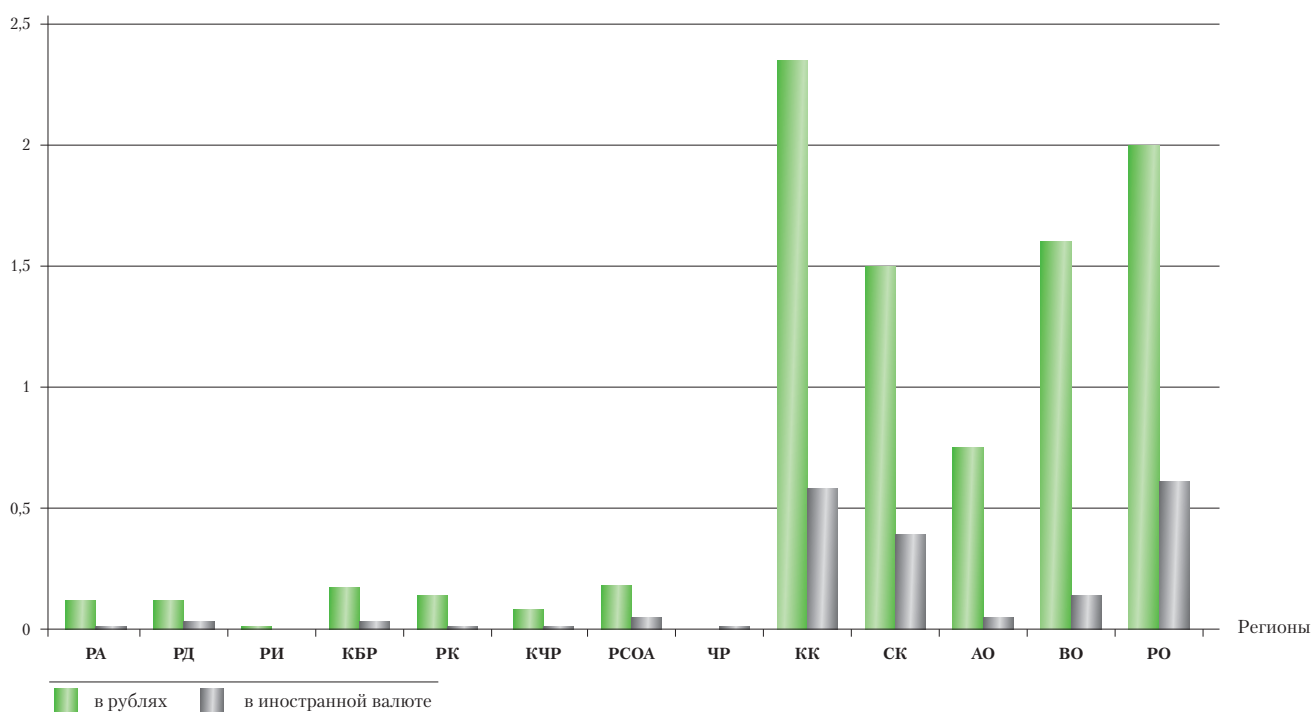
Таблица 10.2. Банковские вклады (депозиты) по регионам Юга России, в % к Российской Федерации (исходя из места привлечения средств; на начало года)

	Депозиты			Банковские вклады (депозиты) физических лиц в Сберегательном банке РФ	
	всего	юридических лиц	физических лиц	на рублевых счетах	на валютных счетах
Южный федеральный округ	6,27	1,80	7,32	9,19	6,84
Республика Адыгея	0,08	-	0,09	0,14	0,10
Республика Дагестан	0,09	0,03	0,10	0,13	0,05
Республика Ингушетия	0,01	-	0,02	0,03	0,02
Кабардино-Балкарская Республика	0,11	0,02	0,13	0,20	0,15
Республика Калмыкия	0,03	-	0,03	0,04	0,03
Карачаево-Черкесская Республика	0,05	-	0,05	0,09	0,04
Республика Северная Осетия – Алания	0,21	0,01	0,25	0,38	0,13
Чеченская Республика	0,09	-	-	-	-
Краснодарский край	2,14	0,94	2,42	2,90	2,40
Ставропольский край	0,95	0,19	1,12	1,61	1,76
Астраханская область	0,35	0,06	0,41	0,47	0,32
Волгоградская область	0,86	0,31	0,99	1,38	0,89
Ростовская область	1,32	0,23	1,58	1,84	0,94

Бум потребительского кредитования только докатывается до населения Юга России. Несмотря на рекламные усилия, население берет кредиты не очень активно, особенно на покупку жилья. Хотелось бы, чтобы рост кредитования сопровождался ростом денежных доходов населения, а не ростом невозвратов и последующих исков к нерасчетливым должникам.

Таблица 10.3. Задолженность населения Юга России по кредитам, в % к Российской Федерации

	Задолженность по кредитам в рублях			Задолженность по кредитам в иностранной валюте населению		
	всего	в том числе на покупку жилья	из нее по ипотечным жилищным кредитам	всего	в том числе на покупку жилья	из нее по ипотечным жилищным кредитам
Южный федеральный округ	9,03	6,30	3,95	1,92	1,62	1,28
Республика Адыгея	0,12	0,08	0,03	0,01	0,01	0,02
Республика Дагестан	0,12	0,01	-	0,03	-	0,01
Республика Ингушетия	0,01	0,03	-	-	-	-
Кабардино-Балкарская Республика	0,17	0,07	0,03	0,03	0,05	-
Республика Калмыкия	0,14	0,12	0,01	0,01	0,02	-
Карачаево-Черкесская Республика	0,08	0,05	-	0,01	0,02	0,01
Республика Северная Осетия – Алания	0,18	0,37	-	0,05	0,06	0,02
Чеченская Республика	-	-	0,02	0,01	-	-
Краснодарский край	2,35	1,35	1,40	0,58	0,41	0,50
Ставропольский край	1,50	1,81	0,45	0,39	0,54	0,13
Астраханская область	0,75	0,31	0,20	0,05	0,04	0,06
Волгоградская область	1,60	0,75	0,29	0,14	0,20	0,24
Ростовская область	2,00	1,33	1,52	0,61	0,27	0,29



РА – Республика Адыгея, **РД** – Республика Дагестан, **РИ** – Республика Ингушетия, **КБР** – Кабардино-Балкарская Республика, **РК** – Республика Калмыкия, **КЧР** – Карачаево-Черкесская Республика, **РСОА** – Республика Северная Осетия – Алания, **ЧР** – Чеченская Республика, **КК** – Краснодарский край, **СК** – Ставропольский край, **АО** – Астраханская область, **ВО** – Волгоградская область, **РО** – Ростовская область.

Таковую же осторожность проявляют и юридические лица. Но здесь решающий фактор – недостаток проектов, требующих привлечения кредитных ресурсов, высокие риски, связанные с кредитованием предприятий, недостаток обеспечения кредитов.

Таблица 10.4. Задолженность юридических лиц по кредитам, в % к Российской Федерации

	Задолженность юридических лиц по кредитам	
	в рублях	в иностранной валюте
Южный федеральный округ	6,02	3,06
Республика Адыгея	0,04	-
Республика Дагестан	0,12	0,08
Республика Ингушетия	0,01	0,01
Кабардино-Балкарская Республика	0,10	-
Республика Калмыкия	0,30	0,12
Карачаево-Черкесская Республика	0,10	0,02
Республика Северная Осетия – Алания	0,11	0,02
Чеченская Республика	-	-
Краснодарский край	2,15	0,70
Ставропольский край	0,64	0,41
Астраханская область	0,15	0,01
Волгоградская область	0,83	0,24
Ростовская область	1,46	1,44

Постепенно совместными усилиями и самих предприятий, и банков, и потенциальных инвесторов спрос на кредитные ресурсы начинает возрастать. К сожалению, очень немногие банки имеют доступ к долгосрочным финансовым ресурсам. Поэтому финансирование инвестиционных программ доступно преимущественно банкам с государственным или иностранным капиталом.

11. ЭФФЕКТИВНОСТЬ ПОТЕНЦИАЛА ЮГА РОССИИ

Юг России сегодня – это:

- регион с большим потенциалом трудовых, земельных ресурсов, развитой инфраструктурой, которые могут быть использованы более эффективно;
- большой рынок, в котором, несмотря на невысокий уровень денежных доходов, сохраняется достаточно высокий уровень жизнеобеспеченности;
- регион, представляющий интерес для инвестиций и внедрения новых промышленных технологий в разных отраслях производства и услуг.

Все без исключения отрасли Юга России нуждаются в глубокой индустриализации. Низкая фондовооруженность (почти в 1,8 раза ниже, чем в среднем по России) не обеспечивает современный уровень и фондоотдачи, и производительности труда.

Острой социальной проблемой Юга России остается низкий уровень доходов населения, а точнее, его отставание от российского уровня. Несмотря на предпринимаемые усилия по росту заработной платы, разрыв в денежных доходах пенсионеров остается более высоким и составляет более чем 1,6 раза. В этом контексте по-иному смотрятся и показатели производительности труда: как платят, так и работаем. Но более правильно сказать: как работаем, так и зарабатываем, поскольку уровень производительности ниже уровня оплаты труда в сопоставлении со среднероссийскими значениями.

Экономика Юга России обладает большим, но недостаточно эффективно используемым потенциалом, и, **как любой Неэффективный Потенциал, его ждет Великая Распродажа.**

Не следует думать, что процесс массовой смены неэффективного собственника в ходе российской приватизации на Юге отличался от общероссийских правил и тенденций. Точно так же как иностранцы не были допущены к наиболее лакомым кускам национального пирога, на Юге долгое время не допускали московских инвесторов к лакомым пирожкам и пирожным.

По мере того как государство и транснациональные компании начали вытеснять российских олигархов из высокодоходных секторов, где они уже накопили капитал, этот капитал все активнее вытесняет местную элиту из управления производством. Остаться смогут лишь эффективные менеджеры. Но при этом их эффективность должна быть подтверждена способностью работать на новых хозяев не только на Юге, но и в любом другом регионе. Они должны уметь интегрировать свой бизнес в глобальную экономику.

Уже в силу того что в глобальной экономике созданы технологии и оборудование, способные предложить на Юге России в 3–5 раз более эффективные решения, этот регион привлекает внимание инвесторов. С другой стороны, именно большой разрыв в существующей и потенциальной эффективности привлекает не только прямых, стратегических инвесторов, но и многочисленных посредников, которые стремятся извлечь свою часть дохода из этого разрыва в эффективности. Низкий уровень денежных доходов населения заставляет людей, уже ставших собственниками на Юге России, зачастую даром продавать посредникам свои активы. Недостаток знаний по привлечению инвестиций, продвижению инвестиционных проектов также снижает начальную цену южнороссийского потенциала.

Анализ основных макроэкономических показателей в разрезе субъектов Федерации в составе ЮФО подтверждает вывод о том, что там, где производство более эффективно, там выше уровень инвестиций и финансовые результаты.

Безусловным лидером ЮФО в этом направлении является Краснодарский край, на долю которого приходится почти половина сальдированного финансового результата ЮФО и инвестиций в основной капитал; Кубань, традиционно считающаяся лидером по объему сельскохозяйственного производства, догоняет промышленную Ростовскую область по масштабам выпуска промышленной продукции и уже обогнала по объемам основных фондов. Попытка сохранить нерентабельные предприятия обошлась Донскому краю потерей лидерства в традиционно сильной промышленной сфере. В результате, даже несмотря на более низкие денежные доходы, Кубань стала играть более существенную роль в жилищном строительстве, торговле, да и в производстве валового регионального продукта.

Отказ от поддержки предприятий-банкротов ведет к росту инвестиций и повышению уровня жизни населения (особенно подчеркнем – работающего населения) и росту жилищного строительства. Безусловно, нельзя не учитывать фактор черноморской рекреационной зоны, влияющий на рост уровня товарооборота и валового регионального продукта, и жилищного строительства. Но общее экономическое правило остается в силе: хочешь лучше жить – надо лучше работать и вовремя наводить порядок в своем доме, освобождаясь от нерентабельной неэффективной деятельности. То же Ставрополье, обладая сопоставимым с Черноморским побережьем рекреационным потенциалом, все-таки отстает от Кубани по уровню инвестиций и уровню эффективности финансового производства.

Более скромные по своим масштабам Астраханская, Волгоградская область, национальные республики Юга России также подтверждают, но уже своим негативным опытом, взаимосвязь притока инвестиций и эффективности регионального производства. Ничего нового в этих выводах нет. Каждый студент с минимальными экономическими представлениями понимает: хочешь получить инвестиции – покажи свою эффективность, не можешь обеспечить эффективность – уступи место эффективному собственнику. Не хватает ума и мужества расстаться с властью – другие придут и возьмут ее сами.

С этой точки зрения, на уровне каждого отдельного предприятия важно оценить параметры своей эффективности, сравнить их с показателями конкурентов. Инвесторам тоже полезно провести такой сравнительный анализ, чтобы получить реалистическую оценку того, что можно приобрести на Юге России, и на какую доходность может рассчитывать стратегический инвестор.

12. РАЗВИТИЕ ПОТЕНЦИАЛА ЮГА РОССИИ

12.1. Радикальность реформ

Когда говорят, что для интеграции российской экономики в глобальную рыночную систему понадобится несколько поколений, то пессимисты не учитывают, что за 15 лет реформ российские руководители уже выработали адреналина больше, чем 15 поколений западных менеджеров. Более того, российские предприниматели приобрели навык работы в постоянно меняющейся среде, и эти изменения окружающей среды чаще всего носили не дружественный, а враждебный характер. Эти навыки сегодня востребованы в глобальной экономике.

В этой связи тем большую ценность имеют правила поведения, выстраданные российскими менеджерами в ходе российских реформ:

- успех реформ не в радикальности отдельных шагов, а в согласованности проводимых мероприятий;
- нарушая существующую социальную стабильность, реформы должны восстанавливать ее на каждом этапе реформирования;
- реформы сильны тогда, когда овладевают массами;
- реформы – это не лозунги, а принятые и реализуемые на практике законы;
- в реформах выигрывает тот, кто движется на полкорпуса вперед.

Эти формулировки рождались в результате общения с руководителями предприятий и организаций Юга России. Потомки свободных людей, с обостренным чувством собственного достоинства, гордые и доброжелательные – южане своими словами и действиями продвигали российские реформы в соответствии с этими правилами и выживали, несмотря на взлеты и падения, на тернистом пути реформ и в глобальном мире, и на федеральном уровне.

Обобщение этих правил позволило сформировать методику, позволяющую выявлять ключевые звенья реформирования для региона и предприятия, определять наиболее негативные последствия очередного шага реформ, предпринимать действия, компенсирующие эти негативные последствия, разяснять себе, людям и начальникам, как на местах провести реформы с минимальными социальными издержками.

12.2. Социальная защита

Социальная стабильность – важное достояние Юга России, ценность которого не меньше, чем уникальность природно-климатических факторов. К сожалению, застой – тоже форма социальной стабильности, и тот факт, что при более низком уровне денежных доходов население Юга покупает почти столько же товаров, сколько средний россиянин, нередко используется для приклеивания ярлыков и формирования стереотипов о теневом характере южнороссийской экономики.

Можно и дальше спокойно относиться к сторонним оценкам, но в условиях глобализации трудно долго самолюбоваться своей местечковостью. Мировому бизнесу не очень интересно слушать истории о географических, природно-климатических и социально-политических преимуществах, инвесторов интересует вопрос: «Сколько стоят эти преимущества в конвертируемой валюте?»

На самом деле ответить на этот вопрос нетрудно, но, если мы хотим, чтобы этот ответ был не только публичным, но и массовым, необходимо начать с повышения денежных доходов широких масс населения. Доходы на вложенный капитал, наполняемость бюджетов, рост объемов производства и продаж – все эти задачи решаются, если изначально ставится цель как минимум выравнивания денежных доходов населения Юга России до среднероссийского уровня. Любой другой приоритет оставляет население не просто в стороне от инвестиционных преобразований, но и делает его противником намечаемых перемен.

Маловероятно рассчитывать на рост выплат из общественных фондов потребления, более ответственно и более реалистично рассчитывать на рост оплаты труда. Чтобы достичь среднероссийского уровня, южнороссийскую зарплату надо увеличить на 45%, а объемы производства – на 60%, поскольку «заработная плата должна быть заработана». Если работающий житель Юга России не получает ежемесячно 8500 рублей (средняя зарплата по России), то у всех, и в

первую очередь у самого работника, должен возникнуть закономерный вопрос: на какие доходы он живет? Чем ниже легальные денежные доходы, тем выше вероятность теневого оборота, в котором участвует не только сам человек, но и его соседи, начальники, чиновники. Чтобы избавиться от подозрений, сам человек, его соседи, начальники и чиновники должны не только констатировать недостаток денежных доходов, но и предложить стратегию развития предприятий, отраслей и территорий, которые позволили бы поднять, а точнее всего, легализовать заработную плату сотрудников.

Легализации доходов, прозрачности бизнеса мешают многочисленные барьеры, в том числе необоснованные проверки разных министерств и ведомств. Поскольку вряд ли кто-либо лучше проверяющих знает состояние дел, скрытые резервы и перспективы развития того или иного бизнеса, то необходимо обязать контролеров ежеквартально готовить предложения по легализации подконтрольных видов бизнеса. Если контролирующие чиновники начнут обосновывать свое несогласие с этой функцией, то в массовом сознании окрепнет убеждение в том, что сами проверяющие заинтересованы в непрозрачности бизнеса.

Более тонкой и более интересной является задача социальной защиты тех, кто в условиях недостатка легальных денежных доходов занимал элитарные позиции. Родственные, соседские, тейповые отношения должны не тормозить, а ускорять переход к прозрачным товарно-денежным отношениям.

Для отдельных территорий, где уровень доходов и состояние дел настолько плохи, что им не обойтись без посторонней помощи, необходимо предусмотреть источники финансирования планов и стратегий повышения денежных доходов населения муниципальных образований. Более того, укрепление денежных отношений создаст источники пополнения местных бюджетов и финансирования социальных объектов, что, в свою очередь, дополнительно увеличит денежные доходы населения.

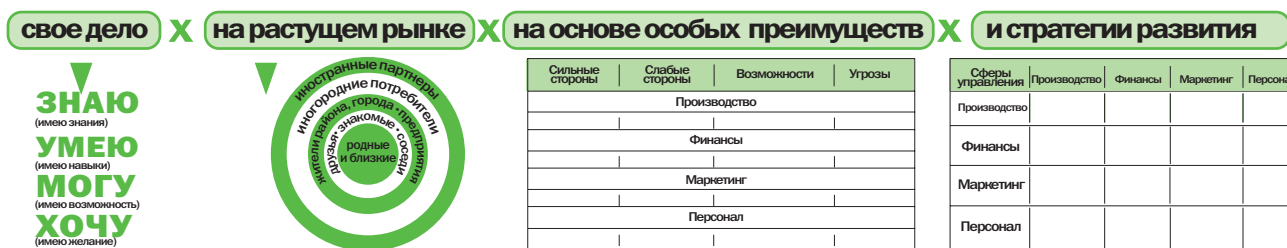
12.3. Планы, программы и стратегии

Прогноз – это документ, описывающий тенденции в изменении пропорций. Планы составляют для поддержания пропорций в текущей деятельности, проекты – для соблюдения пропорциональности в новых направлениях бизнеса. Программы охватывают комплекс мероприятий для реализации планов и проектов, сбалансированных по ресурсам, срокам и исполнителям.

Независимо от формы представления плановых документов центральной задачей всегда остается генерация идей о будущих видах деятельности.

Применительно к малому бизнесу можно использовать формулу успеха.

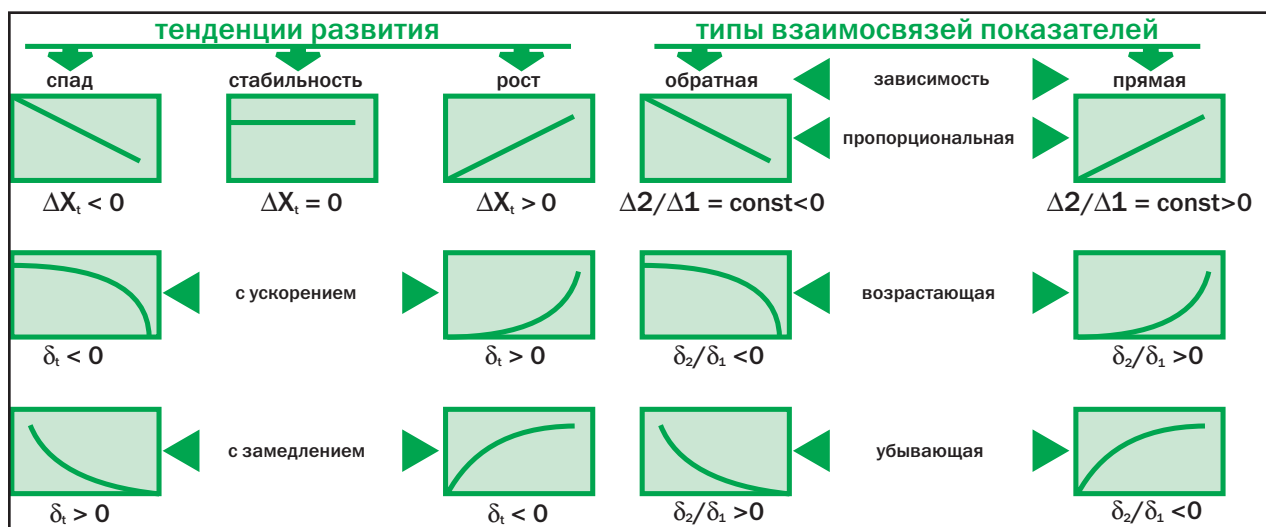
ФОРМУЛА УСПЕХА МАЛОГО БИЗНЕСА:



Заполнение предлагаемых форм стимулирует генерацию идей.

Для крупных предприятий, территориальных программ можно использовать аналогичный подход с учетом необходимости анализа тенденций в динамике экономических показателей, конъюнктуры рынков, самого предприятия, отдельных элементов производственной, организационной, функциональной и продуктовой структуры бизнеса.

Показатели, используемые для анализа тенденций и взаимосвязей: абсолютное значение (X_t), абсолютный прирост ($\Delta X_t = X_t - X_{t-1}$), темп роста ($ТР = X_t / X_{t-1}$), темп прироста ($ТП = \Delta X_t / X_{t-1}$), изменение прироста ($\delta t = \Delta X_t - \Delta X_{t-1}$, позволяет выявить основные тенденции и типы зависимостей, влияющих на развитие бизнеса.



Разработка проектов и программ – важный этап с точки зрения генерации и оформления идей. Но даже после оформления идея нуждается в продвижении. Если для реализации идеи требуются деньги, то надо уметь продавать идею инвесторам.

12.4. Продвижение Юга России

Продавать товар можно на разных, даже падающих рынках. Важно четко представлять свою маркетинговую стратегию, которая включает в себя следующие обязательные элементы (табл. 12.4.1.)

Таблица 12.4.1. Маркетинговая стратегия

Сегмент рынка	Продукт	Цена	Каналы распределения	Система стимулирования

Первым вопросом после разработки стратегии бизнеса, а точнее, первым шагом в очередном цикле расчетов стратегии, является выбор рынков, на которых этот бизнес будет реализовывать свои преимущества: местном, южнороссийском, федеральном, специализированном по странам или глобальном.

Выше много было сказано о преимуществах Юга России. Теперь попытаемся ответить на вопрос: где эти преимущества лучше всего реализовать. В мире не очень много мест с таким уникальным природно-климатическим потенциалом, Юг может быть и житницей, и здравницей для всего мира. Но тогда мировому сообществу надо предлагать и более качественный продукт. По цене этот продукт должен будет конкурировать с лучшими мировыми образцами. Информация о Юге России должна распространяться через ведущие международные информационные каналы, а национальные ансамбли песни и пляски должны стать одним из стимулов продвижения инвестиционных проектов.

Аналогичным образом для проектирования и строительства новых объектов Юга России должны привлекаться не только местные или российские компании, но и ведущие мировые фирмы с опытом работы. Особенно важна проработка инфраструктурной составляющей проектов, обеспечивающая сохранность окружающей среды и высоких экологических стандартов.

Если каждая южнороссийская компания будет позиционировать себя на глобальных рынках, то это сделает Юг России более узнаваемым в мире и создаст более комфортные условия для выхода на мировые рынки других компаний, что, в свою очередь, приведет к росту инвестиционной привлекательности Юга России.

12.5. Финансовое обеспечение планов и программ

Часто реализацию смелых проектов ограничивает недостаток денежных средств. На самом деле на рынке недостатка средств не бывает, поскольку спрос и предложение всегда могут быть сбалансированы, но при другой цене. Использование дорогих денег оправдано, когда проект несет на себе более высокие риски, когда он имеет недостаточное обеспечение, – в этих случаях кредиторы учитывают риски в цене. Если при всех рисках и недостатках проект имеет хорошие перспективы и высокую норму доходности, то не надо стесняться брать дорогие деньги – задержка в сроках реализации проекта нередко равносильна его замораживанию, а промедление в инвестициях – «смерти подобно». Использование рыночных цен в проектах и программах развития Юга России создаст условия для оздоровления региональных финансов:

– во-первых, появятся дополнительные источники бюджетных средств за счет возросших объемов производства, легализации выплат заработной платы, привлечения солидных инвесторов;

– во-вторых, исчезнет необходимость в «мимобюджетных» отношениях, когда на бизнес возлагается решение социальных задач в обмен на снижение административного давления;

– наконец, взаимодействие бизнеса и власти станет носить более цивилизованный характер.

Очередной зигзаг российских реформ привел к увеличению доли государства в инвестициях. Формирование национальных проектов, создание экономических зон, инвестиционного фонда, увеличение объемов финансирования целевых программ создают новый инвестиционный климат с увеличением роли государственного финансирования инвестиций на специальных условиях отбора инвестиционных проектов. В новых условиях требуется пересмотр сложившихся на региональном уровне форм диалога бизнеса и власти с точки зрения усиления инвестиционной составляющей.

В мировой практике сложились многообразные формы поддержки государственным структурами инвестиционных проектов:

- Комфортное письмо о поддержке проекта.
- Включение проекта в государственную программу.
- Приглашение к конкурсу на выполнение государственного заказа.
- Субсидирование процентной ставки по кредиту на реализацию проекта.
- Гарантии и поручительства государства.
- Софинансирование.
- Финансирование инфраструктурной составляющей проекта.
- Частно-государственное партнерство по реализации проекта.

Поскольку в настоящее время на всех уровнях управления постоянно меняются формы и методы государственной поддержки инвестиционной деятельности, то на региональном уровне необходимо создать и поддерживать в постоянной готовности систему, которая обеспечит реализацию следующих функций:

1. Каждое предприятие, муниципальное образование, министерство и ведомство должны иметь базу инвестиционных проектов с указанием: объемов, сроков, доходности, источников инвестиций, готовности проектно-сметной документации, необходимых разрешений и согласований.

2. Финансовые институты, банки, инвестиционные компании, обращающиеся к базе данных, обязаны в 10-дневный срок дать заключение по рассмотренным проектам. Заключение также вносятся в базу данных.

3. Министерства и ведомства на региональном и федеральном уровнях обеспечивают 24-часовую готовность:

- пакетирования проектов в любой национальный проект;
- комбинации форм и методов государственной поддержки;
- выделения инфраструктурной составляющей любого проекта.

12.6. Кредиторы

Реализация проектов, обеспечивающих южанам достойный уровень доходов, требует привлечения заемных средств. Для эффективного взаимодействия с кредиторами необходимо понимать те тенденции, которые происходят в мировом банковском сообществе и которые влияют на принятие банками решений о кредитовании на Юге России.

Международные стандарты. Российские банки готовятся к переходу на международные стандарты финансовой отчетности. Российские и международные стандарты – это разные способы группировки банковских транзакций. Международные стандарты более высоко оценивают риски заемщика, требуют моментального резервирования будущих расходов и отражения инфляции.

Сегодня российские банки вынуждены вести учет по российским (для Банка России) и международным стандартам (для западных партнеров). Кроме этого, банки представляют транспонированную отчетность (результат трансформации российских балансов в балансы по международным стандартам) и также ведут налоговый учет. Унификация стандартов финансовой отчетности позволила бы сэкономить время и силы для улучшения операционной работы, а не ведения тройной бухгалтерии.

Базельские принципы достаточности капитала. Мировой опыт совершенствования банковского надзора привел к формированию так называемых Базельских принципов формирования капитала, в основе которых лежит идея о том, что банковская деятельность – это не перераспределение временно свободных денежных средств, а принятие на себя и распределение среди контрагентов разного рода рисков: рыночных, кредитных, операционных, политических, страновых и др.

Каждый актив банк должен оценивать с точки зрения возможных рисков и принимать меры по их снижению. Собственный капитал должен покрывать не менее 8% стоимости активов, взвешенных с учетом риска. (Российский норматив достаточности капитала установлен на уровне 10%, но рассчитывается по-другому.) Кроме этого, банковский капитал должен покрывать рыночные и операционные риски.

С точки зрения заемщиков, соблюдение банком Базельских принципов означает, что банк должен работать с заемщиками, имеющими высокий рейтинг независимых рейтинговых агентств. Поскольку у большинства российских предприятий такого рейтинга нет, то банки вынуждены оценивать выдаваемые кредиты с максимально высоким риском, формировать повышенные резервы, что ведет к удорожанию ставок кредитования.

Корпоративное поведение. Поскольку акционерное законодательство не в полной мере обеспечивает защиту прав акционеров, то в развитых странах приняты кодексы корпоративного поведения, в соответствии с которыми компании добровольно берут на себя выполнение обязательств, гарантирующих защиту прав миноритарных акционеров, прозрачность и открытость своей деятельности. Соблюдение компанией этих обязательств повышает ее привлекательность для инвестора. Если бы на местном уровне были приняты решения о том, что финансовая поддержка из бюджета оказывается только тем предприятиям, которые выполняют требования Кодекса корпоративного поведения, то такой регион приобрел бы экстраординарный статус привлекательности для инвесторов. Еще большую инвестиционную привлекательность дало бы принятие **Кодекса корпоративного поведения региональных чиновников.**

Эти же тенденции играют важную роль в заимствованиях предприятий Юга России на рынке ценных бумаг. Чем прозрачнее учет, риски, управление предприятием, тем легче и дешевле становится доступ к долгосрочным финансовым ресурсам.

12.7. Организационные решения

Организационные решения играют важную роль, поскольку они устанавливают состав участников и порядок взаимодействия между ними. Любые проекты для своей реализации требуют четких ответов на простые вопросы: ЧТО? КТО? КОГДА?

Реализовать потенциал инвестиционной привлекательности Юга России можно, используя самые разные организационные решения: в том числе в рамках существующих структур управления, устанавливая задания региональным министерствам и ведомствам по разработке

инвестиционных проектов и привлечению плановых сумм инвестиций. Но, во-первых, существующие структуры уже имели возможность реализовать инвестиционную привлекательность региона. Во-вторых, масштабы и характер преобразований, которые необходимы для того, чтобы эта привлекательность превратилась в конкретные объекты, не укладываются в рамки ограничений действующих структур и требуют перехода к организационным механизмам, основанным на других принципах. Каждый шаг на пути реализации инвестиционной привлекательности Юга России должен базироваться на рыночных, конкурентных организационных решениях.

Прежде всего, поддержку в реализации инвестиционных проектов должны получать те регионы, которые обеспечивают наибольшее увеличение легальных денежных доходов населения. Еще раз следует подчеркнуть – не более высокого уровня, а прироста этого уровня. В последнее время имеет место практика, когда государственная поддержка оказывается тем, кто и так уже имеет солидные результаты. На Юге поддерживать надо тех, кто имеет больший потенциал роста.

Далее, отбор консалтинговых фирм, инвестиционных компаний, банков для разработки проектов должен осуществляться на конкурсной основе. Более того, предложения и проекты должны проходить общественную апробацию. Создание и предоставление эксклюзивных прав для ограниченного круга карманных, ангажированных структур, привлекаемых для выполнения работ по составлению программ и проектов, является первым признаком отсутствия реального интереса в легализации денежных доходов населения. Проводя конкурсы разработчиков программ, важно не только определять победителя и выделять ему денежные средства, но и сохранить лучшие идеи всех участников конкурса.

Приступая к реализации проекта, необходимо привлечь как можно более широкий круг инвесторов, застройщиков, подрядчиков и других исполнителей. Для этого должны быть созданы условия привлечения инвестиций: информация о площадках, требованиях по застройке, инфраструктуре должна быть не просто доступной, а реально интересной для всех, кто способен решать задачи по реализации проектов. Одним из требований к исполнителям должно быть привлечение подрядчиков, заключение контрактов на комплектующие и субподрядные работы в соответствии с условиями закупок международных финансовых организаций.

12.8. Цены и ценообразование

Если все предыдущие организационные решения задействованы, то они сами по себе дополнительно прибавляют инвестиционной привлекательности Югу России. Прозрачная программа, прозрачные механизмы реализации, реальные, а не надуманные требования к исполнителям снижают риски инвестиций. Но главный эффект такой схемы заключается в том, что в результате конкурсной борьбы и инвесторы, и исполнители предложат наилучшие решения по минимальным ценам. Тем самым удастся уйти от бесплодных дискуссий по поводу «независимой оценки» и «научно обоснованных цен».

В следующей таблице представлен в обобщенном виде предлагаемый механизм реализации инвестиционной привлекательности Юга России. В обобщенном, но не окончательном виде, поскольку допустимы и другие варианты решения поставленной задачи, да и сам потенциал Юга России интенсивно изменяется, и эти изменения надо учитывать в новых проектах и программах.

12.9. Взаимосвязь мероприятий Программы развития Юга России

	Социальная защита	Планы и программы	Маркетинг	Финансы	Кредит	Организационная структура	Цены
Социальная защита	Рост денежных доходов населения ЮФО до уровня РФ	Стратегии развития предприятий	Рост потребительского рынка	Финансирование разработки программы Юга России	Кредитование населения	Развитие потребительских рынков	Прозрачное ценообразование на потребительских рынках
Планы и программы	Рост оплаты труда	Стратегии развития отраслей, регионов ЮФО	Продвижение стратегии и проектов	Оценка стоимости стратегий и проектов	Привлечение средств на открытом рынке	Замены МЭРТ на консалтинговые фирмы	Снижение региональных рисков в цене проектов
Маркетинг	«Золотые парашюты» действующей элиты, учеба кадров	Маркетинговые стратегии	Создание рынка инвестиционных проектов Юга России	Финансирование маркетинговых исследований	Современные банковские продукты и технологии	Создание рынка инвесторов	Снижение цен ресурсов за счет конкуренции
Финансы	Финансирование бюджетных объектов	Стимулирование внебюджетных источников	Стимулирование участия в инвестициях	Софинансирование проектов	Гарантии и субсидирование процентов	Финансирование развития инфраструктуры	Срочные адресные дотации
Кредит	Привлечение средств населения для инвестиций	Стратегии банков для Юга России	Позиционирование Юга России на рынке капиталов	Доходы от инвестиций	Привлечение международных финансовых ресурсов	Инфраструктура выхода на глобальный рынок	Удешевление кредитных ставок
Организационная структура	Рыночные механизмы социальной защиты	Программы развития инфраструктуры	Новая логистика для Юга России	Ликвидация «мимобюджетных» потоков	Стимулирующее регулирование банковской деятельности на Юге России	Структура экономики, ориентированная на глобальный рынок	Конкурентные цены на глобальном рынке
Цены	Рост доходов за счет роста цен на рынке труда	Учет в программах динамики цен	Глобальный маркетинг	Учет роста цен в бюджете	Финансовые технологии глобальных рынков	Технические средства доступа на глобальные рынки	Приближение к мировым ценам

ЧАСТЬ 2. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИЙ В ЭКОНОМИКУ ЮГА РОССИИ: ОПЫТ БАНКА «ЦЕНТР-ИНВЕСТ»

1. CENTER-INVEST IS THE BEST

Рекомендации консультанта выглядят более убедительными, если он может привести пример из собственной практики их успешной реализации. Работа банка «Центр-инвест» с международными финансовыми организациями позволила ознакомиться с best practices – лучшей мировой практикой ведущих мировых компаний – и применить этот опыт в российских условиях. Постепенно западные партнеры стали приводить банк «Центр-инвест» в качестве best practices российских реформ на Юге России. Этот опыт представляет интерес и для российских компаний. Более того, в соответствии с совнархозовским принципом «дал поручение – научи, проконтролируй, сделай сам» банк «Центр-инвест» разработал программу своих действий по реализации инвестиционного потенциала Юга России «South of Russia+».

1.1. Лаборатория реформ на Юге России

В ходе первой волны российской приватизации команда банка «Центр-инвест» подготовила более 300 планов приватизации предприятий Юга России. В свою очередь, первые приватизированные предприятия 22 ноября 1992 года стали учредителями ОАО КБ «Центр-инвест». Это позволяет позиционировать банк как конкретный результат экономических реформ.

Все последующие годы банк сопровождал процессы реформ, находя решения непростым проблемам южнороссийских предприятий, и оказывал практическую помощь в реализации реформ на Юге России:

- 1992 – обслуживание процессов приватизации;
- 1993 – становление донского рынка ценных бумаг;
- 1994 – внедрение вексельного обращения;
- 1995 – начало формирования рынка инвестиционных проектов;
- 1996 – решение проблемы неплатежей;
- 1997 – разработка программы поддержки малых предприятий Дона,
– первый аудит по международным стандартам;
- 1998 – новые технологии работы банка в условиях кризиса;
- 1999 – агрессивный маркетинг;
- 2000 – начало сотрудничества с международными финансовыми организациями,
– начало выпуска собственных пластиковых карт международного образца;
- 2001 – участие в международных программах перевода российских банков
на международные стандарты;
- 2002 – реализация соглашений с EBRD, USAID, IFC, HERMES;
- 2003 – участие в программе IFC «Корпоративное управление в России»;
- 2004 – участие EBRD в капитале банка «Центр-инвест»;
- 2005 – участие DEG в капитале банка «Центр-инвест»;
- 2006 – участие в программе энергоэффективности IFC,
– разработка программы «South of Russia+».

«От таких энтузиастов, как команда банка «Центр-инвест», зависит успех реформ в России».

Герман Греф

Министр экономического развития и торговли РФ

«Банк «Центр-инвест» и созданная им инфраструктура поддержки инвестиционных решений стала «лабораторией экономических реформ» на Юге России».

Евгений Ясин

Научный руководитель Высшей школы экономики

Банк «Центр-инвест» принимал активное участие в позитивном позиционировании экономики Юга России, участвуя в мероприятиях Всемирного экономического форума, ООН, Всемирного банка, EBRD, BSTDB, АЕВ, АРБ, АРБ «Россия», USRC, «круглого стола» промышленников России и ЕС, ERMС.

Банк «Центр-инвест» подтвердил имидж российской банковской системы, проводя с 1996 года аудит по МСФО, с 2004 года – независимый рейтинг агентства RusRating, внедрив в 2004 году Кодекс корпоративного поведения. В 2005 году в состав Совета директоров банка «Центр-инвест» был избран независимый директор – экс-президент Бундесбанка Э. Вельтеке.

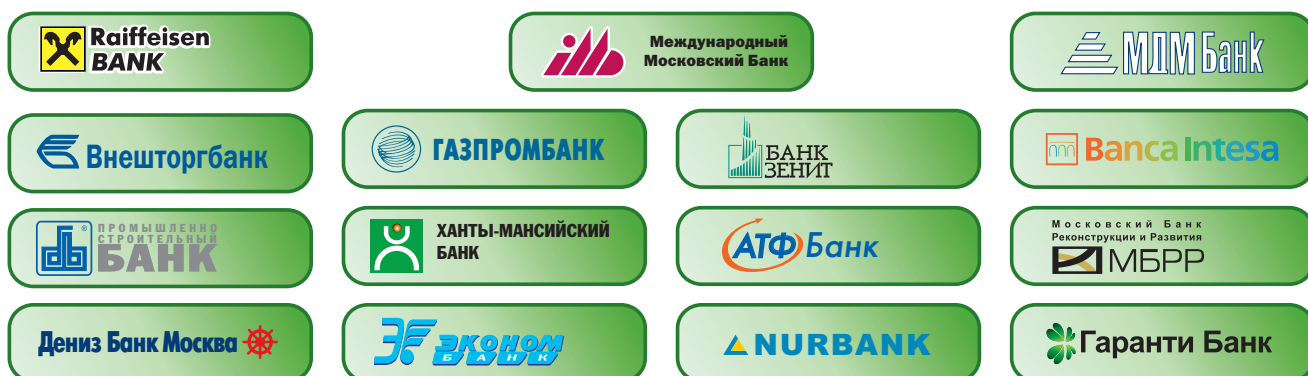
1.2. Работа с международными финансовыми институтами (МФИ)

В 1999 году банк «Центр-инвест» разработал и реализовал проект участия международных финансовых институтов в капитале российского регионального банка (журнал «Вопросы экономики», 1999, №7). В 2004 году акционером банка «Центр-инвест» стал EBRD, в 2005 – DEG.

Банк «Центр-инвест» доказал свою надежность перед партнерами, активно работая с международными финансовыми организациями, иностранными и российскими банками,



а также привлекая синдицированный кредит на российском:



и международном рынках:



Банк «Центр-инвест» активно работает с экспортными агентствами HERMES (Германия), SACE (Италия), COFACE (Франция), ATRADIUS (Голландия).

1.3. Удвоение 2005: СДЕЛАНО!

Устойчивое динамичное развитие банка подтверждается показателями как по российским, так и по международным стандартам финансовой отчетности.

Таблица 1.3.1. Основные финансовые показатели работы ОАО КБ «Центр-инвест»

млн руб.

	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Капитал *	51	53	101	205	421	628	686	1087	2010
Капитал **	46	41	99	210	414	678	779	1141	2221
Активы *	234	340	540	991	1605	3026	5132	8221	13058
Активы **	186	252	630	960	1635	3124	5257	8493	13637
Прибыль *	9	5	6	17	27	64	130	212	501
Прибыль **	6	(4)	(11)	(7)	4	14	94	131	306

* РСБУ – Российские стандарты бухгалтерского учета.

** МСФО – Международные стандарты финансовой отчетности.

В 2005 году банк «Центр-инвест» на практике реализовал указание Президента РФ В. В. Путина об удвоении ВВП России, реализовав программу удвоения масштабов бизнеса, знаний, выигрыша и уровня жизни для своих клиентов.

УДВОЕНИЕ МАСШТАБОВ

- **Новые акционеры:**
 - **EBRD** (Европейский Банк Реконструкции и Развития) – 21,52% капитала;
 - **DEG** (Немецкая корпорация инвестиций и развития) – 17,6% капитала.
- Банк «Центр-инвест» – первый ростовский банк, вошедший в ТОП-100 крупнейших банков России (www.rating.rbc.ru), занявший места:

- | | |
|--|--|
| • 87-е по чистым активам; | • 60-е по прибыли; |
| • 80-е по капиталу; | • 44-е по вкладам; |
| • 78-е по депозитному портфелю; | • 44-е по эффективности капитала; |
| • 70-е по кредитному портфелю; | • 32-е по эффективности активов; |
| • 68-е по кредитам юрлицам; | • 26-е по количеству филиалов; |
| • 60-е по кредитам населению; | • 25-е по ипотечным кредитам. |

- Филиальная сеть – **42 филиала и офиса, 18 операционных касс в Ростовской и Волгоградской областях, Краснодарском крае.**

УДВОЕНИЕ БИЗНЕСА

- **30,2 млрд руб. кредитов выдано предприятиям:**
 - Стандартные кредиты;
 - Овердрафты;
 - Долгосрочные кредиты на инвестиционные проекты;
 - Экспресс-лизинг. Принятие решения за 1 день;
 - Факторинг.
- **5,2 млрд руб. кредитов выдано на развитие АПК**
- **9,6 млрд руб. кредитов выдано малому бизнесу:**
 - Финансирование энергосберегающих технологий;
 - «StartUp» – позволяет начать новое дело;
 - Кредитование без залога.
- **Поддержка малого бизнеса:**
 - «Горячая линия» – бесплатные консультации (hotline.centriinvest.ru);
 - «Центр-аудит» – бухгалтерский учет и отчетность;
 - «Абсолют» – охранное агентство.
- **Количество клиентов – 20500 счетов.**

УДВОЕНИЕ ЗНАНИЙ

- **Свыше 50 семинаров** и консультаций для клиентов банка;
- **50 лучших студентов вузов** Ростова – стипендиаты банка «Центр-инвест»;
- **Свыше 16000 школьников** Ростовской области бесплатно посетили выставку «Сокровища донских степей».

УДВОЕНИЕ УРОВНЯ ЖИЗНИ

- Банк «Центр-инвест» включён в систему государственного страхования вкладов (№283):
 - **5 млрд руб.** – объём вкладов;
 - **ВАЗ-2110, 100 комплектов бытовой техники, 7 компьютеров** – призы вкладчикам;
 - **1000 вкладчиков-ветеранов** банк поздравил с Праздником Победы.
- **1,7 млрд руб. кредитов выдано населению:**
 - **12 864** человека получили кредиты на неотложные нужды;
 - **1 888** человек приобрели автомобили;
 - **616** семей стали владельцами собственного жилья.
- **80 тыс. владельцев международных пластиковых карт**
- 31 банкомат и 30 пунктов выдачи наличных.

УДВОЕНИЕ ВЫИГРЫША

- **€ 150 млн** банк «Центр-инвест» привлек в экономику Юга России с международных финансовых рынков;
- **1 млрд руб.** – синдицированный кредит с российского финансового рынка;
- **\$ 30 млн** финансирования экспорта клиентов;
- «Российско-германский день финансирования малого и среднего бизнеса в Ростове-на-Дону» (expo.centriinvest.ru);
- **Более 100 российских и международных банков – партнеры** банка «Центр-инвест»;
- **Гарантии перед таможенными органами России.**

Банк «Центр-инвест» создал широкую сеть филиалов и допфилиалов и предлагает своим клиентам широкий спектр продуктов на основе современных банковских технологий.

Достигнутые результаты позволяют более подробно проанализировать опыт ОАО КБ «Центр-инвест» для:

- развития региональных банков;
- привлечения региональных банков для активизации инвестиционных процессов в регионах;
- расширения международного сотрудничества в реализации инвестиционных проектов.

2. ПРИВЛЕЧЕНИЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

2.1. Риски в работе с международными финансовыми институтами

В современных условиях привлечение инвестиционных ресурсов является в большей степени перераспределением рисков, чем привлечением денег. Опыт банка «Центр-инвест» показывает, что снижение рисков достигается за счет использования принципа КПД (КОМАНДА*ПРОЕКТ*ДЕНЬГИ). Инвестору необходимо продемонстрировать КОМАНДУ квалифицированных специалистов и процедуры их взаимодействия. Минимальный набор этих процедур включает: Кодекс корпоративного управления, систему управления рисками, внутренний аудит и контроль соответствия законодательству и внутренним процедурам. Наличие этих элементов, закрепленных во внутренних документах, существенно снижает риски инвесторов и повышает шансы не только привлечения финансовых ресурсов, но снижения цены привлекаемых средств.

Включение требований о наличии системы корпоративного управления, управления рисками и внутреннего контроля наряду с традиционными требованиями о соблюдении экологических процедур существенно снижает риски и расширяет возможности привлечения инвестиций, в т.ч. за счет софинансирования со стороны международных финансовых институтов.

Международные финансовые институты (МФИ): группа Всемирного банка, EBRD, институты развития – организации, специально созданные для снижения рисков реализации проектов с участием иностранных инвесторов. При определенных различиях (страны операций, процедуры одобрения проектов, специализация операций) все они обладают общими чертами и технологиями работы:

- участие в капитале;
- мезонинное финансирование;
- долгосрочное кредитование и организация синдицированных займов;
- программы торгового финансирования и гарантии;
- программы развития малого бизнеса и микрокредитования;
- отраслевые программы: АПК, инфраструктура, ипотека, энергосберегающие технологии.

2.2. Участие в капитале

Участие МФИ в капитале – высшая форма подтверждения статуса уровня управления в компании, но МФИ не вкладывают деньги в организации, имеющие ограниченный рост (менее чем 2 раза за 5 лет), и свое участие в капитале МФИ жестко оговаривают процедурами и сроками (5–7 лет) выхода:

- выкуп их доли менеджментом или собственниками;
- продажа стратегическому инвестору;
- продажа на открытом рынке.

Поэтому взаимодействие с МФИ должно строиться на обоюдовыгодной основе и предусматривать рост капитализации компании не менее 20% в год.

С учетом этих ограничений необходимо строить собственную стратегию таким образом, чтобы рост масштабов бизнеса опережал требования по капитализации акционеров из МФИ. Для этого необходимо использовать их авторитет как для привлечения инвестиционных ресурсов, так и для обоснования требований по снижению рисков инвестиционных проектов.

Как правило, МФИ предлагают наряду с участием в капитале кредитные линии по отдельным программам и техническое содействие. Необходимо сделать правильный выбор кредитных линий, сопровождающих участие в капитале, исходя из стратегии развития бизнеса:

- микрофинансирование;
- кредитование малых и средних предприятий;
- проекты энергосбережения;
- ипотека;
- потребительское кредитование;
- торговое финансирование.

Каждое из этих направлений не лучше и не хуже других, все зависит от стратегии бизнеса. Поэтому стратегия бизнеса (ПРОЕКТ) должна быть представлена МФИ еще до вхождения в капитал.

Участие МФИ в капитале обуславливается требованиями по построению бизнеса. Эти требования, как правило, включают: внедрение Кодекса корпоративного управления, переход на международные стандарты финансовой отчетности, внедрение риск-менеджмента, внутреннего контроля. В особых случаях может быть затребовано получение независимого рейтинга или листинга на организованных рынках ценных бумаг.

Одним из требований МФИ является участие в проекте иностранного инвестора или, по крайней мере, иностранного консультанта. Однако на развивающихся рынках МФИ участвуют в капитале в качестве первого шага, оговаривая специально в соглашениях об участии вопросы привлечения стратегических инвесторов. Такое предварительное согласование сроков и процедур поиска инвесторов снижает риски последующих транзакций (ДЕНЬГИ).

2.3. Мезонинное финансирование

Мезонинное финансирование означает предоставление субординированных займов на срок более 5 лет, без обеспечения, без права отзыва. Поскольку такие займы входят в расчет капитала банка, то они представляют интерес для банков, имеющих недостаточную капитализацию при больших активах. Субординированный кредит позволяет решить проблему нехватки капитала, но амортизируется в течение 5 лет, а в расчете капитала учитывается только неамортизируемая часть.

В стратегии надо учитывать возможность по наращиванию капитала за счет прибыли от привлечения и эффективного размещения средств благодаря субординированным займам. Как правило, стоимость субординированного кредита выше обычных займов.

2.4. Долгосрочное кредитование

Предоставление долгосрочных финансовых ресурсов – один из наиболее привлекательных инструментов международных финансовых институтов и требует наличия долгосрочных проектов. Как правило, такие проекты связаны с кредитованием ипотеки, закупками оборудования, лизинговыми операциями. Более высокая ставка привлечения долгосрочных ресурсов требует и их размещения в более высокодоходные проекты, а также формирования рынков этих проектов.

В качестве покрытия привлекаемых средств могут использоваться основные средства банков, права требования по другим активам, в первую очередь по целевым кредитам. В более развитых отношениях межбанковские кредиты предоставляются без покрытия, при этом МФИ настаивают, чтобы и другие межбанковские кредиты предоставлялись без покрытия.

Синдицированные кредиты используются МФИ и крупными коммерческими банками для диверсификации рисков участников синдиката. Как правило, МФИ или крупные банки, выступающие организаторами синдиката, проводят обследование банка-заемщика, готовят договоры с участниками синдицированного кредита. В силу диверсификации рисков банк-заемщик привлекает больший объем финансирования, чем при двухстороннем межбанковском кредитовании. Долгосрочные синдицированные межбанковские кредиты не требуют резервирования.

2.5. Гарантии

В соответствии с Базельскими принципами и современными представлениями о банковской деятельности как покупке и продаже рисков все более широкую роль в межбанковском сотрудничестве начинают играть гарантии и аккредитивы.

Принципиальным отличием гарантий МФИ и экспортных агентств от действующего в России бюджетного законодательства является отсутствие требований по контрпокрытию. Важным преимуществом гарантий государственных агентств и МФИ является низкая оценка рисков и нормативов резервирования потерь по кредитным операциям.

2.5.1. Гарантии по ссудам заемщикам

Для развивающихся рынков характерно отсутствие необходимого залога у заемщиков – населения, предприятий малого бизнеса. Агентство международного развития США (USAID) использует программу гарантий 50% покрытия суммы такого кредита. USAID провело в 2000 году независимое обследование банка «Центр-инвест» и предоставило гарантийную линию в объеме 3 млн дол. для малого бизнеса. Гарантия не требовала от банка контрпокрытия. Технология предоставления гарантий была достаточно простой, основанной на использовании Интернет-сообщений о предоставленных кредитах под гарантию USAID. В 2002 году USAID предоставило новую гарантийную линию банку «Центр-инвест» для кредитования малых предприятий.

Важно подчеркнуть, что малый бизнес получает дополнительные гарантии через банк, а не через государственно-бюрократические структуры с большим объемом предоставляемых документов.

2.5.2. Гарантии банковских займов

USAID также имеет программы по гарантиям кредитных линий и облигационных займов банков. Аналогичные программы имеют и другие МФИ. В подобных программах МФИ выступают участниками синдицированных займов (до 50% суммы займа) и дают гарантии для других участников синдиката.

2.5.3. Гарантии по внешнеторговым контрактам

МФИ выступают гарантами по программам торгового финансирования. В этих программах первичным является международный внешнеторговый контракт, по которому:

- 1) импортер получает гарантию банка-резидента, подтвержденную МФИ, и предоставляет эту гарантию своему контрагенту, который может получить кредит в любом другом банке;
- 2) экспортер получает гарантию оплаты своего контракта, выданную банком страны импортера и подтвержденную МФИ.

Эти две принципиальные схемы могут варьироваться в различных комбинациях в сочетании с другими финансовыми инструментами (векселями, залоговыми обязательствами). Структурирование подобных сделок является предметом структурного финансирования.

Как правило, гарантии по внешнеторговым операциям МФИ являются независимыми. В операциях на развивающихся рынках гарантии могут предоставляться с частичным денежным покрытием на срок от 3 месяцев до 2 лет.

2.5.4. Гарантии экспортных агентств

Экспортно-импортные агентства предлагают аналогичные схемы, но их гарантии являются связанными, поскольку применяются с целью продвижения экспорта продукции своих стран. Агентства играют также важную роль в формировании страновых рейтингов, которые используются МФИ и коммерческими банками для определения процентных ставок по межбанковскому и клиентскому кредитованию.

Наиболее типичной схемой работы таких агентств – HERMES (Германия), SACE (Италия), SOFACE (Франция) – является выдача гарантий для кредитования банками 85% суммы кредита на поставку оборудования при условии оплаты импортером 15% суммы контракта. Аккредитованные в агентстве российские банки выступают поручителями по данным контрактам, могут кредитовать первоначальный платеж, а также резервирование суммы для исполнения обязательств по валютному контролю и таможенным платежам.

2.5.5. Гарантии коммерческих банков

Коммерческие банки, специализирующиеся на внешнеторговых операциях, открывают лимиты гарантийных линий по внешнеторговым контрактам. Кроме получения лимитов важно иметь контракт клиента для внешнеторговой сделки. При выборе банка-гаранта следует учитывать скорость прохождения формальных процедур одобрения сделки.

3. ТЕХНИЧЕСКОЕ СОДЕЙСТВИЕ

Программы МФИ, как правило, сопровождаются проектами технического содействия, осуществляемыми на развивающихся рынках при частичной оплате со стороны регионального банка либо за счет стран-спонсоров программ технического содействия. Банк «Центр-инвест» имеет большой опыт работы по программам технического содействия. Следует иметь в виду, что программы технического содействия служат дополнительным источником информации для зарубежных партнеров о банке-участнике программ.

3.1. Переход на МСФО

Программа USAID-EU по переходу на международные стандарты финансовой отчетности позволила в 2002 году получить из первых рук дополнительную информацию о содержании и организации учета по МСФО. Начиная с 1996 года банк «Центр-инвест» ведет отчетность по МСФО, которая более прозрачна для зарубежных партнеров, акционеров и управленческого учета. С 2004 года показатели планов развития и бизнес-планов банка также рассчитываются по международным стандартам.

3.2. Программа кредитования малого бизнеса

Обследования, проведенные в банке «Центр-инвест» специалистами EBRD, IFC, подтвердили наличие в банке высокоэффективных процедур кредитования малого предпринимательства. Это позволило выйти на новый круг задач в рамках программы технического содействия по малому бизнесу с банком KfW, когда на первый план было поставлено развитие международных связей малого бизнеса Юга России и Германии.

3.3. Технологии продаж

В рамках программы технического содействия с IFC были получены важные сведения о технологиях продаж банковских продуктов, организации бизнес-планирования.

3.4. Корпоративное управление

Программа внедрения корпоративного управления проводилась IFC совместно с SECO (Швейцария). Участие в этой программе позволило существенно дополнить опыт корпоративного управления в банке «Центр-инвест» за счет:

- регламентации процедур работы комитетов Совета директоров и органов управления;
- усиления гарантий прав миноритарных акционеров;
- более детальной регламентации информационной политики;
- конкретизации дивидендной политики;
- внедрения кодекса корпоративной этики.

Обновление существовавших ранее в банке документов позволило:

- повысить привлекательность банка «Центр-инвест» в глазах иностранных партнеров и расширить возможность долгосрочного финансирования;
- существенно улучшить эффективность действовавших процедур, технологий и регламентов;
- четко разграничить и обеспечить защиту прав акционеров, менеджеров, сотрудников и клиентов банка;
- создать качественно новый морально-психологический климат в коллективе.

С целью повышения инвестиционной привлекательности Банка для потенциальных инвесторов Банк обеспечивает:

- реализацию принципов корпоративного поведения;
- мониторинг их соблюдения;
- обучение сотрудников.

Банк, его должностные лица и все работники руководствуются в своей деятельности нормами действующего законодательства, а также этическими нормами, принятыми в деловом сообществе, в соответствии с определениями Кодекса корпоративного поведения и Кодекса корпоративной этики.

3.5. Торговое финансирование

Программа технического содействия в сфере торгового финансирования была организована EBRD совместно с ING Advisory Services. В рамках программы были проведены обучающие семинары с сотрудниками отделов, филиалов и клиентами банка. Детальное рассмотрение различных схем позволило расширить масштабы кредитования и использования гарантий для внешнеторговых операций предприятий Юга России.

3.6. Построение бизнеса по международным стандартам

Программа технического содействия EBRD по построению бизнеса (2005–2006 гг.) включала в себя направления:

- создание современной системы риск-менеджмента;
- повышение эффективности внутреннего контроля;
- развитие информационной системы банка.

Консультации по формированию современной, основанной на принципах Нового соглашения по достаточности капитала (Базель II), системы риск-менеджмента позволили создать эффективную систему управления кредитными, рыночными и операционными рисками.

Рекомендации по повышению эффективности системы внутреннего контроля позволили более четко регламентировать и нормировать процедуры работы службы внутреннего контроля.

Рекомендации по выбору системы информационного обеспечения были учтены в требованиях по выбору поставщиков программного и технического обеспечения.

3.7. Работа в американском банке

Добровольческий корпус по оказанию финансовых услуг (Financial Services Volunteers Corps) организует для региональных банков обучение и стажировки специалистов. В рамках программы корпуса в 2006 году банк «Центр-инвест» направил сотрудника на стажировку в США. На основе полученных знаний стажер представляет американским банкирам программу развития бизнеса своего банка.

4. ОПЫТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ФИНАНСОВЫХ ИНСТИТУТОВ ДЛЯ ФИНАНСИРОВАНИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ПРОЕКТОВ

Накопленный банком «Центр-инвест» опыт работы с МФИ позволяет сформулировать рекомендации по использованию этого опыта в государственных финансовых институтах Российской Федерации по финансированию национальных проектов и программ.

Наличие государственных банков создает их доминирующее положение в российской банковской системе уже в силу субсидиарной ответственности государства как собственника. Необходимо четко разграничить сферы действия, масштабы, ответственность и формы работы государственных банков на банковском рынке: государственные банки должны отвечать за целевое финансирование национальных проектов и программ и участвовать в рискованных операциях по кредитованию конечных заемщиков только через коммерческие банки-партнеры.

С точки зрения современных требований к оценке рисков, не допускается отраслевая или региональная концентрация рисков. В этой связи наличие отраслевых банков или банков, принадлежащих региональным властям, делает их более рискованными с позиций МФИ.

Целесообразно объединить отраслевые банки федерального уровня в Российский Банк Развития (РосБР), на который возложить функции финансирования всех национальных проектов при необходимой диверсификации кредитного портфеля. Укрупненный до необходимых размеров РосБР становится основным кредитором государственных предприятий и организаций. Таким образом, при нарушении кредитных соглашений государство не имеет рисков потерь государственного имущества. Для взаимодействия с МФИ РосБР должен иметь не только отчетность по МСФО, но и международный рейтинг ведущих рейтинговых агентств.

Кредитование в рамках национальных проектов коммерческих структур должно осуществляться РосБР через коммерческие банки-партнеры. Учитывая высокий статус РосБР и эффективный контроль со стороны собственника, процедуры отбора банков-партнеров по различным национальным проектам можно возложить на органы управления РосБР.

Взаимодействие РосБР с коммерческими банками должно осуществляться на основе апробированной практики МФИ:

- участие в капитале с четким описанием процедур выхода за счет продажи пакетов акций на открытом рынке (условие выхода на листинг может быть обязательным при вхождении в капитал), стратегическому инвестору либо менеджменту;
- долгосрочное кредитование коммерческих банков для их участия в кредитовании клиентов в рамках национальных проектов и программ;
- предоставление гарантий коммерческим банкам, участвующим в национальных проектах;
- синдицированные кредиты под гарантии РосБР.

Техническое содействие коммерческим банкам-партнерам РосБР должно осуществляться в рамках конференций и семинаров, организуемых для банков-партнеров РосБР по отдельным программам.

РосБР должен учитывать опыт программ технического содействия, проводимых по линии других министерств и ведомств.

По мере наполнения содержанием национальных проектов РосБР должен разрабатывать формы софинансирования и структурирования рисков участников национальных проектов на основе частно-государственного партнерства.

5. МАЛЫЙ БИЗНЕС: СТЕРЕОТИПЫ И НОВАЯ ИДЕОЛОГИЯ

5.1. Смена парадигмы

Если не удастся достичь желаемого результата, то меняют начальника или всю организацию целиком. Если такая смена не дает эффекта, то менять приходится методы управления. Когда новые методы не дают отдачи, меняют теоретические подходы.

Когда на самом высоком государственном и политическом уровне много говорят о поддержке малого предпринимательства, а реальная ситуация меняется медленно, то менять надо не организацию, не методику, не методологию. Менять необходимо стереотипы общественного сознания.

Традиционное представление о малом бизнесе базируется на следующих стереотипах: **малый бизнес** – это: 1) что-то маленькое, незначительное и малоэффективное; 2) постоянно находится в тени; 3) нуждается в поддержке государства и 4) скоро исчезнет в процессе глобализации экономики.

Новая идеология базируется на других принципах.

1) В отличие от крупного бизнеса, достигающего эффективности только при определенных масштабах, **малый бизнес обязан быть более эффективным с момента рождения** за счет использования своих, пусть даже временных, преимуществ в производстве, маркетинге, финансах или персонале.

Малый бизнес существует **всегда**, в любой экономике – «при Александре I – миротворце, при Александре II – освободителе, при Николае II – кровавом, при Керенском» и даже при военном коммунизме. Утверждения о недоразвитости малого бизнеса не учитывают, что в любой экономике на его долю приходится 50% валового продукта. Если сложить «светлую» (40%) и «теневую» (60%) часть малого предпринимательства, то его роль в экономике России будет сопоставима с развитыми странами. Изначальная эффективность и вечный характер малого бизнеса определяют его роль в любой экономике – малый бизнес не малый, а **равноправный партнер** в бизнесе.

2) Утверждения о теневом характере малого бизнеса безответственны, поскольку:

– **тень** на малый бизнес **падает от плохих законов и чиновников**;

– доля теневого малого бизнеса в экономике – **индикатор коррупции власти**;

– между властью и бизнесом не может быть противоречий: **какая власть – такой и бизнес**.

3) Не малый бизнес, а **государство нуждается в поддержке малого бизнеса**. Малый бизнес – это гарант социальной стабильности в обществе. Если между властью и населением нет малого бизнеса, то происходит **смена власти**. Темпы экономического развития зависят не от масштабов государственной поддержки, а от степени **легализации малого бизнеса**.

4) В условиях глобализации малый бизнес быстрее адаптируется и более эффективно использует **преимущества глобальных технологий**. Глобальные проекты, не учитывающие интересы малого бизнеса, обречены на неудачу, поскольку могут уничтожить не только природную, но и **предпринимательскую среду**. Сложность управления глобальными проектами требует передачи отдельных работ на **аутсорсинг и субконтракты малому бизнесу**.

Что меняет новая идеология? Прежде всего, изменяется менталитет, отношение общества к малому бизнесу: повышается статус малого предпринимательства в экономике, в социально-политической сфере, в государственном строительстве и международных отношениях. Далее, меняются механизмы взаимодействия государства, крупного бизнеса и малого предпринимательства. Наконец, из находящегося в тени аутсайдера малый бизнес становится точкой экономического роста.

Политики, чиновники, корпорации должны в своих заявлениях и поступках постоянно демонстрировать общественное признание малого бизнеса. Политические партии не должны допускаться к участию в выборах, если они не имеют в своих программах четко сформулированной позиции по отношению к малому предпринимательству. Чиновники, отвечающие за развитие тех или иных сфер деятельности государства, обязаны не просто владеть информацией, а должны в первоочередном порядке нести ответственность за развитие малого предпринимательства в этих сферах. В кодексах корпоративного поведения корпораций обязательным

разделом должна стать «Политика в сфере малого предпринимательства».

Для того чтобы любовь к малому бизнесу и смена идеологий не носили конъюнктурного характера, необходим общественный мониторинг положения малого бизнеса. Такой общественный мониторинг должен включать в себя отчетность политиков, чиновников, корпораций в рамках их официальной отчетности, оценку профессиональных общественных объединений, независимый мониторинг научно-исследовательских организаций, публикации в средствах массовой информации.

5.2. Бизнес-поддержка малого бизнеса

В 1997 году банк «Центр-инвест» предложил своим клиентам «Программу поддержки малых предприятий Дона». Это была первая негосударственная программа развития этого сектора экономики за счет продажи малым предприятиям специальных банковских продуктов и услуг по консалтингу, бухгалтерскому учету, обеспечению безопасности и развития бизнеса на основе Интернет-технологий. Точка безубыточности программы достигалась при 150 клиентах. Через два месяца в программе участвовало более 400 малых предприятий.

По состоянию на 1 июля 2006 года, в банке «Центр-инвест» обслуживается более 11000 малых предприятий и 7000 индивидуальных предпринимателей. За 2005 и 2006 года субъектам малого бизнеса предоставлено более 3 тысяч кредитов на общую сумму около 20 млрд руб.

Доля ОАО КБ «Центр-инвест» в кредитовании субъектов малого предпринимательства Ростовской области составляет более 1/3 регионального рынка.

Ежегодно банк принимает участие в традиционной выставке «Малый бизнес в экономике Дона». Совместно с Администрацией Ростовской области и ООО «Центр-Интернет» внедрена Интернет-программа «Партнер»: создана база данных из 26 тыс. малых предприятий Ростовской области (www.amb-don.ru). Ведется постоянное обновление информации о немецких фирмах, желающих найти партнера в России. Также существует возможность Интернет-поиска партнера в Германии и США.

На сайте банка открыта горячая линия поддержки малого бизнеса, где любой желающий может задать свои вопросы (www.centriinvest.ru).

5.3. Потенциал развития малого предпринимательства Юга России

В 2004 году специалистами Отдела кредитования малого бизнеса ОАО КБ «Центр-инвест» было проведено исследование потенциала развития малого предпринимательства Юга России.

Оценка возможности доведения доли малых предприятий в производстве валового продукта региона до среднего уровня развитых стран проводилась по следующему алгоритму:

1. На основе статистических данных произведен анализ масштабов развития малого предпринимательства в ведущих странах мира, в России и на Юге России.

2. На основании разницы доли малых предприятий в производстве валового продукта Юга России и развитых стран мира был рассчитан потенциал роста объемов производства товаров и услуг в абсолютных величинах.

3. Исходя из общего объема производства товаров и услуг, структуры платежеспособного спроса населения, имеющегося ресурсного потенциала, производственной базы, уровня квалификации трудовых ресурсов, с учетом регионального аспекта, были выявлены перспективные отрасли и определена доля производства малых предприятий в разрезе отраслей.

4. В результате исследования получены оценки следующих показателей в разрезе отраслей и территорий:

- объем инвестиций, необходимый для развития малого предпринимательства на Юге России;
- количество малых предприятий в регионе;
- число занятых на малых предприятиях Юга России;
- объем продукции, выпускаемый малыми предприятиями Юга России.

Таблица 5.3.1. Потенциал роста малых предприятий Юга России

Субъекты Федерации	Прирост		
	числа малых предприятий, тыс.	объемов продукции, млрд руб.	необходимый объем инвестиций, млрд руб.
Республика Адыгея	2,2	5,4	1,9
Республика Дагестан	1,6	17,1	6,1
Республика Ингушетия	0,9	1,2	0,4
Кабардино-Балкарская Республика	3,8	8,0	2,8
Республика Калмыкия	0,6	2,3	0,8
Карачаево-Черкесская Республика	1,6	4,9	1,7
Республика Северная Осетия – Алания	2,3	17,6	6,3
Краснодарский край	26,4	203,0	72,3
Ставропольский край	8,2	61,0	21,8
Астраханская обл.	4,0	28,3	10,0
Волгоградская область	15,0	57,0	20,3
Ростовская область	27,8	158,8	56,6
Юг России	94,4	564,6	201,0

*Данные по Чеченской Республике отсутствуют.

Таблица 5.3.2. Потенциал развития малых предприятий по отраслям экономики

Отрасль	Прирост		
	числа малых предприятий, тыс.	объемов продукции, млрд руб.	необходимый объем инвестиций, млрд руб.
Промышленность	11,3	88,9	19,1
Сельское хозяйство	1,6	9,0	3,1
Транспорт	3,6	21,7	3,6
Торговля и общественное питание	38,7	193,9	22,1
Строительство	24,3	170,4	121,7
Услуги	14,9	80,7	31,4
Всего	94,4	564,6	201,0

6. ЭНЕРГОСБЕРЕГАЮЩИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ ЮГА РОССИИ

6.1. Программа энергосбережения

Банк «Центр-инвест» стал первым банком – партнером Международной финансовой корпорации (IFC) по Программе стимулирования инвестиций в энергосберегающие технологии в России. Программа предусматривает предоставление кредитных линий российским банкам для кредитования проектов клиентов, обеспечивающих снижение затрат энергоресурсов и выбросов углекислого газа.

В рамках программы финансирование осуществляется в виде займов, лизинга или факторинга только для новых проектов. Заемщиком или лизингополучателем может быть частное предприятие (доля государства менее 50%). Финансирование проектов в бюджетных организациях и государственном секторе может осуществляться только через займы, предоставляемые частным энергосервисным компаниям (ЭСКО), подрядчикам или производителям оборудования. Финансирование может предоставляться непосредственно потребителям энергии или энергосервисным компаниям (ЭСКО), заключившим контракт с конечным потребителем.

Финансирование выделяется для реализации проектов в следующих секторах:

- Промышленность.
- Сфера услуг (магазины, офисные здания и др.).
- Бюджетные здания (учреждения образования, больницы, государственные административные здания, спортивные сооружения и др.), отвечающие требованиям, предъявляемым к заемщику.

- Жилые здания.

Проекты должны использовать известные апробированные технологии, а проектная документация – включать результаты квалифицированного энергетического обследования, технико-экономическое обоснование и оценку предполагаемой экономии энергии и снижения эмиссии CO₂.

Основным критерием отбора проектов является средняя «стоимость сокращения эмиссии» тонны CO₂, которая должна быть менее 6 дол. на 1 тонну. Под стоимостью понимается общий размер инвестиционного проекта, т. е. и собственные, и заемные средства.

Вторым критерием отбора проектов является применяемая технология. Рассматриваются два основных вида технологий:

1. Энергосберегающие технологии и возобновляемые источники энергии. Существуют определенные общепромышленные (или горизонтальные) технологии, одинаковые для многих промышленных предприятий. Экономия энергии и соответствующих затрат – частую основную результат капиталовложений в подобные технологии. Примерами могут служить частотно-регулируемые приводы, комбинированная выработка тепла и электроэнергии, утилизация теплоты. Список таких технологий в каждой отрасли известен: системы сгорания, паровые системы, электрические системы, системы сжатого воздуха, системы водоснабжения и производственные процессы резки, сушки, транспортировки и т. д. (<http://www.centrinvest.ru/ru/service/020304.html>).

2. Технологии для модернизации производства на основе экономии энергии и снижения эмиссии CO₂.

Инвестиции в модернизацию технологического процесса обычно имеют место в конкретных отраслях промышленности и связаны с модернизацией производства. В этом случае экономия энергии часто является лишь одним из дополнительных результатов внедрения новой технологии. Другими результатами являются сокращение потребления сырья, повышение объемов и качества выпускаемой продукции, но экономия энергии или снижение эмиссии углерода вследствие реализации проекта рассматривается самим предприятием как значимый фактор. Во всем мире существуют признанные технологии с точки зрения значительных выгод в энергоэффективности. Эти технологии используются в различных отраслях: в производстве цемента, стекла, керамики, в пищевой промышленности, металлургии, машиностроении, металлообработке, целлюлозно-бумажной, резинотехнической промышленности, деревообработке, текстильной промышленности, автономной выработке электроэнергии,

химической и нефтехимической промышленности, возобновляемых источниках энергии (<http://www.centrinvest.ru/ru/servicec/020304.html>).

Максимальный размер займа не должен превышать 1 млн долларов США. В рамках проекта предоставляется также консультационная поддержка.

Для реализации данной программы Банк «Центр-инвест» совместно с IFC с сентября 2005 года провел 15 семинаров с руководителями предприятий Юга России, в региональных СМИ представлено более 50 публикаций.

В рамках программы на 1 июля 2006 года предоставлено 8 кредитов на сумму около 4 млн \$, в т. ч.: для приобретения пресса с плазменной резкой (г. Таганрог), шоколадной машины (г. Краснодар), пекарни (г. Новочеркасск), котла, работающего на лузге (г. Кропоткин), оборудования для отопления свиного комплекса (г. Краснодар), типографского оборудования (г. Аксай, г. Тимашевск), оборудования для производства гофротары (с. Чалтырь).

За счет других источников финансирования банк «Центр-инвест» проинвестировал около 1 млрд руб. в проекты, связанные с энергоэффективностью, в т. ч. в коммунальном секторе (замена оборудования 6 котельных в историческом центре г. Таганрога).

6.2. Реформы в коммунальном хозяйстве: опыт банка «Центр-инвест»

При устойчивом росте цен на энергоносители замена энергоемкого оборудования на современное, энергосберегающее, экологически безвредное становится все более актуальной.

Руководители предприятий часто жалуются на рост тарифов, и практически все они заменили оборудование в своих домах и на дачных участках на более энергоэффективное. Внедрение энергоэффективных технологий на своих предприятиях требует преодоления стереотипов, сформированных в годы плановой экономики и дешевых энергоресурсов.

С ОАО ТЭПТС «Теплоэнерго» — крупным, полностью приватизированным теплоснабжающим предприятием в г. Таганроге — банк «Центр-инвест» работает пятый год. За это время удалось навести порядок в производстве, внедрить корпоративное управление, оптимизировать финансовые потоки, перейти на новые рельсы управления персоналом. Сети и котлы, которые есть у предприятия, находятся в относительно благополучном состоянии, и происходит плановая модернизация оборудования. Мэрия г. Таганрога в конце концов при поддержке губернатора В. Ф. Чуба согласовала прием платежей напрямую от населения, а не через МУП ЖЭУ. Предприятие работает эффективно и прибыльно. Более того, одним из направлений работы предприятия стало создание управляющей компании для внедрения энергосберегающих технологий в домах населения.

Уже сегодня тарифы мирового рынка в 3–5 раз выше российских. Россия, без сомнения, стремится и тоже достигнет мирового уровня. Но у развитых стран уже есть энергосберегающие технологии, а мы нашими льготными тарифами отапливаем улицы, кричим о нехватке тепла при открытых подъездах, форточках и окнах со щелями. Защищать бабушку с низкой пенсией надо не льготными тарифами, а энергосберегающими технологиями в коммунальном хозяйстве.

Между прочим, новогодний газовый конфликт позволит Украине быстрее внедрить энергосберегающие технологии. В этом случае через 5 лет нам придется догонять не только Португалию, но и Украину.

7. БАНКОВСКИЕ ТЕХНОЛОГИИ ДЛЯ АПК ЮГА РОССИИ

Несмотря на благоприятные климатические условия, Юг России относится к зоне рискованного земледелия. Из трех лет, как правило, один год выдается неурожайным, зато в течение пяти лет два урожайных года позволяют селянам не только покрыть убытки, но и выполнить обязательства по кредитам и лизингу. Поэтому для кредитования технического обновления сельхозпроизводства необходимы как минимум пятилетние финансовые ресурсы. Такие долгосрочные ресурсы банк «Центр-инвест» имеет возможность привлекать уже на международных рынках, поскольку накопил опыт кредитования замены техники в хозяйствах Юга России. Более того, международные финансовые институты, экспортные агентства и западные банки-партнеры предлагают схемы гарантий по кредитам и лизингу импортной техники.

К сожалению, российские государственные банки не используют потенциал региональных банков-партнеров. По непонятным причинам государство субсидирует процентные ставки по кредитам, но не по лизинговым платежам. Хотя лизинговая деятельность в России не требует специального лицензирования, и российские банки отражают лизинговые операции непосредственно в своих балансах. Субсидирование процентных ставок по лизингу сельхозтехники позволило бы ускорить новую индустриализацию на селе. Износ сельскохозяйственной техники сегодня составляет более 70% , селу нужны новые тракторы и комбайны, но старую технику невозможно оформить в залог по кредиту, а лизинг «забыли» включить в список субсидий по уплате процентов. В Администрации Ростовской области аналогичную проблему удалось решить и распространить субсидирование процентной ставки на лизинг оборудования для малых предприятий.

Начиная новую индустриализацию на селе, необходимо понимать, что селу нужна система машин, а не один трактор или комбайн с любыми «наворотами». Новая техника комплексно меняет технологию сельхозпроизводства, требует переподготовки кадров, новых методов учета и оплаты труда. Опыт банка «Центр-инвест» показывает, насколько важна и информационная, и психологическая поддержка руководителей, которые решились перевести свои хозяйства на индустриальные рельсы. Точно также для банка важны целеустремленность и желание довести до конца переход к новым технологиям на селе. Как правило, требуется три года напряженной работы, чтобы за счет новых технологий и новой техники снизить затраты на 1/3.

Сельское хозяйство Юга России – не только отрасль специализации, но и ориентированный на экспорт сектор экономики. К сожалению, селяне получают лишь малую долю доходов от реализации своей продукции на мировых рынках. Крупные экспортеры не стремятся поддерживать новую индустриализацию села, поскольку им легче скупать хозяйства-банкроты. В этих условиях банк «Центр-инвест», привлекая средства с международных рынков, предлагает клиентам продукты, позволяющие создать более благоприятные условия для продажи произведенной продукции в наиболее благоприятные сроки.

Знание сельскохозяйственного производства, возникающих при этом рисков, анализ мировой конъюнктуры, механизмов международной торговли позволяют грамотно структурировать финансирование развития АПК Юга России.

8. УСЛУГИ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ ЮГА РОССИИ

8.1. Умные вклады

7 декабря 2004 года Банк «Центр-инвест» был включен в систему страхования вкладов. В настоящее время общая сумма вкладов населения превысила 6 млрд руб., число вкладчиков – 120 тысяч человек.

Банк впервые на рынке предложил вклады сроком на 5 лет. Стабильное и устойчивое положение банка позволяет гарантировать клиентам процентную ставку на столь большой срок. Обладая большим количеством вкладчиков, банк несет еще и социальную ответственность: в продуктовом ряду банка есть вклады для детей «Расти большой!», для пенсионеров, для ветеранов (для них есть специальный зал, где они обслуживаются вне очереди), услуги для преподавателей вузов и школ. Ежегодно банк «Центр-инвест» поздравляет ветеранов с Праздником Победы, и, несмотря на неумолимое течение времени, вкладчиков-ветеранов становится больше с каждым годом.

Банком выпущено более 80 000 пластиковых карт, установлено свыше 40 банкоматов и оборудовано 50 пунктов выдачи наличных. Банк «Центр-инвест» обладает широкой эквайринговой сетью – более 100 торгово-сервисных предприятий стали партнёрами банка, совместно с ними банк проводит дисконтные программы, в том числе участвует в международных дисконтных программах. Клиент банка «Центр-инвест» может получать скидки в магазинах и супермаркетах, ресторанах и кафе, кинотеатрах, авиакомпаниях и даже в международных сетях отелей.

В начале 2005 года открыт новый операционный зал по обслуживанию физических лиц. Филиальная сеть банка включает 50 офисов в Ростовской области, Волгоградской области, Краснодарском и Ставропольском краях, работает круглосуточный пункт обслуживания населения.

Более 400 договоров доверительного управления заключил Общий фонд банковского управления «Центр-инвест первый» в 2005 году. В 2006 году начал работу ОФБУ «Центр-инвест второй».

На протяжении 3 лет 50 лучших студентов вузов Ростова являются стипендиатами банка «Центр-инвест».

8.2. Кредиты для роста благосостояния

Бум потребительского кредитования в России уже сегодня вызывает тревогу у специалистов. Даже Банк России озабочен тем, что многие банки, стремясь захватить быстрорастущий рынок, выдают кредиты без должной оценки рисков. Пытаясь воспользоваться неискушенностью российского населения в современных банковских услугах, российские банковские «акулы» предлагают в регионах быстрые кредиты под высокие проценты либо «накручивают» различные дополнительные платежи за обслуживание кредита. Такая тактика направлена на «снятие сливок» на быстрорастущем рынке.

Банк «Центр-инвест» работает на этом рынке уже почти 15 лет и заинтересован в долгосрочном росте благосостояния своих клиентов, проживающих на Юге России.

Отличительной особенностью кредитов банка «Центр-инвест» для населения является то, что банк предлагает не просто кредит, а полноценные комплексные программы для удовлетворения потребностей клиентов. Например, для людей, берущих ипотечный кредит, банк предлагает кредит на ремонт и отделку приобретаемого жилья. Но при этом банк учитывает и другие потребности клиентов: в развитии семьи, повышении уровня образования, укреплении социального статуса. В качестве примеров приведем несколько продуктов банка для кредитования населения.

КАРТ-БЛАНШ. Универсальная пластиковая карта используется по схеме «2 в 1». Такая карта обладает всеми преимуществами международной пластиковой карты, в том числе доступом к сбережениям 24 часа в сутки, при этом на остаток на счете начисляются проценты, как на банковский депозит. Функция «овердрафт» делает доступными большие покупки, даже если для этого у клиента в данный момент на счете нет необходимой суммы. Этот продукт очень

популярен среди самостоятельных, экономически активных молодых людей с рациональным мышлением в области финансовых вопросов.

ЭКСПРЕСС-АВТОКРЕДИТОВАНИЕ. Благополучие семей клиентов банка «Центр-инвест» растет. И многие клиенты думают о том, чтобы приобрести второй автомобиль, например, для жены. Очень занятые люди могут не беспокоиться: кредит оформляется всего один обеденный перерыв, а оплачивать новый автомобиль можно в течение 5 лет. На семейном бюджете покупка почти не отразится: всего 15% стоимости – первый взнос и 1,5% – ежемесячный платеж. Зато теперь и у жены есть свой транспорт, и на нее можно возложить почетную обязанность возвращения мужа из гостей.

МОЙ ИДЕАЛЬНЫЙ ОТПУСК. В банке «Центр-инвест» можно взять кредит на поездку или покупку путевки. При этом клиент получает бонус: пластиковую карту с зачисленным кредитом. Картой клиент может пользоваться и дома, вернувшись из поездки, поскольку он становится участником программы «Карт-бланш». Такая же возможность предоставляется клиенту, если он открывает счет, чтобы зачислить средства, необходимые ему для путешествия: при открытии вклада он получает пластиковую карту в подарок.

В банке «Центр-инвест» есть продукты и программы, разработанные специально для туристов, а также существует ряд дополнительных услуг и сервисов, например, клиент может узнать остаток по пластиковой карте через мобильный телефон, получить SMS-уведомление о финансовых операциях, оплатить услуги операторов мобильной связи, проводить претензионную работу и многое другое.

ПРОГРАММЫ КОРПОРАТИВНОГО КРЕДИТОВАНИЯ банк «Центр-инвест» рассматривает как форму мотивации сотрудников компаний – клиентов банка. Сегодня резко возросла мобильность специалистов, на новом месте человеку надо помочь обзавестись жильем, создать комфортные условия: ведь новый сотрудник приехал на Юг России!

Заключая с компаниями соглашения о кредитовании сотрудников, банк «Центр-инвест» делает упор не на форму собственности, отрасль экономики или на размеры предприятий. Важную роль играет система мотивации сотрудников компании, заинтересованность руководства в расширении компенсационного пакета для сотрудников, поскольку в рамках заключенных соглашений о кредитовании сотрудников организаций кредиты предоставляются по более льготным, по сравнению с рыночными ставками, условиям. Возможность оформить кредит в банке на льготных условиях с минимальным пакетом документов в минимальные сроки, в удобное для сотрудника время – это часть социального пакета для сотрудников компании – клиента банка.

Интерес компаний при выборе данной услуги тоже понятен: сотрудники крупных предприятий вправе рассчитывать на получение займа от работодателя. Для организации есть два принципиальных пути – предоставлять кредиты из собственных средств (тем самым отвлекая оборотные денежные средства) либо заключить соглашение с банком о кредитовании сотрудников. Безусловно, само предприятие должно успешно работать и платить достойную зарплату, поскольку, кроме возможности легко получить кредит, у сотрудников должна быть возможность его погасить, без значительной финансовой нагрузки на семейный бюджет. Поэтому соглашения о корпоративном кредитовании, как правило, подписывают клиенты банка с хорошей кредитной историей, активно работающие с расчетным счетом, открытым в банке.

Даже при корпоративном кредитовании сохраняется индивидуальный подход к клиентам, поскольку все кредитные продукты, предлагаемые в рамках программ потребительского кредитования, имеют высокую степень стандартизации с индивидуальной настройкой для каждого клиента.

8.3. Ипотечные программы

Интерес к ипотечному кредитованию связан с ростом доходов населения, ростом потребности в качественном жилье, внедрением банками прогрессивных продуктов кредитования и повышением информированности населения об ипотеке. Условия получения ипотечных кредитов уже сегодня являются доступными для большей части трудоспособного населения. В большинстве случаев ипотека – это семейный продукт, и она реально посильна для семей с

обоими работающими супругами – обычно заработок одного из супругов уходит на погашение платежей по ипотечным кредитам, а другого – на текущие расходы. Размер платежа по ипотечному кредиту соизмерим, а в некоторых случаях меньше арендной платы за жилье, при этом заемщик оплачивает свое собственное жилье.

Наиболее типичные заемщики сегодня – семьи в возрасте от 30 до 45 лет – достаточно самостоятельные, со сложившимися взглядами на жизнь. Но банк «Центр-инвест» начинает рассказывать об ипотеке уже студентам, с тем, чтобы они заранее формировали необходимые накопления для первоначального взноса. Неотъемлемыми элементами инфраструктуры ипотечного рынка являются СМИ и различные ипотечные центры, агентства недвижимости, оценочные и страховые компании. Благодаря их работе происходит повышение уровня информированности населения о данном продукте, изменяется менталитет российского человека, для которого жизнь в кредит еще несколько лет назад была просто неприемлема. Поэтому банк «Центр-инвест» активно разъясняет смысл и особенности различных ипотечных программ.

Реализация национального проекта «Доступное жилье» должна создать условия не только для развития ипотеки и ее инфраструктуры, но и ускорить ввод нового жилья темпами, которые будут сдерживать рост цен на недвижимость в условиях повышения платежеспособного спроса, возрастающего в том числе и за счет ипотечных программ.

ПРИРОСТ В КВАДРАТНЫХ МЕТРАХ. Программа улучшения жилищных условий «Прирост в квадратных метрах» разработана банком «Центр-инвест» для преодоления стереотипов.

Стереотип 1. «Ипотека – это кредит на готовое жилье». Банк «Центр-инвест» предоставляет кредиты также на достройку домовладений, на участие в долевом строительстве.

Стереотип 2. «Ипотека – это кредит на покупку нового жилья». В банке «Центр-инвест» кредит можно получить на улучшение жилищных условий – для покрытия разницы в цене при смене однокомнатной квартиры на двухкомнатную или при размене одной квартиры на две меньшие по площади.

Стереотип 3. «Оформление ипотечного кредита требует много документов». Для оформления заявки на ипотеку в банке «Центр-инвест» нужен только паспорт. Консультации специалистов – бесплатные.

Программа «Прирост в квадратных метрах» включает кредитование покупки и/или строительства квартир, домовладений, участие в долевом строительстве, завершение строительства индивидуального жилья. Срок кредитования – до 15 лет, кредиты предоставляются как в рублях, так и в иностранной валюте, проценты начисляются на остаток задолженности, кредит погашается равными суммами, после одного года допускается досрочное погашение без штрафных санкций.

«ДОМОСТРОЙ» – вклад для будущих домовладельцев. Банк «Центр-инвест» помогает гражданам накопить необходимые 10% для первого взноса и упростить решение квартирного вопроса тем, кто заботится о будущем и о своих детях уже сейчас. Вклад оформляется на год с последующим автоматическим продлением, проценты начисляются в конце года. Размер и количество дополнительных взносов не ограничены. При досрочном расторжении договора вклада проценты сохраняются в зависимости от срока хранения вклада. Заявку владельца вклада «Домострой» при оформлении кредита на жилье в банке «Центр-инвест» рассмотрят бесплатно.

Родители или родственники могут оформить вклад «Домострой» для ребенка и хранить деньги до момента, когда он вырастет и ему понадобится отдельная квартира.

9. «SOUTH OF RUSSIA +»

9.1. Сила наших планов – в их реальности

Банк «Центр-инвест» имеет большой опыт плановой работы. С первого года своего существования, даже в условиях постоянных изменений российских реформ, банк разрабатывал ежегодные и ежеквартальные бизнес-планы своей работы. В 2002 году Совет директоров утвердил стратегию 5-летнего развития банка на период до 2006 года включительно. Еще до привлечения иностранных акционеров банк выполнил собственную стратегию и принял новую на 2004–2009 годы. Объявленную Президентом России В. В. Путиным задачу удвоения ВВП менеджмент банка воспринял как руководство к действию и в 2005 году удвоил ключевые показатели своего развития за год.

Таблица 9.1. Основные финансовые показатели работы ОАО КБ «Центр-инвест»

млрд руб.

	01.01.03	01.01.04	01.01.05	01.01.06	01.07.06	2009 план
Капитал	0,4	0,7	1,0	2,0	2,1	2,7
Активы	1,6	5,1	8,2	13,0	16,1	23,2
Кредиты	1,0	3,8	6,6	10,4	13,3	19,6
Вклады	0,4	1,6	3,2	5,0	5,9	10,0
Прибыль	0,03	0,1	0,2	0,5	0,3	0,8

Эти результаты произвели очень сильное впечатление на ключевых акционеров банка «Центр-инвест», которые в рамках Российского экономического форума в Лондоне провели встречу и согласовали новую стратегию, направленную на реализацию стратегической миссии банка:

«Предоставление широкого спектра услуг предприятиям и населению Юга России на основе международных стандартов и современных банковских технологий».

Учитывая возрастающий интерес инвесторов к Югу России и опыт банка «Центр-инвест» в реализации требований западных банков и инвестиционных компаний, ключевые акционеры одобрили стратегию развития деятельности банка на Юге России и в межрегиональном сотрудничестве. Эта стратегия получила название «South of Russia +» и включает в себя следующие основные направления.

9.2. Развитие филиальной сети

Банк «Центр-инвест» хорошо знает региональные риски и планирует расширять свою региональную сеть в развивающихся городах и районах Юга России. Кроме того, банк будет способствовать развитию межрегиональных связей Юга России путем создания филиалов в других регионах, чтобы содействовать продвижению бизнеса своих клиентов.

9.3. Развитие продуктового ряда

9.3.1. Малый бизнес

Банк расширит диапазон услуг для малого бизнеса в сферах производства, торговли и услуг, включая франчайзинг, автоперевозки, ремонтно-строительные работы, сельское хозяйство. Банк обеспечит содействие в развитии малого бизнеса на основе:

- легализации работы малых предприятий посредством юридической поддержки, аутсорсинга бухгалтерских услуг и консультаций;
- использования Интернет-технологий для поиска информации и продвижения бизнеса клиентов;
- содействия международному сотрудничеству малых предприятий в рамках программы с земельными банками Германии и Австрии и программ международных агентств.

9.3.2. Продукты для корпоративных клиентов

9.3.2.1. Работа с сетевыми компаниями. Хорошо развитая сеть на Юге России позволяет банку предложить апробированные технологии банковских услуг для сетевых компаний: сбор платежей, централизованное управление филиалами («банк в банке»), факторинг. Эти услуги привлекательны для торговых сетей, автосалонов, телекоммуникационных, строительных компаний, предприятий тепло-, газо- и водоснабжения, предприятий автотранспорта. Банк планирует развивать филиальную сеть в интересах продвижения бизнеса клиентов.

9.3.2.2. Кредитование сельского хозяйства. Банк обладает опытом работы с успешными сельскохозяйственными предприятиями по внедрению новых технологий. Распространение этого опыта, сотрудничество с новыми компаниями, включая иностранных партнеров, позволит увеличить объемы кредитования и повысить эффективность сельхозпроизводства.

9.3.2.3. Реализация проектов энергоэффективности. Банк освоил работу с типовыми проектами внедрения энергоэффективных технологий и готов к их тиражированию для предприятий и организаций Юга России.

9.3.2.4. Развитие бизнеса клиентов. Сопровождая бизнес клиентов, банк финансирует проекты технического перевооружения и обновления продукции, захват клиентами новых сегментов рынка, используя для этого лизинг, проектное и структурное финансирование, включая привлечение долгосрочных финансовых ресурсов международных банков и агентств.

9.3.2.5. Оказание услуг клиентам. Кроме кредитования клиентов, банк предложит им уникальные услуги софинансирования проектов в рамках государственных и международных программ, включая поддержку финансирования инфраструктурной составляющей проектов и частно-государственное партнерство.

9.3.2.6. Операции с ценными бумагами. Существующий опыт ОФБУ «Центр-инвест первый» – одного из лидеров фондов банковского управления акциями – позволяет предложить клиентам реализовывать их и другие ценные бумаги при условии, что российский рынок ценных бумаг развивается быстро и прозрачно.

9.3.3. Кредитование физических лиц

Хорошо развитая филиальная сеть и опыт позволяют увеличить объемы ипотеки, автокредитов и потребительского кредитования населения.

9.4. Развитие услуг

9.4.1. Расчетно-кассовое обслуживание клиентов

До 60% товарооборота местных компаний осуществляется в пределах Юга России. Хорошо развитая сеть на Юге России позволяет банку успешно конкурировать в обслуживании межрегионального товарообмена. Новая IT-система и развитие телекоммуникационных каналов связи ускоряет проведение банковских платежей между филиалами, расширить диапазон Интернет-услуг и услуг системы «Клиент-банк», уменьшить спрос клиентов на оборотный капитал. Прямой маркетинг позволит улучшать существующую технологию и средства обслуживания клиентов в соответствии с международными стандартами. Стандартизация тарифов банка, проведенная в 2005 г., обеспечит высокой уровень привлекательности банка «Центр-инвест» как основного расчетного центра региона.

9.4.2. Прямой маркетинг

Банк «Центр-инвест» расширит содействие своим клиентам в развитии их бизнеса, предложит новые продукты и услуги, консультации о новых направлениях развития бизнеса, новых технологиях, оборудовании и изделиях. Клиентам будут предлагаться адаптированные типовые проекты энергоэффективности, лизинга, торгового финансирования, использования пластиковых карт, кредитования социальных потребностей. Помимо личных контактов с клиентами Банк продолжит практику информативных встреч и семинаров, рекламных кампаний и открытых консультаций. В структуре новой государственной программы инвестиций банк предложит схемы софинансирования проектов, в т. ч. на базе частно-государственных партнерств.

9.4.3. Пластиковые карты

Банк будет развивать услуги, основанные на пластиковых картах, и вести создание собственного процессингового центра.

9.5. Развитие операций

Для уменьшения операционных рисков, связанных с развитием филиальной сети, банк планирует следующие шаги.

9.5.1. Стандартизация продуктов и услуг

В 2006 году банк завершит стандартизацию продуктов и услуг во всех структурных подразделениях, включая: набор продуктов и услуг, технологию продаж, технику работы с клиентами, систему управления рисками. На основе обобщения накопленного опыта будут предложены новые правила документооборота и взаимодействия структурных подразделений. К концу 2006 года система развития продуктов и услуг, технологии продаж и управления рисками будет усовершенствована, что позволит уменьшить затраты по внедрению новых продуктов и услуг, повысит эффективность издержек по управлению рисками.

9.5.2. Внедрение новой информационной системы

Проблема обновления информационных систем стоит сегодня перед всеми российскими банками. Банк «Центр-инвест» начал проработку этой проблемы в 2005 году. На конкурсной основе из 16 претендентов был выбран поставщик информационной системы – немецкая компания SAP AG – один из лидеров на международном рынке программных продуктов для индустриальных технологий. Банк намерен использовать преимущества SAP: модульность, адаптивность, способность к интеграции с другими системами и техническими платформами, готовность для дальнейшего развития, учет в технологических решениях лучшей мировой практики – чтобы усилить свои конкурентные преимущества. Процесс внедрения новой информационной системы осуществляется по утвержденному графику в рамках бюджета, одобренного Советом директоров. Система обеспечит надежную работу банка в течение следующих 8–10 лет, увеличив эффективность всех операций в 3–5 раз.

9.5.3. Управление рисками

Банк «Центр-инвест», благодаря советникам ING Advisory Services, приглашенным EBRD, стал одним из первых российских банков, внедряющим лучший мировой опыт в управлении рисками. Процедуры контроля и управления кредитным, рыночным и операционным рисками изменяются в соответствии с утвержденным графиком. Внедрение полученных рекомендаций позволит снизить риски и поднять эффективность операционной работы в 2-3 раза.

9.5.4. Внутренний контроль

Система внутреннего контроля, разработанная на основе лучшей мировой практики, сегодня полностью доведена до уровня, позволяющего осуществлять контроль по всем подразделениям, функциям и продуктам. Эта работа базируется на перспективных и текущих планах, разрабатываемых в соответствии с утвержденными инструкциями и стандартами.

9.5.5. Кадровый потенциал

Кадровая политика банка, основанная на конкурсном отборе и подготовке кадров, доказала свою эффективность. Развитие филиальной сети требует усовершенствования конкурсного выбора руководителей, их обучения и переквалификации на основе существующей практики ротации по горизонтали. Банк осуществляет постоянную переподготовку сотрудников на международном уровне, систематически приглашая советников и профессионалов в необходимых сферах банковской деятельности.

9.5.6. Техническое обеспечение

Развитие филиальной сети будет осуществляться в соответствии с бизнес-планом каждого нового подразделения и периодом окупаемости, не превышающим 3 года. Особое внимание будет уделено «правовой чистоте» приобретаемых активов для развития филиальной сети.

Возрастающая роль банковских технологий на основе пластиковых карт требует увеличения сети банкоматов.

9.6. Структура капитала

Для реализации стратегии «South of Russia +» банк планирует провести закрытую подписку среди существующих акционеров, использовать капитал второго уровня для развития бизнеса и затем привлечь средства путем выпуска IPO.

В кратком изложении новой стратегии «South of Russia +» не приводятся конкретные цифры плановых заданий, поскольку они являются внутренней информацией банка, но все расчеты сделаны и просчитаны в вариантах на математической модели. Именно эта вариантная проработка позволяет получить дополнительный «плюс» в ходе реализации стратегии.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ. ТРАДИЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РЕГИОНАЛЬНОГО ПЛАНИРОВАНИЯ

1. Возрождение традиций

30 лет назад, работая над дипломной работой по модели межрегионального баланса Северного Кавказа, я впервые познакомился с деятельностью плановых органов и органов статистики краев, областей и национальных республик. В память и в благодарность своим наставникам летом этого года я прочитал лекцию «Традиции и перспективы регионального планирования» для молодых сотрудников Администрации Ростовской области.

А через несколько дней на заседании Госсовета Российской Федерации руководители регионов остро поставили вопрос о возрождении регионального планирования. Во многих СМИ эта постановка преподносилась как возрождение Госплана и облпланов. Если избавиться от идеологических стереотипов, то в любой экономике – командной, рыночной – необходимо сознательно поддерживать пропорциональность. Различия лишь в теориях, которые описывают эти пропорции, методах разработки планов и организации плановой работы.

Ликвидируя командную экономику, мы со свойственной россиянам удалю выплеснули и ребенка – планирование как сознательную деятельность по поддержанию пропорций. Образовавшуюся пустоту заполнил новый идол монетаристских концепций. Причем стало модным молиться только одному способу борьбы с инфляцией – сокращать денежную массу, не забывая о пропорциональном увеличении товарной массы.

Капиталисты оказались более толерантными. Первый вопрос, который задали консультанты IFC в ходе обследования банка «Центр-инвест», очень удивил персонал: «А у вас есть пятилетний бизнес-план?» Еще больше были удивлены иностранцы, когда им показали стратегию банка, разработанную на 5 лет, годовые и квартальные бизнес-планы, планы маркетинга, переподготовки кадров и даже планы проведения внутренних проверок. Как говорил классик: «Нельзя работать, не имея плана, рассчитанного на долгий срок, на серьезный успех».

2. Территориальные пропорции

Любое производство имеет территориальную привязку. Соответственно хоть в составе государственного плана, хоть в рамках анализа рыночной конъюнктуры требуется поддержание пропорции между масштабами развития:

- 1) разных отраслей (отраслевое планирование);
- 2) отдельной отрасли по разным территориям (размещение производительных сил);
- 3) разных отраслей на одной территории (комплексные планы развития территорий);
- 4) разных регионов в масштабе страны (территориальное планирование и планирование межрегиональных связей).

Актуальность поддержания каждого типа перечисленных пропорций в современных условиях наглядно иллюстрируется примерами дискуссий, которые ведутся в СМИ по следующим проблемам.

1. Диверсификация российской экономики требует развития не только топливно-энергетического комплекса, но и ответственности поставщиков нефти и газа за развитие других отраслей, в том числе социальной сферы, рекреационного комплекса и АПК. Избавление этих компаний от непрофильных активов должно сопровождаться укреплением рыночных механизмов перетока финансовых ресурсов на развитие этих «непрофилей».

2. Крупные торговые сети активно конкурируют за размещение своих подразделений в различных регионах. РАО «ЕЭС России» определило по регионам размещение своих генерирующих компаний. РАО «Газпром» утвердило свою инвестиционную программу в разрезе регионов. Важно, чтобы у каждой компании, работающей на российском рынке, была четкая программа работы в регионах.

3. Для комплексного развития территорий важно, чтобы балансы спроса и предложения достигались не только в рамках страны, но и в каждом регионе. Например, дисбалансы по энергопотреблению приводят к дефициту электроэнергии на одних и избытку электрических мощностей на других территориях.

Рекреационный потенциал Юга России не используется в должной мере из-за отставания транспортной инфраструктуры.

4. Различия в уровне жизни населения отдельных регионов необходимо сокращать, чтобы не было в России отсталых провинций и «медвежьих углов». Межрегиональная конкуренция должна создавать условия для ускоренного развития таких регионов.

3. Региональный разрез бизнес-планов

В августе 2006 года Ассоциация Европейского Банка (АЕВ) провела в Краснодаре «круглый стол» «Роль иностранного капитала в реализации национальных проектов». Один из инициаторов мероприятия – компания KNAUF – представила информацию о том, как она изменила свои бизнес-планы в связи с запуском приоритетного национального проекта «Доступное и комфортное жилье – гражданам России». Этот опыт очень поучителен для иностранных инвесторов, которые не до конца осознают новые возможности на российском рынке. Только русский менеджмент, помнящий опыт реализации основных направлений и государственных пятилетних планов социально-экономического развития страны, мог увидеть то, что пока не доступно западным аналитикам.

Во-первых, у иностранных компаний есть свои стратегии и бизнес-планы, утвержденные акционерами. Любые изменения в них – долгий бюрократический процесс. Появление на рынке нового игрока требует переоценки показателей баланса, финансовых потоков и прибыли. Эти расчеты тянут за собой пересмотр маркетинговых стратегий, планов управления персоналом и инвестиционного портфеля. Только после всей этой аналитической работы заново утверждается новый бизнес-план и, главное, система бонусов за его реализацию.

На большинстве российских предприятий плановая работа только начинает восстанавливаться. За неимением своей стратегии, своего собственного плана руководители хватаются за национальные проекты, как за соломинку.

Во-вторых, разрабатывая свои стратегии, западные компании, имеющие опыт работы в России, обязательно выделяют региональный разрез. В частности, компания KNAUF учла в своем плане, что на Юге России денежные доходы населения на 30% ниже, чем в среднем по России, и в 3 раза ниже, чем в Москве. С учетом этого инвестиционная программа компании предлагает и другую линейку продуктов, и развитие других мощностей. Но это развитие уже требует инвестиций в смежные производства, в инфраструктуру, в подготовку кадров. Таким образом, у серьезной компании в бизнес-стратегии всегда присутствует региональный разрез. Если это не так, то компания не имеет серьезной стратегии для работы в России.

В 2002 году в Стратегии Европейского Банка Реконструкции и Развития (EBRD) для России был впервые выделен региональный разрез. Оказалось, что на Юге России, где проживало 15% населения и производилось почти 10% валового внутреннего продукта, кредитный портфель EBRD составил всего лишь 0,2% от Российской Федерации. Диспропорции были настолько очевидны, что плановая ротация персонала российского блока EBRD прошла в ускоренном порядке.

С учетом опыта зарубежных коллег следует ввести в практику и российских компаний разработку региональных разрезов своих бизнес-планов и стратегий. Эта информация может быть закрытой, и тогда сами бизнес-планы окажутся под угрозой срыва из-за рисков конкуренции или бюрократических согласований. Эта информация может быть открыта, и тогда она найдет поддержку и участников рынка, и государственных структур.

Обмен экономической информацией позволяет перевести диалог бизнеса власти в более практическое русло. Следующим шагом должно стать сотрудничество в разработке региональных стратегий развития.

4. Комплексные планы территорий

С точки зрения временного горизонта, и отраслевые, и территориальные пропорции должны отражаться как в текущих, так и в перспективных планах, учитывать тактические (при заданных ограничениях) и стратегические (при свободных ограничениях) перспективы.

Да и сами планы, которые составляют государственные органы в центре и на местах, должны позволять осуществлять группировку показателей по отраслям (отраслевой разрез), срокам (временной разрез), национальным проектам (программный разрез) и территориям (территориальный разрез). В последнее время стали использовать еще более гибкую группировку – кластерный разрез. При наличии современной вычислительной техники переход от одной группировки к другой не составляет большого труда и позволяет учесть более тонкие аспекты пропорциональности.

В 1981 г. местные органы власти получили возможность включать в свои планы показатели предприятий союзного и республиканского подчинения. В 2001 году этот прием был использован при разработке Программы развития малого предпринимательства Ростовской области: в программу включили прогнозы кредитования малого бизнеса банками. В результате масштабы финансирования программы малого бизнеса выросли в 100 раз, и малый бизнес стал самой крупной региональной программой, а публикация информации о выполнении прогнозов кредитования малого бизнеса обострила конкуренцию банков за участие в реализации программы областной Администрации.

5. Межрегиональные пропорции

В экономике за «железным занавесом» внешнеторговый оборот не превышал десяти процентов. Внутри страны на межрегиональный обмен направлялось до 40% производимой в регионах продукции. Как в любой открытой экономике, по мере глобализации регионы все сильнее вынуждены втягиваться в межрегиональный обмен и позиционировать себя на рынках других стран.

Психологически это трудная задача для предпринимателей, работающих на местном рынке. Даже в развитых странах государству приходится предпринимать усилия для вывода регионального бизнеса на международную орбиту.

Запомнилась фраза одного из европейских региональных чиновников, выступавшего перед местными предпринимателями. Не ручаюсь за точность перевода, но эмоциональность выступления была почти большевистской: «Если мы (местные власти) не увидим вас в глобальной экономике там, то мы покажем вам кузькину мать здесь». Речь шла о санкциях по отношению к тем, кто не будет разрабатывать планы позиционирования своего бизнеса на внешних рынках.

Можно посочувствовать европейским предпринимателям. В современной России используются более гуманные стимулы вывода наших предприятий на зарубежные рынки. Хочется пожелать, чтобы эти стимулы дали свой позитивный результат. Хотя административные рычаги дают эффект быстрее, но на более короткий срок.

6. План-контракт

Формулировка «план – закон» знакома всем, но мало кто с ней согласен. Хотя в любой серьезной компании сегодня предусмотрены не только бонусы, но и штрафы. Сложнее обстоит дело с макроэкономическими прогнозами и региональными программами. Редкий чиновник доживает до середины срока реализации разработанных им прогнозов. Например, за неисполнение прогноза по инфляции ни одно правительство не было отправлено в отставку, так же как не отправляют в отставку за ошибки в прогнозе погоды.

В советской экономике план был законом потому, что он ритуально оформлялся как государственный документ. При этом ни одна пятилетка не была выполнена по всем утвержденным показателям.

Более того, в процессе составления планов шла игра, когда исполнители постоянно занижали свои возможности, зная, что им придется брать повышенные социалистические обязательства, и завышали свои потребности, которые им всегда урезали. Эта итеративная процедура «согласования» планов мало отличается от современного согласования контрактов.

Не важно, кто является инициатором контракта – государство или бизнес, региональные или федеральные власти – важно, чтобы условия контракта содержали ответственность сторон за соблюдение согласованных пропорций.

На Юге России нашли очень удачный перевод новорусского клише «за базар ответишь» на английский язык – «market responsibility» («рыночная ответственность»). Если плановые документы федерального, регионального уровня, предприятий и компаний будут рассматриваться как информационный товар, то рано или поздно рынок оценит эту информацию. Выразиться это будет в росте доверия представителей бизнеса тем государственным структурам, которые более успешно реализуют собственные планы в отраслевом, временном и территориальном разрезах.

7. Непрерывность планирования

Раскрывая инвестиционную привлекательность Юга России в этой книге, автор старался показать на основе анализа статистических данных сильные и слабые стороны, возможности и риски, ожидающие инвестора на Юге России. Обновленные статистические данные, вышедшие в 2006 году, практически не изменили общую картину и сделанные автором выводы.

Можно и дальше советовать, как делать инвестиции, рассказывать об инвестиционной привлекательности Юга России, но лучше рекомендовать читателю самому испытать чувство глубокого удовлетворения от реализации своих инвестиционных планов, от тех изменений, которые они внесут в жизнь Юга России.

Совместная реализация на Юге России планов и стратегий новой волны инвесторов должна привести к новым пропорциям в развитии региона. Будущий анализ тенденций и взаимосвязей в новых условиях даст импульс для нового цикла инвестиций.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Высоков В. В., Черныш Е. А.* Межотраслевой баланс как важный инструмент совершенствования системы народно-хозяйственного планирования // Известия СКНЦ ВШ. Общественные науки, 1980, № 2. – С. 32–37.
2. *Высоков В. В.* Состав и структура агропромышленного комплекса Северного Кавказа // Актуальные проблемы развития агропромышленного комплекса. – Ставрополь, СНИИСХ.
3. *Высоков В. В.* Анализ данных в прогнозировании развития региона // 5-я Сибирская конференция по надежности прогнозов. – Новосибирск, 1990.
4. *Высоков В. В.* Вопросы формирования перечня задач территориального планирования в условиях радикальной реформы управления экономикой // Вопросы создания АСПР. – Вып. 95. – М.: ГВЦ Госплана СССР, 1990. – 18 с.
5. *Высоков В. В.* Инновационно-обучающая игра «Программа перехода к рынку». – Ростов н/Д: ЦЭС, 1990. – 108 с.
6. *Высоков В. В.* Межотраслевые модели в системе косвенного экономического регулирования. // Вопросы создания АСПР. – Вып. 99. – М.: ГВЦ Госплана СССР, 1990. – 23 с.
7. *Высоков В. В.* Не допускать диктата местной власти // Экономика и жизнь, 1990, № 32.
8. *Высоков В. В.* Новые задачи плановых органов на региональном уровне в условиях становления социального рынка. Рынок: политические и экономические факторы становления. – Ростов н/Д: ВПШ, 1990.
9. *Высоков В. В.* Регулируемый рынок и местное самоуправление // Радикальные экономические реформы: проблемы и решения. – Ростов н/Д: СКНЦ ВШ, 1991.
10. *Высоков В. В.* Потенциал реформ Донского края. – Ростов н/Д: ЦЭС, 1993. – 121 с.
11. *Высоков В. В.* Приватизация в России: путь к богатству?.. к банкротству?.. – Ростов н/Д: ЦЭС, 1995. – 95 с.
12. *Высоков В. В., Золотарев В. С., Черенков А. Я.* Инвестиционная деятельность на приватизированном предприятии. – Ростов н/Д, 1995. – 106 с.
13. *Высоков В. В., Косов В. В.* Региональная инвестиционная политика. Инвестиции в России. 1995, № 11–12.
14. *Высоков В. В., Высокова Т. Н., Костюченко В. Ф., Нагаев А. Н., Тодорова О. И.* НЕ-ПЛА-ТЕ-ЖИ: управление предприятием в условиях неплатежей. – Ростов н/Д: РГЭА, 1996. – 120 с.
15. *Высоков В. В., Самойлова М. А.* Жизнь на вольном Дону: социально-экономическое обозрение. – Ростов н/Д: РГЭА, 1996. – 34 с.
16. *Vysokov V.* Investing in the areas of Russia (the Rostov region) // Report/ World Economic Forum, 1997. – Annual Meeting Davos, 30 January – 4 February.
17. *Высоков В. В.* Пятилетка донских реформ: научно-практическое пособ. – Ростов н/Д: РГЭА, 1997. – 88 с.
18. *Региональная инвестиционная политика: Investing Promotion:* научно-практическое пособ. – Ростов н/Д: РГЭА, 1997. – 96 с.
19. *Высоков В. В.* Малый бизнес: made in Russia: научно-практическое пособ. – Ростов н/Д: РГЭА, 1999. – 120 с.
20. *Высоков В. В.* Иностраный банк в регионе // Вопросы экономики, 1999, № 7.
21. *Vysokov V.* Center-invest: Banking in Russia using International Accounting Standards // Euromoney, September 2000.
22. *Высоков В. В.* РИНХ: истоки реформ: методическое пособие. – Ростов н/Д: РГЭУ (РИНХ), 2001. – 36 с.
23. *Vysokov V.* The Russian South II: Economic Reforms in South Russia: 'Quiet Flows the Don' // Doing business with Russia, Kogan Page. – London, 2001.
24. *Малый бизнес Юга России: инвестиционный потенциал.* – Ростов н/Д: ОАО КБ «Центр-инвест», 2002 г.
25. *Высоков В. В.* Миллиард долларов донских инвестиций: научно-практическое пособие. – Ростов н/Д: РГЭУ «РИНХ», 2003.
26. *Vysokov V.* Center-invest Bank: An umbrella for SMEs in the South of Russia // Euromoney, September 2004.
27. *Стратегия развития современного коммерческого банка: сборник научных статей.* – Ростов н/Д: РГЭУ «РИНХ», 2006.
28. *Россия в цифрах. 2005: крат. стат. сб.* – М.: Росстат, 2005.
29. *Российский статистический ежегодник. 2005: стат. сб.* – М.: Росстат, 2006.
30. *Регионы России. Основные характеристики субъектов Российской Федерации. 2005: стат. сб.* – М.: Росстат, 2006.

СОДЕРЖАНИЕ

Часть 1. Потенциал Юга России	3
Эпиграф	3
1. Введение. Уроки совнархоза	3
1.1. Тайна гибели совнархозов	3
1.2. Национальные особенности конкуренции	4
1.3. Региональный комплекс Юга России	4
1.4. Юг России в глобальной экономике	5
1.5. Социальные проблемы инвестиций	5
1.6. Фактор времени	5
1.7. Оргвыводы	6
2. Жемчужина России	7
2.1. Климат	7
2.2. Территория и население	8
2.3. Национальный состав и миграция	10
2.4. Занятость населения	11
3. Загадка Юга России	13
3.1. Эффективность региональной экономики	13
3.2. Отраслевая структура экономики	14
3.3. Уровень жизни населения	15
3.4. Оправа для жемчужины	16
4. Рынок потребителей	17
4.1. Денежные доходы, расходы и товарооборот	17
4.2. Рынок платных услуг	18
4.3. Обеспеченность жильем и автотранспортом	19
4.4. Сбережения и накопления населения	20
4.5. Борьба с бедностью	23
4.6. Рынок образовательных услуг	25
5. Рынок производителей. Промышленность	26
5.1. Индустриализация национальных республик	26
5.2. Диверсификация индустрии	27
6. Рынок производителей. Сельское хозяйство	29
6.1. Конкурентные преимущества	29
6.2. Хозяева земли	30
6.3. Индустриализация АПК Юга России	33
7. Рынок инфраструктуры	34
7.1. Строительство	34
7.2. Транспорт и связь	36
7.3. Внешняя торговля	38
7.4. Малый бизнес Юга России	40
8. Рынок инвестиций	41
8.1. Основные фонды	41
8.2. Инвестиции в основной капитал	42
9. Рынок долгов. Финансовые показатели работы предприятий	44
9.1. Прибыль и убытки	44
9.2. Задолженность предприятий	46

10. Рынок страховых и банковских услуг	47
11. Эффективность потенциала Юга России	50
12. Развитие потенциала Юга России	52
12.1. Радикальность реформ	52
12.2. Социальная защита	52
12.3. Планы, программы и стратегии	53
12.4. Продвижение Юга России	54
12.5. Финансовое обеспечение планов и программ	55
12.6. Кредиторы	56
12.7. Организационные решения	56
12.8. Цены и ценообразование	57
12.9. Взаимосвязь мероприятий Юга России	58
Часть 2. Привлечение инвестиций в экономику Юга России: опыт банка «Центр-инвест»	59
1. Center-invest is the best	59
1.1. Лаборатория реформ на Юге России	59
1.2. Работа с международными финансовыми институтами (МФИ)	60
1.3. Удвоение 2005: СДЕЛАНО!	61
2. Привлечение инвестиционных ресурсов	63
2.1. Риски в работе с МФИ	63
2.2. Участие в капитале	63
2.3. Мезонинное финансирование	64
2.4. Долгосрочное кредитование	64
2.5. Гарантии	64
2.5.1. Гарантии по ссудам заемщикам	65
2.5.2. Гарантии банковских займов	65
2.5.3. Гарантии по внешнеторговым контрактам	65
2.5.4. Гарантии экспортных агентств	65
2.5.5. Гарантии коммерческих банков	65
3. Техническое содействие	66
3.1. Переход на МСФО	66
3.2. Программа кредитования малого бизнеса	66
3.3. Технологии продаж	66
3.4. Корпоративное управление	66
3.5. Торговое финансирование	67
3.6. Построение бизнеса по международным стандартам	67
3.7. Работа в американском банке	67
4. Опыт МФИ для финансирования национальных проектов	68
5. Малый бизнес: стереотипы и новая идеология	69
5.1. Смена парадигмы	69
5.2. Бизнес-поддержка малого бизнеса	70
5.3. Потенциал развития малого предпринимательства Юга России	70
6. Энергосберегающие технологии для Юга России	72
6.1. Программа энергосбережения	72
6.2. Реформы в коммунальном хозяйстве: опыт банка «Центр-инвест»	73

7. Банковские технологии для АПК Юга России	74
<hr/>	
8. Услуги для населения Юга России	75
8.1. Умные вклады	75
8.2. Кредиты для роста благосостояния	75
8.3. Ипотечные программы	76
<hr/>	
9. «South of Russia +»	78
9.1. Сила наших планов – в их реальности	78
9.2. Развитие филиальной сети	78
9.3. Развитие продуктового ряда	78
9.3.1. Малый бизнес	78
9.3.2. Продукты и услуги для корпоративных клиентов	79
9.3.3. Кредитование физических лиц	79
9.4. Развитие услуг	79
9.4.1. Расчетно-кассовое обслуживание клиентов	79
9.4.2. Прямой маркетинг	79
9.4.3. Пластиковые карты	80
9.5. Развитие операций	80
9.5.1. Стандартизация продуктов и услуг	80
9.5.2. Внедрение новой информационной системы	80
9.5.3. Управление рисками	80
9.5.4. Внутренний контроль	80
9.5.5. Кадры	80
9.5.6. Техническое обеспечение	81
9.6. Структура капитала	81
<hr/>	
Заключение. Традиции и перспективы регионального планирования	82
1. Возрождение традиций	82
2. Территориальные пропорции	82
3. Региональный разрез бизнес-плана	83
4. Комплексные планы территорий	84
5. Межрегиональные пропорции	84
6. План-контракт	84
7. Непрерывность планирования	85
<hr/>	
Список литературы	86
<hr/>	

Инвестиционная привлекательность Юга России

Научно-практическое пособие

Высоков Василий Васильевич

Директор РИЦ РГЭУ «РИНХ» Короченцева Ж. Ю.
Корректор, редактор Барыбин Е. В.

Изд. № 227/257. Подписано к печати 15.08.06
Объем усл. печ. л. 10. Бумага мелованная.
Печать офсетная. Формат 60х90 (1/8)
Тираж 5000 экз. Заказ №252. «С» 227.

344002, г. Ростов-на-Дону, ул. Б. Садовая, 69
Редакционно-издательский центр РГЭУ «РИНХ»
Тел.: (863) 2370-258

Отпечатано: ИП Ютишев А. С., св-во о внесении
в ЕГРИП серия 61 № 002659440 от 22 ноября 2004 г.
344082, г. Ростов-на-Дону, ул. М. Горького, 3
Тел.: (863) 244-44-42



БАНК ЦЕНТР-ИНВЕСТ



Банк «Центр-инвест» – спонсор выставки «Сокровища донских степей» в Ростовском областном музее краеведения. В оформлении использованы античные монеты и золотые украшения скифских царей.

- Действующие филиалы на 1 августа 2006 г.
- Филиалы, планируемые к открытию до 2009 г.



Филиальная сеть

РОСТОВ-НА-ДОНУ
ПР. СОКОЛОВА, 62 | ТЕЛ.: (863) 267-68-65

пр. Буденновский, 97 «Ц»	(863)	232-08-43
ул. Малиновского, 14	(863)	297-16-04
пр. Королева, 7/19	(863)	235-95-55
ул. Целиноградская, 3	(863)	244-26-57
ул. Сержантова, 6	(863)	250-19-58
ул. Доватора, 150	(863)	237-72-87
ул. 339-й Стрелковой дивизии, 31	(863)	255-87-12
пр. Коммунистический, 27	(863)	223-02-34
ул. 18-я линия, 2/9	(863)	263-63-36

Азов	ул. Толстого, 57/ ул. Ленинградская, 66	(86342)	4-12-27
Аксай	пр. Буденного, 138	(863)	269-26-25
Батайск	ул. М. Горького, 84	(86354)	5-03-66
Б. Мартыновка	ул. Ленина, 60	(86395)	2-12-64
Веселый	пр. Комсомольский, 47	(86356)	6-50-40
Волгоград	ул. Рабоче-Крестьянская, 22	(8442)	90-10-90
Вешенская	ул. Пансионатовская, 7	(86311)	2-41-73
Волгодонск	ул. Горького, 143	(86392)	7-81-91
«Новый город»	ул. Гагарина, 9	(86392)	5-64-70
Волжский	ул. Ленина, 73	(8443)	41-36-50
Егорлыкская	пр. Грицика, 130	(86370)	7-31-77
Зерноград	ул. Краснопольского, 14	(86359)	3-53-09
Кагальницкая	ул. Калинина, 78	(86345)	9-69-03
К.-Шахтинский	ул. Гагарина, 44а	(86365)	7-53-22
Константиновск	ул. Ленина, 46	(86393)	2-21-14
Краснодар	ул. Орджоникидзе, 13	(861)	267-13-60
«Юбилейный»	пр. Чекистов, 38	(861)	273-65-40
Красный Сулин	ул. Победы, 13/ул. Ленина, 9	(86367)	5-23-72
Кропоткин	пер. Коммунальный, 3	(86138)	6-82-78
Миллерово	ул. К. Маркса, 5	(86315)	3-04-50
Морозовск	ул. Пламя Революции, 198	(86314)	4-11-10
Новочеркасск	пр. Спуск Ермака, 44	(86352)	2-34-87
«Черемушки»	ул. Буденновская, 95	(86352)	2-00-63
Обливская	ул. Ленина, 59	(86396)	2-13-02
Орловский	ул. Пролетарская, 34	(86375)	3-24-83
Песчанокопское	ул. Пионерская, 1	(86373)	2-04-95
Покровское	ул. Ленина, 185	(86347)	2-11-63
Пролетарск	ул. Ленина, 120 а	(86374)	9-63-03
Сальск	ул. Свободы, 13	(86372)	3-14-35
«Новый»	ул. Свободы, 302-е	(86372)	5-81-21
Семикаракорск	ул. Ленина, 115	(863)	244-04-65
Сочи	ул. Роз, 37, ул. Гагарина, 9		
Таганрог	ул. Греческая, 95	(8634)	38-36-64
Тимашевск	ул. Пролетарская, 155	(86130)	4-44-47
Цимлянск	ул. Гришина, 22	(86392)	6-04-95
Чалтырь	7-я линия, 18 а	(86249)	2-14-56
Шахты	ул. Ленина, 99	(86362)	2-71-62



ОБ АВТОРЕ

ВЫСОКОВ ВАСИЛИЙ ВАСИЛЬЕВИЧ

доктор экономических наук, профессор, Председатель Совета директоров ОАО КБ «Центр-инвест» (г. Ростов-на-Дону)

Образование и научная деятельность

В 1976 г. окончил Ростовский-на-Дону институт народного хозяйства (РИНХ), в 1982 г. – Новосибирский государственный университет. С 1976 по 1991 гг. – ассистент, старший преподаватель, доцент кафедры «Планирование народного хозяйства» РИНХ. В 1995 г. защитил диссертацию в ЦЭМИ РАН на соискание учёной степени доктора экономических наук.

Бизнес-опыт

В 1991 г. – директор Центра экономического содействия переходу к рынку при администрации Ростовской области.

В 1997–1998 гг. – Генеральный директор Федерального фонда поддержки малого предпринимательства.

1992–2002 гг. – заместитель Председателя Совета директоров ОАО КБ «Центр-инвест». С 2002 г. – Председатель Совета директоров ОАО КБ «Центр-инвест».

Вице-президент Торгово-промышленной палаты Ростовской области. Член Совета по вопросам банковской деятельности при Губернаторе Ростовской области, член Совета по инвестициям при Губернаторе Краснодарского края, входит в состав Совета по малому предпринимательству Ростовской области, член Европейской экономической ассоциации.

Неоднократный участник Всемирного Экономического Форума в Давосе, годовых собраний Мирового Банка, Европейского Банка Реконструкции и Развития, других международных экономических форумов.

Награды

Победитель в номинации «Финансовые услуги» конкурса «Предприниматель года-2003», впервые организованного в России компанией «Эрнст энд Янг» (Ernst&Young).

По результатам рейтинга «Лидер года», проводимого еженедельником «Город N», занял 1-е место в номинации «Успешный предприниматель-2004».

Публикации

Автор более 200 работ по проблемам экономики переходного периода, приватизации и постприватизационного развития, а также малого предпринимательства.