

Ф Е Д Е Р А Л Ь Н Ы Й

БИЗНЕС

журнал

#2 (18) 2020

16+

ТЕМА НОМЕРА

ИНВЕСТИЦИОННАЯ
ПОЛИТИКА РЕГИОНОВ

с. 34

АЛЕКСИС РОДЗЯНКО,
президент Американской
торговой палаты в России:

ИНВЕСТКЛИМАТ ВАЖНЕЕ ЛЮБЫХ ПОЛИТИЧЕСКИХ РЕШЕНИЙ

с. 30

МОБИЛЬНАЯ ИНДУСТРИЯ/
СТРИМЫ/ВИДЕОХОСТИНГИ —
КУДА УТЕКАЮТ ДЕНЬГИ?

с. 4

НОВАЯ НЕФТЬ:
КАК КРЕАТИВНЫЕ ИНДУСТРИИ
ПОДНИМАЮТ ВВП

с. 50

ТУЛЬСКАЯ ОБЛАСТЬ
АГРЕГИРУЕТ НОВЫЕ
ИНДУСТРИИ

с. 56



Цифровые версии журнала
business-magazine.online



ISSN 1819 267X



20002

9 771819 267007

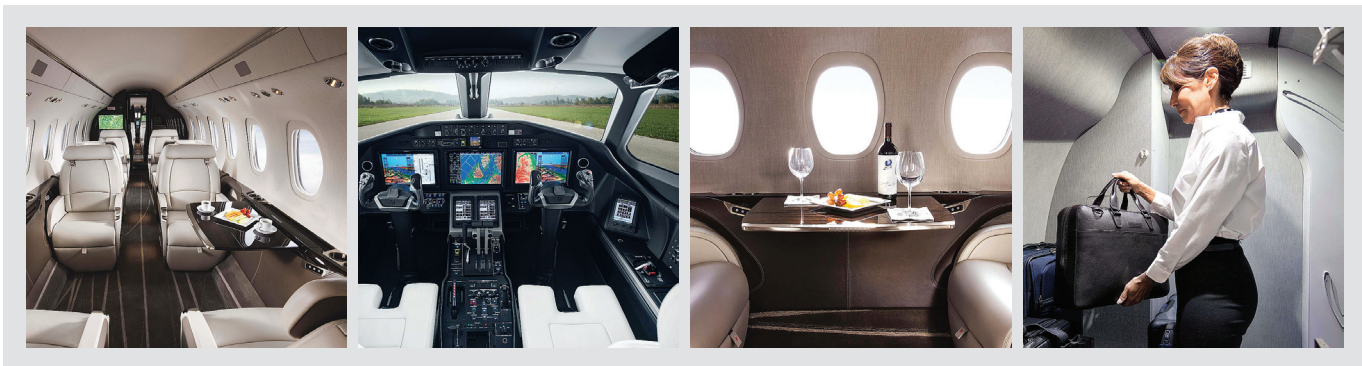
БИЗНЕС НА БОЛЬШОЙ ВЫСОТЕ



«Наши самолеты созданы для тех, кто не привык останавливаться на достигнутом»

CESSNA CITATION LONGITUDE

Дальность **6482 км** / Скорость **882 км/ч** / Пассажиры **12** / Высота салона **1,83 м**



16+

«ИстЮнион» – один из ведущих игроков на рынке российской бизнес-авиации – официальный представитель по продажам реактивных бизнес-джетов Cessna Citation в России и странах СНГ

+7 968 759 45 24 / Денис Клепов
cessna@eastunion.ru
www.eastunion.ru
www.eastunion-fleet.ru



Издается с 2002 года. По итогам 2006–2015 годов удостоивался награды «Тираж — рекорд года» среди деловых изданий

Общий тираж номера — 20 000 экз; в т. ч.
 • отпечатанный тираж — 20 000 экз.
 • цифровой тираж (электронные версии журнала, скачиваемые в течение полугода с даты выхода) — более 5 000 экз.

TNS Аудитория одного номера (по данным TNS Россия за май — октябрь 2015 года):

- по России — 411 200 человек;
- по Москве — 108 300 человек;
- по Санкт-Петербургу — 30 800 человек

№ 2 (18) за 2020 год

Федеральный номер:
 • дата выхода печатной версии — 10.02.2020
 • дата выхода цифровой версии — 11.02.2020

Свидетельство о регистрации
 ПИ № ФС 77-73531 от 31.08.2018.

Выдано Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзором)

Учредитель и издатель:
 ООО «РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВОСТИ»

Адрес учредителя, издателя, редакции:
 Адрес редакции 300041, Тульская обл., г. Тула, пр-т Ленина, д. 57, оф. 311

Генеральный директор
 ООО «РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВОСТИ» —
 Мазов Андрей Сергеевич

Размещение рекламы: /
 reklama@business-magazine.online

Вопросы регионального развития: /
 partner@business-magazine.online

Главный редактор: Анна Миханчик

Специалисты по рекламе и PR:
 Марина Шумская, Кристина Нижегородцева,
 Полина Соколова

Корректор: Ольга Макеева

Менеджер по развитию: Юлия Тимошина

Верстка: Сергей Ларшин

Отпечатано в ООО «Борус-Принт»,
 Адрес: 300041, г. Тула, ул. Сойфера, д. 6,
 тел.: (4872) 30-74-48.

Подписной индекс: 82414

ISSN: 1819-267X

© ООО «РЕГИОНАЛЬНЫЕ НОВОСТИ» /
 Использование материалов
 возможно только с письменного согласия издателя

info@b-mag.ru

Для лиц старше 16 лет

Цена свободная

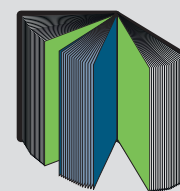
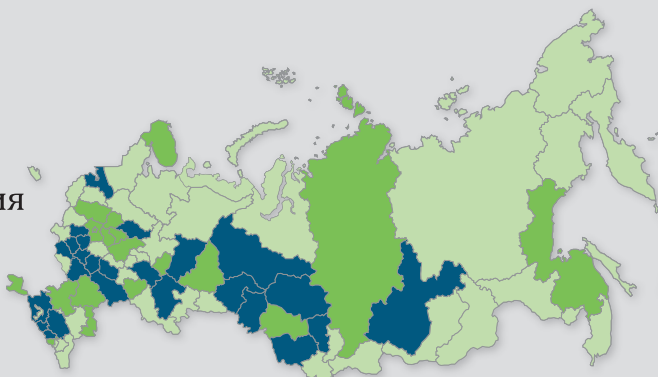
Региональные версии «Бизнес-журнала»

Учредитель: АО «Бизнес-журнал»

Регион	Наименование издания	Свидетельство о регистрации	Главный редактор	Издатель	Адрес редакции
■ Черноземье	Бизнес-журнал. Черноземье*	ПИ № ФС 77 — 61183 от 30.03.2015	Андрей Филоненко	ООО «Бизнес-Пресс»	Воронеж, Московский пр., 26
■ Республика Башкортостан	Бизнес-журнал Республики Башкортостан	ПИ № ТУ 02 — 01273 от 05.09.2014	Игорь Симахин	ООО «Мидвэй»	Уфа, пр. Октября, 7/1
■ Республика Татарстан	Бизнес-журнал. Республика Татарстан	ПИ № ТУ 16 — 01348 от 13.03.2015	Виктория Михайлова	ООО «Коммерсант люкс»	Казань, ул. Салиманова, 2В
■ Калужская область	Калужский бизнес-журнал	ПИ № ТУ 40 — 00270 от 19.08.2014	Аленсей Урусов	ООО «Аг-во КП -Калуга»	Калуга, ул. Комарова, 36
■ Костромская область	Костромской бизнес-журнал	ПИ № ТУ 44 — 00256 от 02.10.2014	Марина Ефимова	ООО «Ностра Бизнес Медиа»	Нострома, ул. Ленина, 5а
■ Кемеровская область	Бизнес-журнал. Кузбасс	ПИ № ТУ 42 — 00862 от 28.09.2016	Кристина Фролова	ООО «ТОЧКА РОСТА»	Немерово, пр. Притомский, 35/2, офис 2
■ Краснодарский край	Бизнес-журнал. Краснодар	ПИ № ТУ 23 — 01608 от 28.09.2016	Евгения Глузденко	ООО «Агентство рекламных решений Полосатый слон»	Краснодар, п. Российский, ул. им. Атамана Бабыча, д. 7, нв. 22
■ Омская область	Бизнес-журнал. Омск	ПИ № ТУ 55 — 00471 от 16.09.2014	Владимир Голубев	ООО «Регион-Пресс»	Омск, ул. Красногвардейская, 49
■ Пензенская область	Пензенский бизнес-журнал	ПИ № ТУ 58 — 00227 от 25.08.2014	Ирина Шанина	ООО «Единая информационная система»	Пенза, ул. Калинина, 135
■ Томская область	Томский бизнес-журнал	ПИ № ТУ 70 — 00347 от 09.09.2014	Дмитрий Шиптенно	ООО «ИД БЖ Томск»	Томск, ул. Смирнова, 9-1
■ Тульская область	Тульский бизнес-журнал	ПИ № ТУ 71 — 00365 от 04.09.2014	Михаил Ганин	ООО «Тульский Бизнес журнал»	Тула, пр. Ленина, 57
■ Тюменская область	Тюменский бизнес-журнал	ПИ № ТУ 72 — 01150 от 17.09.2014	Дарья Петренко	ООО «Тюменский Бизнес-журнал»	Тюмень, ул. Республики, 83
■ Ханты-Мансийский АО — Югра	Югорский бизнес-журнал	ПИ № ТУ 72 — 01149 от 17.09.2014	Наталья Иванова	ООО «Чемпион»	Сургут, ул. Ниртбая, 20

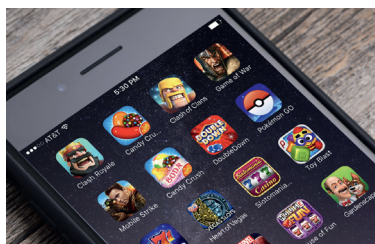
* — Воронежская, Белгородская, Курская, Липецкая и Тамбовская области.

Региональный охват и схема распространения «Бизнес-журнала»



Региональные версии «Бизнес-журнала» помимо федеральных страниц имеют региональную вкладку, которая размещается в конце издания. На вкладке публикуются выходные данные регионального журнала. За содержание региональных версий федеральная редакция ответственности не несет.

Содержание 2'2020



4 ОБЯЗАН БЫТЬ MOBILE

Россияне проводят в мобильных приложениях в среднем 2,5 часа в день и предпочитают WhatsApp. По числу загруженных игр в России лидирует Color Bump 3D, по количеству потраченных средств — Game of Sultans. Компания App Annie (платформа предлагает статистику мобильных приложений и инструменты аналитики) опубликовала итоговый отчет о развитии мобильного рынка в 2019 году в России и мире. Какие еще интересные выводы и наблюдения сделали аналитики, и рулят ли миром социальные сети? Начнем с анализа мобильной индустрии.

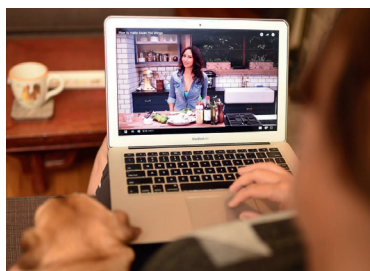
8 МАРКЕТИНГ БУДУЩЕГО

Или новая рекламная реальность — мы уже в ней или еще в пути? Сегодня маркетинг — это большие данные, нативная реклама и умный контент. Пора пересматривать свои

бизнес-модели и снова и снова переосмысливать свой бренд? Отвечает Барбара Штёттингер, профессор, преподаватель Факультета управления международным маркетингом и декан WU Executive Academy (Вена, Австрия)

10 ПЛАТИ И СМОТРИ

По данным TelecomDaily, 30–35% составит рост доходов легальных видеосервисов в Youtube в 2020 г. 58% россиян используют YouTube для просмотра видеоконтента, 25% из них делают это ежедневно. Мировые гиганты, вроде Google и Facebook, применяют все возможные инструменты, наполняя свои проекты и видеоресурсы хайповым контентом. Кто побеждает в борьбе за зрительское внимание и кошелек? Анализируем видеохостинги и стриминговые сервисы вместе с экспертом рынка.



16 INSTAGRAM STYLE

Каким будет Инстаграм в 2020 году? Борьба с ботами и фейковыми аккаунтами! Долой глянец и обман! Что модно, а что безнадежно устарело? Как бизнесу уследить за трендами крупнейшей социальной сети в мире? А стоит ли вообще тратить на это время?

20 СПРОС ОПРЕДЕЛЯЕТ МНОГОЕ, ЕСЛИ НЕ ВСЕ

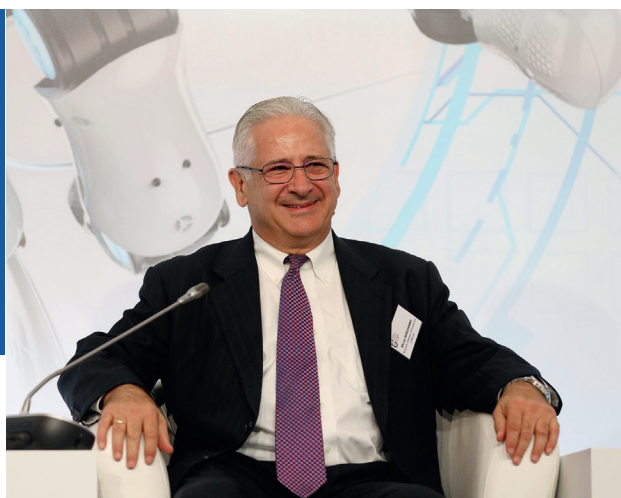
В I–III кварталах 2019 г. большинство субъектов РФ продемонстрировало умеренный рост выпуска в сельском хозяйстве и промышленности. Однако в розничной торговле, сфере платных услуг населению и строительстве сохранилась более сложная ситуация. В 49,4% субъектов РФ было зафиксировано падение объемов платных услуг населению, а в 50,6% субъектов РФ — спад объемов строительных работ. Подводим экономические итоги года и анализируем работу регионов в основных секторах экономики.

26 ФРАНШИЗА С ГАРАНТИЕЙ

Продолжаем знакомить вас с успешными кейсами в нише франшиз. В этом номере

ПЕРСОНА НОМЕРА

АЛЕКСИС РОДЗЯНКО



30 МОСТ, КОТОРЫЙ НЕ СГОРЕЛ

Последние два года Американская торговая палата, которая с середины 1990-х представляет интерес инвесторов из США в России, фиксирует меньший интерес к вопросам санкций и большее желание развивать бизнес в России. О том, как предвыборный год в США скажется на желании американского бизнеса инвестировать в нашей стране, и о том, чего опасаются крупные бизнесмены Америки перед приходом в Россию, редакция ФБЖ спросила Алексиса Родзьянко, Президента Американской торговой палаты в России. Читайте интервью ПЕРСОНЫ НОМЕРА.

рассказываем, как сайт-агрегатор для сравнения услуг в сфере обслуживания мобильных устройств стал лидером в сфере ремонта телефонов. А еще герои этого номера смогли вывести на рынок франшиз абсолютное ноу-хау — франшизу с гарантией, благодаря чему всего за пару лет открыли 314 сервисных центра в 122 городах России.

28 НЕ МАЛЫМ ЕДИНЫМ

Кто в Российской Федерации только не занимался обустройством малого (а заодно и среднего) бизнеса! МиСБ способны прокормить в лучшем случае самих себя, а на общественные нужды у них обычно сил не хватает. При скромном размахе действий непосильны и правила техники безопасности — невзирая даже на то, что пишутся они кровью их нарушителей. Постоянный автор ФБЖ Анатолий Вассерман предлагает посмотреть на развитие МСБ другими глазами.

63 УДИВИТЕЛЬНАЯ СТРАНА ХОРЕКАНИЯ

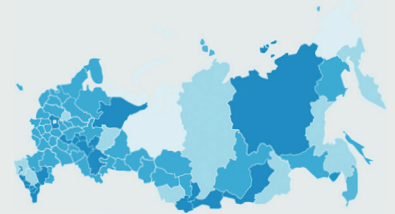
ОБАРзевший гастро-байтер №1, Хозяин, Писатель, Ресторатор и Верховный главнокомандующий барных войск СССР — не поверите, все это об одном человеке, и он сам себя так называет. Заинтригованы? Наверняка не все знают, о ком речь, тогда читаем дальше и извлекаем пользу из тех ошибок в стране «хорекании», на которых он научился, как построить свой успешный ресторан в Лондоне (и нет, это не ЕЧ)...



ТЕМА НОМЕРА: ИНВЕСТИЦИИ

34 РЕГИОНЫ СНОВА В ЗОНЕ РИСКА

Выпуск рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России за 2019 год констатирует завершение двухлетнего периода снижения инвестрисков в стране. Развитие регионов сейчас ограничивается экономическими и социальными факторами, зависящими скорее от общей макроэкономической ситуации, чем от усилий региональных властей. В лучшую сторону положение может измениться лишь через год-два — с началом активной фазы реализации нацпроектов. Чего еще опасаются аналитики рейтингового агентства RAEX?



46 ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КОДЕКС: ПРОМЕДЛЕНИЕ ГУБИТЕЛЬНО

Под занавес 2019 года Государственная дума рассмотрела в первом чтении законопроект о защите инвестиций. Документ вызвал бурю диаметрально противоположных мнений, но многие считают, что закон нужен российской экономике срочно, а точнее, ВЧЕРА. О «горячей» для бизнеса и власти повестке говорим с главой Комитета по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству Государственной Думы ФС РФ Сергеем Жигаревым.



50 НОВАЯ НЕФТЬ

Российской экономике нужны новые подходы и стимулы для развития инвестиционного потенциала регионов. Не случайно в повестке дня Сочинского инвестиционного форума появилась тема «Креативные индустрии». Во многих странах именно они сейчас являются движущей силой экономического развития — темпы роста составляют +15% ежегодно. Кто сегодня развивает креативную экономику России и нужна ли ей легализация? Об этом редакция расспросила яркого представителя креативной индустрии Екатерину Черкес-заде, директора Universal University - первого в России университета креативных индустрий, интервью с ней читайте на 50 стр.



56 ЗА ОТКРЫТЫЙ И ЧЕСТНЫЙ ДИАЛОГ С ИНВЕСТОРАМИ

За последние несколько лет Тульская область сделала качественный скачок в работе с инвесторами. По итогам работы в 2019 году регион в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата (составитель — АСИ) туляки обогнали даже Московскую область. О подходах и концепции инвестполитики Тульской области, о борьбе за знаковые проекты и диверсификации региональной экономики говорим с Вячеславом Федорищевым, первым заместителем губернатора Тульской области.



Обязан быть mobile

Россияне проводят в мобильных приложениях в среднем 2,5 часа в день и предпочитают WhatsApp. По числу загруженных игр в России лидирует Color Bump 3D, по количеству потраченных средств — Game of Sultans. Что касается социальных сетей и стриминговых сервисов, то российские пользователи провели в TikTok 55 млн часов. Таковы основные выводы компании App Annie (платформа предлагает статистику мобильных приложений и инструменты аналитики), которые она опубликовала в итоговом отчете о развитии мобильного рынка в 2019 году в России и мире.

БОЛЕЕ

\$100

МЛРД

по прогнозу составят траты пользователей мобильных игр к концу 2020 года.

47%

ОТ ВСЕХ ЗАГРУЗОК

приходится на казуальные игры, среди которых наиболее популярны аркады и головоломки.

Ежегодный отчет о состоянии мобильного рынка — State of Mobile 2020 — исследование, которое подводит итоги влияния мобильного рынка на все отрасли мировой экономики. В анализе присутствуют основные сегменты мобильной индустрии: мобильные игры, приложения, социальные и стриминговые сервисы.

Сегмент «Мобильные игры»

Среди ключевых результатов — мировое признание того факта, что мобильные игры в 2019 году стали самыми популярными играми на планете. На них приходится 72% трат пользователей среди всех мобильных приложений — \$86 миллиардов, и к 2020 году эта цифра превысит \$100 млрд. В целом в 2019 году на мобильные игры пользователи потратили на 25% больше, чем на все остальные виды игр вместе взятые. Казуальные игры (предназначенные для широкого круга пользователей, с простыми и понятными правилами) скачивают больше всего. 47% от всех загрузок игры приходится на казуальные игры, среди которых наиболее популярны аркады и головоломки. Неказуальные составляют

лишь пятую часть (17%) всех загружаемых игр в мире, однако 54% всего времени пользователи проводят именно в них.

Сегмент «мобильные игры» показал хороший рост доходов. В 2019 стало на 17% больше игр, чем в 2017, в которых пользователи потратили 5 млн долларов. При этом число игр, зарабатывающих больше 100 млн, выросло на 59% по сравнению с результатами двухлетней давности.

Хорошие доходы привлекают в этот сегмент лидеров геймерского рынка. Таким образом, на мобильных платформах все чаще появляются игры от разработчиков, традиционно выпускающих релизы для консолей, приставок и компьютеров: в 2019 можно было скачать мобильные версии Call of Duty: Mobile и Mario Kart Tour.

Сегмент «Мобильные приложения»

Экран телефона — новый телевизор. Пользователи окончательно делают выбор в пользу небольшого экрана телефона, который можно всегда носить с собой, для просмотра видео и развлечений. В 2019 году пользователи со всего мира провели в раз-

2019

Мир. Наибольшее число активных пользователей

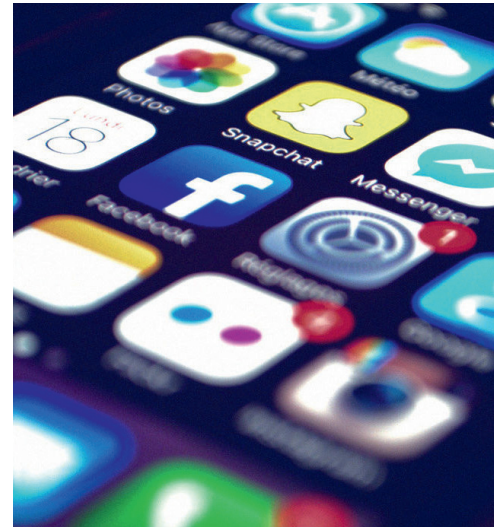
Top Apps

1		WhatsApp Messenger	Facebook
2		Facebook	Facebook
3		Facebook Messenger	Facebook
4		WeChat	Tencent
5		Instagram	Facebook
6		TikTok	ByteDance
7		Alipay	Ant Financial Services Group
8		QQ	Tencent
9		Taobao	Alibaba Group
10		Baidu	Baidu

Top Games

1		PUBG MOBILE	Tencent
2		Candy Crush Saga	Activision Blizzard
3		Honour of Kings	Tencent
4		Anipop	Happy Elements
5		Game For Peace	Tencent
6		Clash of Clans	Supercell
7		Pokémon GO	Niantic
8		Subway Surfers	Kiloo
9		Clash Royale	Supercell
10		Free Fire	Sea

Combined iPhone and Android Phone monthly active users



Мобильный мир: рекорды 2019 года

Пользователи со всего мира в 2019 году загрузили 204 миллиарда приложений — это на 46% больше результатов 2016 года. В топ-5 вошли Китай, Индия, США, Бразилия и Индонезия. Россия стала шестой по числу загружаемых приложений: в 2019 году россияне скачали более \$5 млрд приложений. Это на 35% больше, чем в 2016 году.

Пользователи проводили в мобильных приложениях в среднем по 3 часа 40 минут, что на 35% больше, чем в 2017 году.

Россияне в 2019 тратили на мобильные приложения 2,5 часа, что на 10% больше результатов двухлетней давности. Увеличение расходов — еще один рекорд года: пользователи потратили в приложениях 120 млрд долларов, что более чем в два раза больше результатов 2016 года.

Россияне потратили более \$1 млрд долларов, увеличив за три года свои расходы на 155%. Еще один тренд минувшего года: реклама уходит в мобайл. В 2020 тенденция продолжится, ожидается, что расходы на рекламу достигнут рекордной отметки и возрастут до 240 млрд долларов, что на 26% больше результатов 2019 года.

И еще один важный вывод: мобильные игры в 2019 — самые популярные игры на планете. На игры приходится 72% трат пользователей среди всех мобильных приложений — \$86 миллиардов, и к 2020 году эта цифра превысит \$100 млрд. В целом в 2019 году на мобильные игры пользователи потратили на 25% больше, чем на все остальные виды игр вместе взятые.

2019

Мир. Наибольшее число загрузок

Top Apps

1		Facebook Messenger	Facebook
2		Facebook	Facebook
3		WhatsApp Messenger	Facebook
4		TikTok	ByteDance
5		Instagram	Facebook
6		SHAREit	SHAREit
7		Likee	YY Inc
8		Snapchat	Snap
9		Netflix	Netflix
10		Spotify	Spotify

Top Games

1		Free Fire	Sea
2		PUBG MOBILE	Tencent
3		Subway Surfers	Kiloo
4		Color Bump 3D	Good Job Games
5		Fun Race 3D	Good Job Games
6		My Talking Tom 2	Outfit7
7		Run Race 3D	Good Job Games
8		Homescapes	Playrix
9		Call of Duty: Mobile	Activision Blizzard
10		Stack Ball	Azur Interactive Games

Top App Companies

Google	United States
Facebook	United States
ByteDance	China
Alibaba Group	China
Microsoft	United States
YY Inc	China
Tencent	China
Amazon	United States
InShot Inc	China
Snap	United States

Combined iOS and Google Play

2019

Мир. Потребительские расходы

Top Apps

1		Tinder	InterActiveCorp (IAC)
2		Netflix	Netflix
3		Tencent Video	Tencent
4		iQIYI	Baidu
5		YouTube	Google
6		Pandora Music	SIRIUS XM Radio
7		LINE	LINE
8		LINE Manga	LINE
9		Youku	Alibaba Group
10		Google One	Google

Top Games

1		Fate/Grand Order	Sony
2		Honour of Kings	Tencent
3		Candy Crush Saga	Activision Blizzard
4		Monster Strike	mixi
5		Pokémon GO	Niantic
6		Lineage M	NCSOFT
7		Fantasy Westward Journey	NetEase
8		Clash of Clans	Supercell
9		PUBG MOBILE	Tencent
10		Dragon Ball Z Dokkan Battle	BANDAI NAMCO

Top App Companies

InterActiveCorp (IAC)	United States
Tencent	China
Google	United States
Netflix	United States
Baidu	China
LINE	Japan
SIRIUS XM Radio	United States
Disney	United States
AT&T	United States
Badoo	United Kingdom

Combined iOS and Google Play



СЕГМЕНТ «МОБИЛЬНЫЕ ИГРЫ» ПОКАЗАЛ ХОРОШИЙ РОСТ ДОХОДОВ. В 2019 СТАЛО НА 17% БОЛЬШЕ ИГР, ЧЕМ В 2017, В КОТОРЫХ ПОЛЬЗОВАТЕЛИ ПОТРАТИЛИ 5 МЛН ДОЛЛАРОВ. ПРИ ЭТОМ ЧИСЛО ИГР, ЗАРАБАТЫВАЮЩИХ БОЛЬШЕ 100 МЛН, ВЫРОСЛО НА 59% ПО СРАВНЕНИЮ С РЕЗУЛЬТАТАМИ ДВУХЛЕТНЕЙ ДАВНОСТИ

влекательных приложениях на 50% больше времени, чем два года назад. В России разница составляет 20%. И, конечно, видео — прежде всего. В категории развлечений первое место по потраченному времени занял видеоплеер MX Player, на втором ведущий видеостриминговый сервис Twitch, замыкает тройку российский онлайн-кинотеатр ivi.ru.

Продолжают держать планку социальные сети: 50% времени, потраченного на мобильные приложения, пришлось на социальные сети и мессенджеры. При этом пользователи продолжают скачивать новые приложения для общения: только в 2019 году было загружено 9,5 млрд. По сравнению с показателями 2017 года пользователи в ушедшем году провели в социальных сетях и мессенджерах на 25% больше времени. В России появился еще один заметный лидер — TikTok покоряет российских пользователей. Всего за один год россияне стали проводить в приложении на 860% больше времени, в итоге «набежало» 55 млн часов.

Лидером же по загрузкам в России в 2019 году в категории «Социальные сети и коммуникации» стало приложение, позволяющее блокировать спам, — GetContact. На втором месте приложение оператора связи «Мой Теле2», на третьем — F3, позволяющее общаться анонимно.

ФБЖ



ПОЛ БАРНС

управляющий директор
App Annie в Европе

Бизнесу стоит сделать ставку на мобайл

В отличие от всех стран, которые участвовали в рейтинге, Россия отдала предпочтение приложению, позволяющему блокировать нежелательные звонки и спам-сообщения, что характеризует отношение россиян ко все возрастающему количеству назойливых рекламных звонков. Набирает популярность приложение F3, как и во всем мире, особенно им любят пользоваться представители поколения Z, которое, являясь первым поколением, выросшим с мобильным телефоном, ценит личное пространство и ищет анонимного общения и искренних комментариев. Мобильный мир кардинально изменил нашу жизнь.

В среднем российский пользователь проводит в приложениях 2,5 часа, поэтому современным компаниям крайне важно присутствовать в мобайле, трансформироваться в соответствии с новой действительностью, чтобы максимально эффективно взаимодействовать со своими клиентами. Мобильный игровой сегмент стал самым популярным среди всего многообразия мира игр, опередив компьютеры, консоли и приставки. Почему так? Телефон, появившись в руке практически каждого человека, позволил «донести» игру до массового пользователя, сделал игры более доступными.

Бизнесу особое внимание следует обратить на представителей поколения Z — тех, кто родился в 1997–2012 гг. и кто не представляет свою жизнь без мобильных гаджетов. «Зеды» проводят в неигровых приложениях на 40% больше времени, чем люди старшего возраста. Мы видим, что бизнесы, делающие ставку на мобайл, добиваются больших успехов и, значит, доходов. Три крупнейших IPO 2019 года совершили компании, для которых мобильная составляющая бизнеса — ключевая. В сумме по итогам года оценка компаний, для которых мобайл — основа бизнеса, достигла \$544 миллиардов.

2 0 1 9

Россия. Наибольшее число активных пользователей

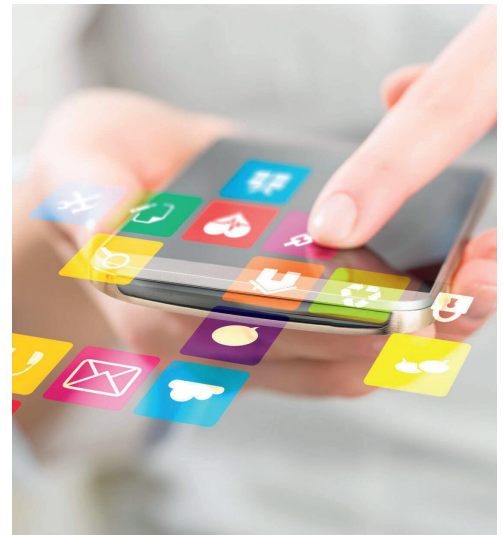
Top Apps

1		WhatsApp Messenger	Facebook
2		Viber	Rakuten
3		VK	Mail.Ru Group
4		Sberbank Online	Sberbank of Russia
5		Instagram	Facebook
6		Yandex.Browser	Yandex
7		Yandex Search	Yandex
8		Telegram	Telegram
9		OK.RU	Mail.Ru Group
10		AliExpress	Alibaba Group

Top Games

1		Minecraft Pocket Edition	Microsoft
2		Homescapes	Playrix
3		Brawl Stars	Supercell
4		Gardenscapes - New Acres	Playrix
5		Subway Surfers	Kiloo
6		PUBG MOBILE	Tencent
7		ROBLOX	Roblox
8		My Talking Tom	Outfit7
9		Durak by RS Technologies	RS Technologies
10		My Talking Tom 2	Outfit7

Combined iPhone and Android Phone monthly active users



2 0 1 9

Россия. Наибольшее число загрузок

Top Apps

1		WhatsApp Messenger	Facebook
2		Sberbank Online	Sberbank of Russia
3		VK	Mail.Ru Group
4		Instagram	Facebook
5		TikTok	ByteDance
6		Telegram	Telegram
7		Avito	Naspers
8		Viber	Rakuten
9		Likee	YY Inc
10		Yandex.Browser	Yandex

Top Games

	Color Bump 3D	Good Job Games
	Homescapes	Playrix
	Words Of Wonders	Fugo
	Brawl Stars	Supercell
	PUBG MOBILE	Tencent
	My Talking Tom 2	Outfit7
	Paper.io 2	Voodoo
	Tomb of the Mask	Playgendary
	Gardenscapes - New Acres	Playrix
	Run Race 3D	Good Job Games

Top App Companies

Yandex	Russia
Google	United States
Mail.Ru Group	Russia
Facebook	United States
Sberbank of Russia	Russia
InShot Inc	China
ABISHKING	Hong Kong
ByteDance	China
Mobile TeleSystems	Russia
Naspers	South Africa

Combined IOS and Google Play

2 0 1 9

Россия. Потребительские расходы

Top Apps

1		VK	Mail.Ru Group
2		BOOM: Music Player	UMA
3		ivi.ru	ivi.ru
4		Yandex Music	Yandex
5		OK.RU	Mail.Ru Group
6		Read!	LitRes
7		Tinder	InterActiveCorp (IAC)
8		THT-PREMIER	GPM RTV
9		Okko Movies	OKKO
10		Badoo	Badoo

Top Games

	Game of Sultans	Mechanist
	Empires & Puzzles	Zynga
	Gardenscapes - New Acres	Playrix
	Homescapes	Playrix
	World of Tanks Blitz	Wargaming.net
	Hero Wars	Nexters
	Vikings: War of Clans	Aristocrat
	PUBG MOBILE	Tencent
	Lords Mobile	IGG
	Brawl Stars	Supercell

Top App Companies

Mail.Ru Group	Russia
LitRes	Russia
UMA	Russia
ivi.ru	Russia
Yandex	Russia
InterActiveCorp (IAC)	United States
Google	United States
GPM RTV	Russia
OKKO	Japan
Badoo	United Kingdom

Combined IOS and Google Play

Прорывы-2019

1 В России существенно выросла доля приложений в категории «Еда» — на 224% в 2019 по сравнению с 2018 годом.

2 WhatsApp — безусловный лидер 2019 года в России. Приложение скачивали чаще всего и больше всего проводили в нем времени. На втором месте по числу скачиваний в России «Сбербанк Онлайн», на третьем — VK.

3 Лидером по количеству скачиваний среди мобильных игр стала Color Bump 3D, на втором месте — Brawl Stars, на третьем — Run Race 3D. При этом больше всего денег пользователи потратили в Game of Sultans.

4 Среди финансовых приложений больше всего скачиваний у платежного сервиса Google Pay, за ним расположились приложения «Налоги ФЛ» и «Тинькофф».

5 Больше всего времени среди шопинг-приложений в 2019 году россияне проводили в Avito, которое опередило Aliexpress и Wildberries.

МАРКЕТИНГ БУДУЩЕГО

Новая рекламная реальность

Онлайн-маркетинг и маркетинг в социальных сетях в чистом виде уходят в прошлое. Сегодня маркетинг — это большие данные, нативная реклама и умный контент. Но что дальше? Регулярно пересматривать свои бизнес-модели и снова и снова переосмысливать свой бренд в рекламном бизнесе стало чем-то обыденным и рутинным. Пожалуй, не существует сферы, которая меняется столь же быстро и кардинально.

Итак, какими профессиональными качествами сегодня должны обладать рекламные специалисты, чтобы занять прочную позицию в этом сложном динамично меняющемся бизнесе? Анализируем пять ключевых тенденций ближайших лет.

Эта рекламная кампания буквально взорвала итальянскую общественность. Она призывает автомобилистов не садиться за руль, если они выпили, а доверить отвезти их кому-то другому — «иначе вас повезем мы». Запущенная похоронным бюро из Рима реклама является нетипичной для этого бизнеса. Но ее создатели определенно достигли своей цели: популярность компании стремительно возросла, а сама реклама быстро разлетелась по социальным сетям. Это доказывает, что даже в эпоху Facebook, искусственного интеллекта и дополненной реальности творческие способности и смекалка остаются неотъемлемыми качествами хорошего рекламного специалиста.

Привлечь внимание любой ценой

Конечно, чтобы заинтересовать свою целевую аудиторию, разработчикам рекламных кампаний совсем необязательно выдвигать нестандартные и противоречивые идеи. И все же сегодня на потребителей и производителей ежедневно обрушиваются такие потоки информации, что выделиться из толпы становится все сложнее. Это заставляет рекламных специалистов задумываться о том, какие перемены ожидают этот бизнес, какие рекламные ходы будут иметь успех в ближайшей перспективе. Так каков же он, маркетинг завтрашнего дня?

Маркетинг и раньше был динамично развивающейся отраслью; все постоянно менялось, поэтому нужно было держать руку на пульсе. Сейчас же в результате перехода на цифровые и другие высокие технологии маркетинг развивается и меняется с еще более головокружительной скоростью.

Именно в этом контексте стоит обозначить пять тезисов относительно будущего рекламного бизнеса, на основе которых можно продемонстрировать, что большие данные, социальные сети и высокотехнологичные аналитические инструменты и наделяют нас новыми возможностями эффективной рекламы, но базовые навыки, такие как понимание своей целевой аудитории и построение долгосрочных отношений с потребителями, по-прежнему остаются незаменимыми в этой сфере.

1 Сильные бренды стремятся к удержанию клиентов

Постоянные клиенты, укрепляющие бренд компании, — вот к чему стремится любой специалист по рекламе. И вполне возможно, что в будущем достичь этой цели будет проще. Некогда односторонняя коммуникация теперь приняла форму диалога, что не только обеспечивает обратную связь, необходимую для создания эффективных рекламных кампаний в дальнейшем, но и повышает лояльность клиентов, которые довольны тем, что их слышат. В перспективе эти клиенты могут стать амбассадорами, то есть посланцами бренда. Тогда они будут выстраивать диалог с потенциальными потребителями и убеждать их выбрать именно ваш бренд. Уверенные в себе компании развивают такую



БАРБАРА ШТЁТТИНГЕР

профессор,
преподаватель
Факультета управления
международным
маркетингом и декан WU
Executive Academy
(Вена, Австрия)



Сегодня на потребителей и производителей ежедневно обрушиваются такие потоки информации, что выделиться из толпы становится всё сложнее. Это заставляет рекламных специалистов задумываться о том, какие перемены ожидают этот бизнес, какие рекламные ходы будут иметь успех в ближайшей перспективе.

форму взаимодействия с аудиторией и активно поддерживают своих послов, которые оказываются в центре коммуникативной активности бренда.

2 Слушать и слышать

В условиях рекламной революции, которая связана с возросшей ролью социальных сетей, потенциальные и действующие клиенты ожидают от производителей, что те будут интересоваться их желаниями и нуждами, вместо того чтобы просто всюду трубить о своем товаре. Если вы стремитесь построить долгосрочные отношения с клиентом, важно не только быть услышанными, но и слышать. В данном случае путь к успеху лежит через диалог. Многие компании пренебрегают этим, но на самом деле непрерывный грамотно выстраиваемый диалог крайне важен.

3 Еще более точные данные и расчеты

Вопросы искусственного интеллекта и больших данных вызывают интерес у специалистов самых разных областей, и рекламный мир не исключение. Так вот им нужно спросить себя: для чего мы собираем информацию, и как мы ее используем? Сбор и анализ данных — это отнюдь не конечная цель, а средство ее достижения. Поэтому забудьте о традиционном маркетинге и развивайте так называемый маркетинг отношений, который учитывает потребности и предпочтения конкретной целевой аудитории. Хотя сбор данных и помогает в построении долгосрочных отношений с клиентами, этого точно недостаточно для успешного маркетинга.

4 Персонализированная, но ненавязчивая реклама

С современными технологиями персонализировать рекламу стало гораздо проще. Однако есть тонкая грань между маркетингом, который основан на практических исследованиях и позволяет разрабатывать кампании с учетом потребностей определенных групп людей, и навязчивым маркетингом, который не только не привлекает, но и раздражает потребителей. Ужесточение требований к защите данных также ведет к тому, что специалисты должны крайне осторожно использовать все преимущества персонализированной рекламы, не отпугивая при этом целевую аудиторию излишней навязчивостью.

5 Полезный контент был и остается большой ценностью

Увлекательные истории, актуальные новости и практическая польза — хороший контент играет огромную роль в эффективном маркетинге, и вряд ли это когда-нибудь изменится. Более того, важность этого фактора будет только усиливаться, учитывая, что удивить и заинтересовать аудиторию становится все труднее, и удаётся это только тем, кто предлагает уникальную и во всех смыслах ценную информацию. Сегодня как никогда важно создавать действительно качественный контент. Только тогда ваша реклама обратит на себя внимание даже в бесконечных потоках информации.

Хотя новые технологии открывают перед нами множество возможностей, успех маркетинга по-прежнему определяется человеком с его предпочтениями и потребностями.

БЖ



Маркетинг и раньше был динамично развивающейся отраслью; все постоянно менялось, поэтому нужно было держать руку на пульсе. Сейчас же в результате перехода на цифровые и другие высокие технологии маркетинг развивается и меняется с еще более головокружительной скоростью.

Плати и смотри

Видео — тот продукт, который правит бал в интернете. Мировые гиганты вроде Google и Facebook применяют все возможные инструменты, наполняя свои проекты и видеоресурсы хайповым контентом. И в этой борьбе одни используют силу контекста, другие — комьюнити одной из самых многочисленных социальных сетей в мире. Конечно, битва идет и за рекламные бюджеты, а они, по всем данным, растут и будут расти гигантскими темпами ближайшие несколько лет.

Видео можно смело назвать трендом прошедшего года: 58% россиян используют YouTube для просмотра видеоконтента, 25% из них делают это ежедневно.

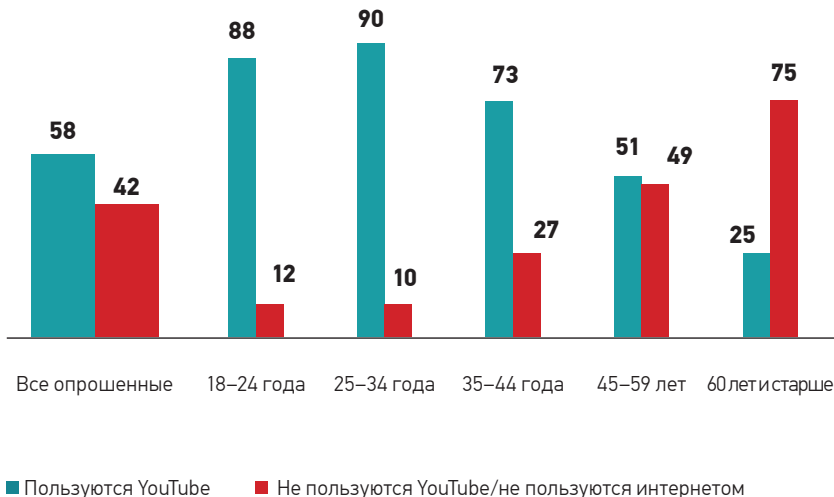
Zenith предполагает, что в 2020 году каждый пользователь будет тратить не менее 1 ч. 45 мин. в день на просмотр видео, что на 16 минут больше, чем в 2019 г. В Cisco уверены, что в 2020–2021 году видео составит до 80% всего интернет-трафика.

Бренды, предоставляющие пользователям качественный видеоконтент, получат на 40% больше просмотров. Главное условие притока аудитории — не количество, а качество видео. Опрос, проведенный компанией HubSpot, показал, что 43% пользователей не удовлетворены качеством представленного в сети видео.



**АЛЕКСАНДР
РАЙМАН**

Аналитик, специалист по развитию YouTube каналов



За что хочу, за то плачу

По данным TelecomDaily, легальные видеосервисы за первые полгода 2019 г. заработали 10,62 млрд руб., что составило 64% от объема выручки за весь 2018 г. Согласно прогнозу, рынок сохранит темпы роста и в 2020 г — объемы выручки вырастут на 30–35%.

Рекламная модель проигрывает платной. В общей массе выручки доля платной модели просмотра видео составляет около 70%, как следствие — уменьшение доли доходов от рекламы на 5,7% по сравнению с 2018 годом.

YouTube по итогам 2019 года занимает 3-е место по объему выручки среди всех онлайн-видеосервисов — его доля на российском рынке составила 12,3%, в то время как доли ivi, Okko — 26,4% и 14,2% соответственно. Рост выручки по итогам прошлого года составил:

- Okko заработал на 76% больше;
- Megafon.TV заработал на 56% больше;
- ivi — на 55% больше;
- Tvigle — на 9% больше.

По информации, предоставленной Zenith, в 2020–2021 гг. инвестиции в видеоконтент вырастут на 18%, а именно с \$45 млрд до \$61 млрд. В то время как прогнозируемый рост объема вложений в интернет-рекламу составит не более 10%. В 2021 году рекламные капиталовложения в формат интернет-видео составят около 1/4 TV-рынка, в то время как инвестиции в офлайн-TV сократятся до отметки в \$183 млрд.

Stream — гигантский рынок

По оценкам Алексея Соловьева, венчурного инвестора iTech Capital, объем рынка



30–35%

СОСТАВИТ РОСТ

доходов легальных видеосервисов в Youtube в 2020 г. (по данным TelecomDaily)

стриминга в России составляет \$100 млн в год. Он оценивается даже выше рынка киберспорта: по мнению Grand Viewer Research, к 2025 г. он достигнет \$124,5 млрд. Неудивительно, что холдинги пытаются завладеть частью этого «пирога».

В 2019 г. Twitch, несмотря на то, что не сдал лидирующих позиций, потерял 2% доли на рынке (с 75% до 73%), чем умело воспользовались Mixer и FACEBOOK Gaming, перемавив рейтинговых стримеров эксклюзивными контрактами. Потерял 1% и YouTube Gaming — его доля рынка снизилась с 22% до 21%.

Очевидно, что Mixer недолго будет популярным, но в отличие от остальных,

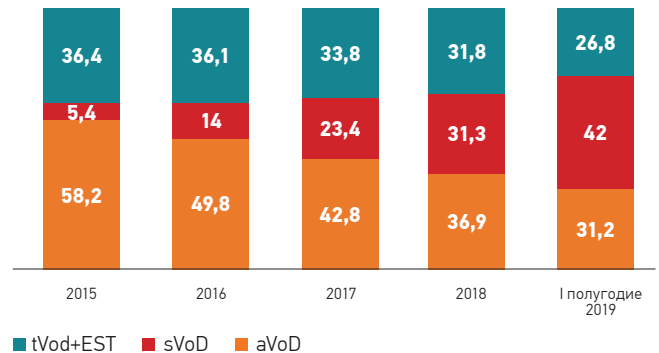
его не заботит проблема поиска рекламных контрактов, этим занимается «Майкрософт». Многие считают вопрос удержания популярности спорным. Так, например, некоторые были уверены, что YouTube Gaming ждет поражение в начале запуска проекта, но этого не случилось. Проект оказался качественной платформой с огромным комьюнити YouTube. Кроме того, площадка имела ряд преимуществ перед Twitch, в числе которых — оперативная загрузка, комфортное пользование, возможность перемотки стрима. Каждый пользователь получал от редакции рекомендации по выбору канала. Игры полу-

Рис.2 Динамика роста прибыли рынка видеосервисов



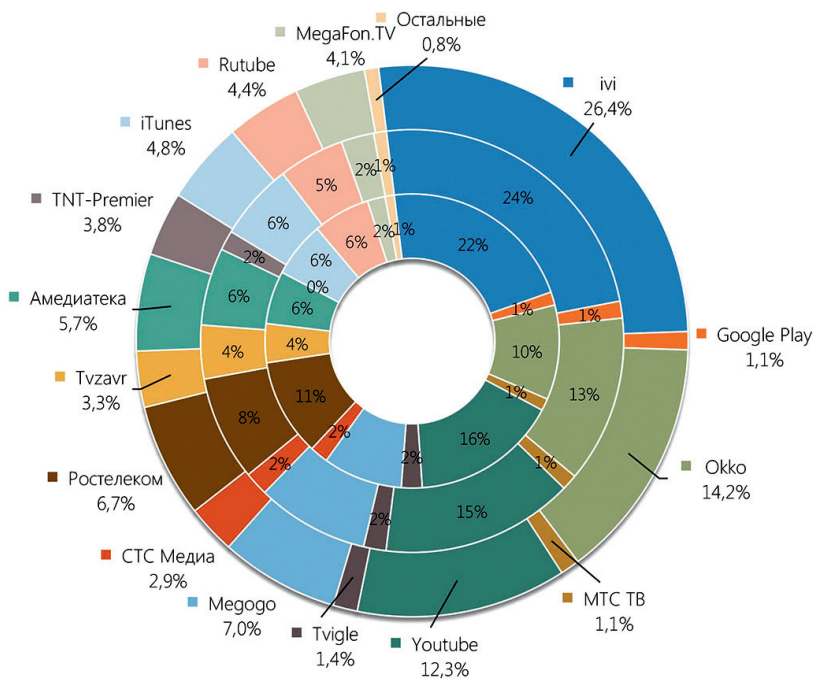
Рекламная модель — сервис показывает рекламу, которую нельзя пропустить, и на этом зарабатывает; платная модель — сервис не показывает рекламу, пользователь платит за доступ к просмотру контента. — Прим. ред.

Рис.3 Доля различных моделей доходов в объеме выручки, %



tVod — доступ к видео предоставляется в счет уплаты определенной суммы, при этом есть ограничения либо по количеству просмотров, либо по времени, в течение которого контент нужно посмотреть, после чего доступ прекращается. sVoD — видео по подписке. aVoD — доступ к видео предоставляется вместе с рекламой, которую нельзя отключить. — Прим. ред.

Рис.4 Доли видеосервисов по общей выручке, %



Внутренний круг — 2017 г., средний круг — 2018 г., внешний круг — 1 полугодие 2019 г.

GOOGLE ПРЕДОСТАВИЛ СЕБЕ ПРАВО УДАЛЯТЬ АККАУНТЫ ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ, ЕСЛИ ТАКОВЫЕ БУДУТ ДЛЯ НЕГО КОММЕРЧЕСКИ НЕВЫГОДНЫ. ПОКА НЕТ ПОЯСНЕНИЙ СО СТОРОНЫ GOOGLE, НО ИЗМЕНЕНИЯ УЖЕ ВСТУПИЛИ С СИЛУ С 10 ДЕКАБРЯ 2019 Г. РАДУЕТ ТОТ ФАКТ, ЧТО ЕСЛИ АККАУНТ ЗАБЛОКИРУЮТ ИЛИ ОГРАНИЧАТ ДОСТУП К НЕМУ, ТО ВАМ ОБЯЗУЮТСЯ НАЗВАТЬ ПРИЧИНУ

чали выделенные страницы. Отдельно стоит отметить и разрешение видео — 1080 р при 60 FPS, появление 4K при 60 FPS, а также HDR и панорамную трансляцию в формате «360°». Несмотря на это, а также на то, что на момент запуска YouTube Gaming являлся, в том числе, видеохостингом, он так и не занял первое место.

Сейчас YouTube Gaming и Twitch находятся в здоровой конкуренции: сервисы предоставляют пользователям практически аналогичные услуги. Если, например,

у Twitch много известных стримеров, то YouTube Gaming предлагает новые интересные «фишки». Такой подход создает здоровую конкуренцию, что приносит плоды обоим сервисам.

На сегодня у YouTube Gaming около 300 тысяч активных пользователей по всему миру, в то время как у конкурента — 814 тысяч.

Разница в выручке тоже огромна: по данным за 2017 год, YouTube заработал \$700 млн, а Twitch — \$1,7 млрд. Такое положение дел естественно не радовало Google (владеет видеохостингом YouTube), и в 2019 г. материнская компания решила на перезапуск сервиса. Все функции Gaming, в том числе возможность трансляции геймплея с мобильных устройств, никуда не делись, все было перенесено на основной портал.

На сегодняшний день реальность такова: YouTube Gaming проигрывает в конкурентной борьбе Twitch — вся надежда на огромную аудиторию YouTube, пользователям лишь остается сделать свой выбор и наблюдать за развитием событий.

Twitch не единственный опасный конкурент YouTube. FACEBOOK Watch — площадка для размещения и просмотра продолжительного видеоконтента. По сути, это ТВ с перерывами на рекламу и другими вставками в видеоконтент. На сегодняшний день рекламодатели могут вставлять прероллы (рекламный видеоролик, который загружается до начала запрошенного пользователем онлайн-видео, — Прим. Ред.) и мидроллы in-Stream (рекламные ролики, которые размещаются в середине видеоконтента, — Прим. Ред.). Во время запуска сервиса в Америке его аудитория составляла 50 млн пользователей в месяц.

По информации, предоставленной Ampere Analysis, у Facebook Watch уже есть 45 собственных проектов, и 27 будут запущены в ближайшее время.

Реклама — битва за бюджет

FACEBOOK Watch по аналогии с Google Preferred, которая предоставляет возможность рекламодателям оплачивать размещение рекламы в самом востребованном контенте на YouTube, позволяет резервировать и размещать предложение в самых популярных трансляциях. Такой способ оптимален для тех брендов, которые только выходят на рынок, выводят новый продукт или проводят ребрендинг. Это позволит получить гарантированное количество показов за определенный бюджет, повысить популярность бренда, рас-

ширить целевую аудиторию. Если раньше о том, чтобы реклама показывалась вместе с качественным контентом, нужно было заботиться дополнительно, то теперь рекламодатели получают доступ к готовому набору инструментов.

Стоит отметить, что FACEBOOK Watch, несмотря на все «плюшки» и «фишки», в России пока не сможет стать реальным конкурентом YouTube. Причин несколько:

- аудитория в РФ у видеохостинга YouTube в несколько раз больше, чем у FACEBOOK, а уж про FACEBOOK Watch и говорить нечего;
- еще одна не менее объективная причина — отсутствие мотивации перехода с YouTube на FACEBOOK Watch;
- на FACEBOOK Watch практически нет эксклюзивного контента, который способен привлечь пользователей;
- функционал YouTube больше заточен под проведение стримов, чем у FACEBOOK Watch. YouTube предлагает как рекламодателям, так и пользователям рабочие инфраструктуры;
- YouTube позволяет проводить кросс-канальные кампании с ремаркетингом в Google AdWords. Рекламодатель может «разогреть» пользователей при помощи видеохостинга, и только потом собрать лиды. В это же время FACEBOOK может реализовать кросс-канальные кампании с рекламой исключительно в социальной сети, что не всегда и не в любой нише обеспечивает лидогенерацию, в отличие от контекста.

О будущем FACEBOOK Watch

При этом стоит отметить тот факт, что FACEBOOK постоянно работает над расширением in-Stream и out-stream, внедряя технологии дополненной реальности и предлагая рекламодателям AR-видеорекламу. Это открывает новые горизонты для компаний: теперь можно, используя иммерсивные фильтры для видеоконтента и игр, а также инструменты онлайн-примерки, сократить путь потребителя и фактически добиться совершения покупки в один клик.

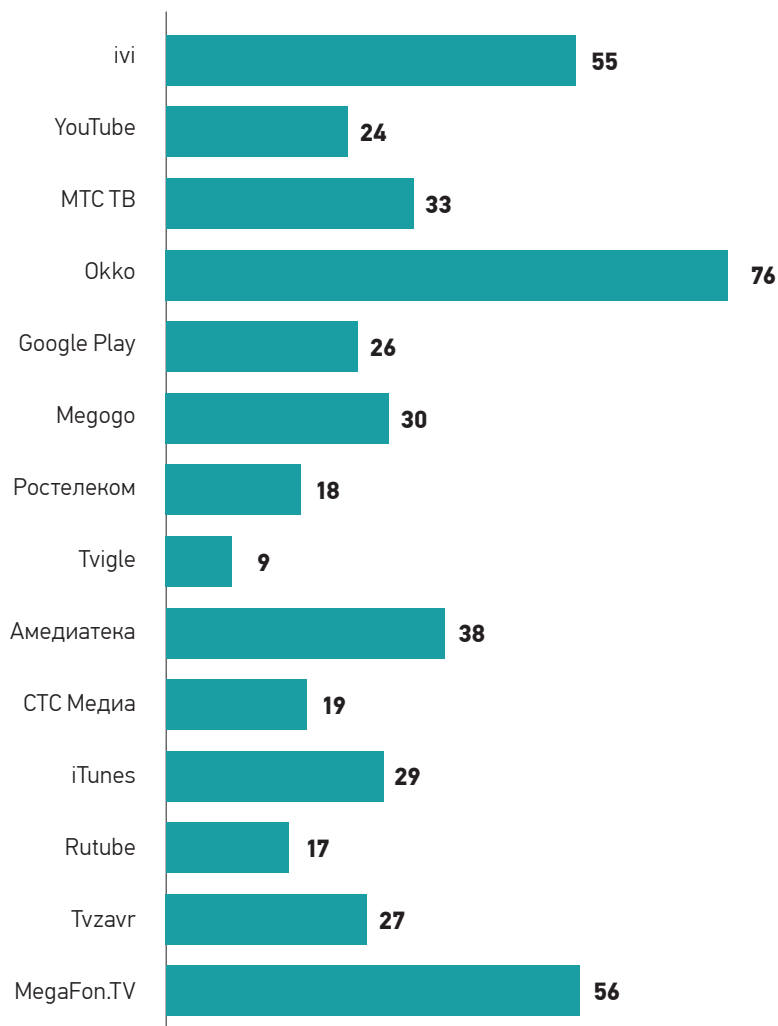
С чего начался 2020 год?

С января 2020 года владельцы YouTube-каналов, соблюдая Закон о защите личных сведений детей во всемирной паутине (СОРРА), обязаны указывать, предназначен ли загружаемый контент для детей (до 13 лет). Это можно сделать в Творческой мастерской, используя предоставленные инструменты.

YouTube не предназначен для детей, просматривать ролики дети могут лишь с разре-

НЕКОТОРЫЕ БЫЛИ УВЕРЕНЫ, ЧТО YOUTUBE GAMING ЖДЕТ ПОРАЖЕНИЕ В НАЧАЛЕ ЗАПУСКА ПРОЕКТА, НО ЭТОГО НЕ СЛУЧИЛОСЬ. ПРОЕКТ ОКАЗАЛСЯ КАЧЕСТВЕННОЙ ПЛАТФОРМОЙ С ОГРОМНЫМ КОМЬЮНИТИ YOUTUBE. КРОМЕ ТОГО, ПЛОЩАДКА ИМЕЛА РЯД ПРЕИМУЩЕСТВ ПЕРЕД TWITCH, В ЧИСЛЕ КОТОРЫХ — ОПЕРАТИВНАЯ ЗАГРУЗКА, КОМФОРТНОЕ ПОЛЬЗОВАНИЕ, ВОЗМОЖНОСТЬ ПЕРЕМОТКИ СТРИМА

Рис. 5 Рост выручки видеосервисов в 2019 г., %



6 месяцев 2019 / 6 месяцев 2018

1/3

ОТ ВСЕХ РЕКЛАМНЫХ

TV-вложений в 2020 г. составят вложения в формат интернет-видео

Рис. 6. Количество оригинальных ТВ-шоу основных видео-каналов

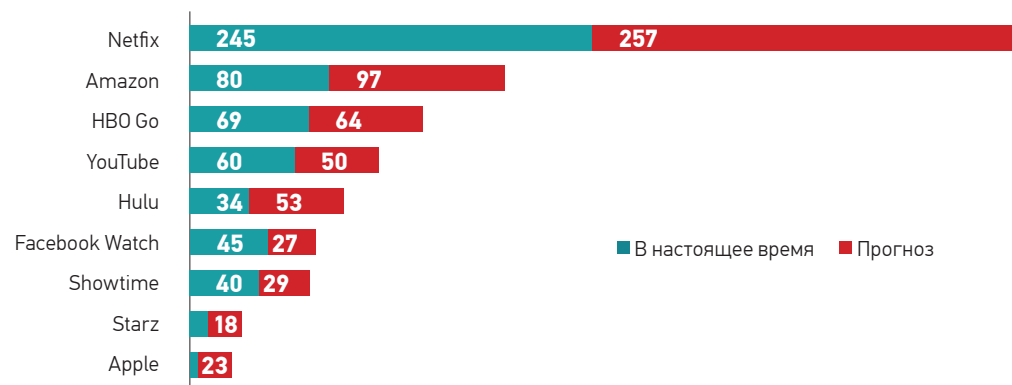
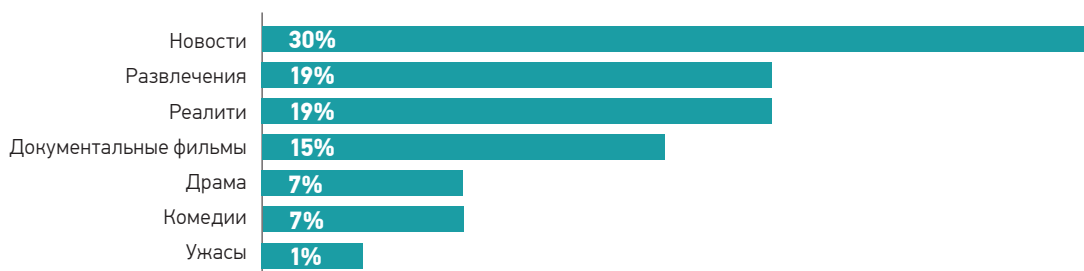


Рис. 7. Рейтинг программ Facebook Watch по жанрам



шения родителей. Изменения коснулись и аспекта сбора и обработки персональных данных: отныне это запрещено для всех, кто смотрит видеоконтент, предназначенный для детей. Именно по этой причине в детских роликах будет ограничен функционал. Многие рекламодатели задались вполне справедливым вопросом: будет ли теперь показываться реклама в детских роликах? Нет, персонализированная реклама будет недоступна для детских каналов, но контекстная реклама продолжит работать без изменений.

На фоне ограничений рекламы в детских видеороликах положительной выглядит

новость о том, что депутаты Госдумы не приняли закон, который мог бы ограничить показ рекламы во время просмотра видео, а также обязал бы рекламодателей:

- предупреждать зрителя, что скоро начнется реклама;
- не прерывать ролики религиозного содержания хронометражем менее 180 сек;
- показывать спонсорскую рекламу совокупной длительностью не более 15 секунд.

Изменение пользовательского соглашения YouTube

Не обошлось в этом году и без изменений в пользовательском соглашении: Google предоставил себе право удалять аккаунты пользователей, если таковые будут для него коммерчески невыгодны. Пока нет пояснений со стороны Google, но изменения уже вступили в силу с 10 декабря 2019 г. Радует тот факт, что если аккаунт заблокируют или ограничат доступ к нему, то вам обяжут назвать причину. По мнению представителей издания «Нурбест», данное новшество говорит о том, что YouTube будет удалять неактивные аккаунты и каналы, которые не приносят прибыль. Мнения же пользователей на сей счет несколько иные: многие уверены, что YouTube стоит на пороге введения цензуры... Так это или нет, покажет время.

ФБЖ

43%

ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ

не удовлетворены качеством представленного в сети видео.





5 ПРИЧИН

приехать в D.O.M.

ПАРТНЕРСКИЙ МАТЕРИАЛ

1

Панорамная терраса на крыше

С каскадной террасы открывается лучший в Сочи вид на море. Днем D.O.M. — это ресторан под открытым небом, а вечером его крыша превращается в клуб с баром и танцами под сеты известных диджеев. И это лучшее место для селфи на фоне марины или созерцания закатов под звуки Черного моря.

2

Мультиплекс

Уникальный ресторанный комплекс — это итальянское кафе, ресторан с хитами средиземноморской кухни и паназитатским меню, клуб с живой музыкой и караоке. Все, что нужно для отдыха, собрано под одной крышей в живописной марине Сочи.

3

Оригинальное меню

Средиземноморская рыба, дальневосточные морепродукты и знаменитый черноморский улов - D.O.M. встречает щедрым выбором морских даров. Стейк акулы с вареньем из еловых шишек, спагетти с лангустом или камчатским крабом? А может быть, десерт «Черноморская жемчужина»? Авторское меню Айдара Бакирова обещает гурманам много приятных открытий.

4

От заката до рассвета

Начните день с неспешного завтрака в изящном кафе-кондитерской на первом этаже. Здесь вас ждет ароматная свежая выпечка, спелые ягоды и фирменные десерты. Днем попробуйте авторские блюда из местных продуктов, а вечером в D.O.M. — живая музыка, танцы и караоке на берегу Черного моря!



5

Лучший из лучших!

Два года подряд ресторанный комплекс D.O.M. — обладатель титула «Лучший ресторан» и «Ресторан с лучшим видом на море» по версии премий журнала «Собака» (Сочи) в 2019, «Лучший ресторан» и «Лучший караоке-бар» портала Night2Day. В 2018 году Ассоциация консьержей Les Clefs d'Or выбрала D.O.M. лучшим рестораном Юга России. Это ли не повод заглянуть в D.O.M.?

ФВЖ

Instagram style

Если у тебя нет аккаунта в Instagram, значит, тебя не существует. Может ли этот тезис быть истиной на 100%? Применим ли он к любому бизнесу, к каждой компании — будь то банк, автомойка, педикюрша с салоном или завод по производству подшипников? Instagram-сообщество меняется, потому что так велит время. Социальная сеть начинала с глянцевых фоточек и приключений совершенных инста-girls. Сегодня модно быть самим собой, но всегда ли это возможно? Какую стратегию выбрать в 2020-м для продвижения в Instagram компании, чья реальная жизнь далека от глянцевых стандартов?

«Мода временна — стиль вечен», — так сформулировал генеральную линию жизни Ив Сен-Лоран. Актуально, жизненно и точно про Instagram.

Что нужно знать про коммерческие профили? Как бизнесу сформировать свой стиль в Instagram? Закон един для всех: все бизнес-профили должны строиться по законам личных аккаунтов, и чем больше ваш аккаунт похож на персональную страницу, чем он человечнее, тем лучше. Я всем рекомендую заполнять страницу в соцсети персонализированными смыслами, «привязывать» бизнес-аккаунты к реальным людям, коллективу, то есть в любом случае к личному бренду.

Никому не интересно следить за профилем, в котором постоянно выкладывают только фото мебели или газовые колонки, например, — в этом нет жизни, действия, события. В этом случае единственный формат, чтобы тебя запомнили, — крутой, нереально креативный контент и желательно в видеоформате.

#Персонализация

Лучше всего рассказывать историю компании через людей, которые в ней работают. И самым лучшим вариантом будет сторителлинг: «подсадите» всю отрасль на историю вашей компании, людей, которые в ней работают, любимой кошки, которая живет в вашем офисе. Будьте непохожими на других. Люди хотят наблюдать за людьми, люди хотят быть похожими на других людей, которые живут так, как хотели бы жить они. Так покажите, что в вашей компании не только крутой продукт, но и крутая команда, которая создает его.

#Делайте видео

Все, что вы создаете в Instagram, любое касание есть контент. Задействуйте все инструменты, которые вам предлагает Instagram: посты уже не так важны. Сториз, прямые эфиры, IGTV — вот что актуально, потому что позволяет в реальном времени взаимодействовать с аудиторией. Покажите через видео и лайвконтент все, что происходит внутри: один день из жизни компании, производство, процессы внутри — все в видеоформате. Вы хотите, чтобы на вас обратили внимание? Расскажите и покажите, почему. И знаете, что самое замечательное? Все это можно делать с помощью вашего телефона: сториз, прямые эфиры, видео в виде блога.

#Разговор подушам

Да, с одной стороны, выигрывает контент, который сделан на качественном оборудовании, создан с помощью креативных решений. Но сториз, прямые эфиры — это лайвконтент, то, к чему главным образом и проникаются доверием потребители.



**ИГОРЬ
АНТОНОВ**

основатель
маркетингового агентства
«Antonov Agency»,
автор книги «Личный
бренд».

ВСЕ, ЧТО ВЫ СОЗДАЕТЕ В INSTAGRAM, ЛЮБОЕ КАСАНИЕ ЕСТЬ КОНТЕНТ. ЗАДЕЙСТВУЙТЕ ВСЕ ИНСТРУМЕНТЫ, КОТОРЫЕ ВАМ ПРЕДЛАГАЕТ INSTAGRAM: ПОСТЫ УЖЕ НЕ ТАК ВАЖНЫ. СТОРИЗ, ПРЯМЫЕ ЭФИРЫ, IGTV — ВОТ ЧТО АКТУАЛЬНО, ПОТОМУ ЧТО ПОЗВОЛЯЕТ В РЕАЛЬНОМ ВРЕМЕНИ ВЗАИМОДЕЙСТВОВАТЬ С АУДИТОРИЕЙ



3

МИЛЛИАРДА ЧЕЛОВЕК

во всем мире, то есть около 40% населения, пользуются социальными сетями

И да, конечно, контенту стоит уделить особое внимание. Если есть возможность создать контент качественно и профессионально, нужно сделать именно так. Да, Instagram, несомненно, остается визуальной соцсетью, но контенту и текстам стоит уделить внимание. Важен смысл, который вы транслируете. За доли секунд человек принимает решение остаться в вашем профиле или пойти дальше. Визуальный и смысловой контент — первое, что он видит: заглавное фото профиля, описание и первые посты. Делайте стильно и качественно, и вопросы отпадут сами собой. Instagram — это про то, что делается от души. Это разговор на одном языке с аудиторией. Это про взаимопонимание. Не стесняйтесь общаться по-дружески, ставить смайлы и шутить.

Меня часто спрашивают, чего не нужно делать в этой социальной сети? Не дублируйте сайт. Instagram — это «живой» инструмент. Используйте все возможные средства упаковки контента и транслируйте уникальность вашей компании и продукта. Постарайтесь дать потенциальным клиентам возможность прикоснуться к вам, увидеть все своими глазами: команду, руководство, офис, производство, дайте почувствовать атмосферу, передайте эмоции, которые рождаются ежедневно, если они, конечно, положительные. В противном случае, зачем оно все?! И еще одно наблюдение: всегда о компании лучше пишет человек, который вовлечен в процесс создания продукта, но он должен уметь рассказывать истории.

#Правдаилиглянец

Конечно, важна правда — у потребителя не должно быть неоправданных ожиданий. Но для этого и существует упаковка бизнеса,

чтобы правда выглядела все-таки хорошо. Необходимо показывать лучшие стороны бренда и продукта, и при этом важно не обманывать. Чтобы выбрать золотую середину, перед тем как заявлять о себе или своем продукте, его нужно сделать качественным и проработать все слабые стороны, а потом выходить в инфополе. Стоит помнить, что правда очень быстро откроется и также быстро распространится по миру, а вот резко, вдруг пересмотреть позиционирование и поправить репутацию невозможно.

Instagramдлявсех

Вы наверняка заметили, что у любой, даже самой большой и солидной корпорации, есть свой аккаунт в Instagram. Во-первых, потому что клиенты есть везде. А потом корпоративному сектору аккаунт нужен не для поиска лидов — для него это вопрос позиционирования. Каждому аккаунту (бренду) нужно понимать, для кого он.



800

МИЛЛИОНОВ ЧЕЛОВЕК

в мире ежемесячно пользуются Instagram (данные Global Digital Report)



INSTAGRAM РЕГУЛЯРНО МЕНЯЕТ СВОЮ ПОЛИТИКУ. ГЛАВНАЯ МИШЕНЬ — ФЕЙКОВЫЕ АККАУНТЫ. РАЗРАБОТЧИКИ НАСТРОЕНЫ СЕРЬЕЗНО: НАПРИМЕР, УЖЕ УДАЛЕНЫ ПОПУЛЯРНЫЕ ПРИЛОЖЕНИЯ SOCIAL GROWTH И INSTAGRESS — РАНЬШЕ ИМИ ПОЛЬЗОВАЛИСЬ ДЛЯ НАКРУТОК. КРОМЕ ТОГО, СОЦИАЛЬНАЯ СЕТЬ FACEBOOK ЛИКВИДИРОВАЛА 754 МЛН ФЕЙКОВЫХ АККАУНТОВ

Раскрывайте все лучшие стороны работы в вашей компании: привлекайте новые кадры, тех, кого вы заинтересовали работать именно у вас. Instagram для всех. Вам решать, какую стратегию продвижения в нем выбрать, как себя позиционировать.

49%
ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ
INSTAGRAM —
МИЛЛЕНИАЛЫ



Есть огромное количество примеров, как компании b2b-сектора через социальные сети воздействуют на конечного потребителя, увеличивая интерес к продукту и своим дилерам. Популяризируя свой продукт, увеличивая спрос на него, вы помогаете дилерам, а они увеличивают закупки. Приведу, на мой взгляд, отличный кейс: тормозные колодки для велосипедов Shimano (@ShimanoBike). Загляните в их профиль, вам станет ясно, что компании стоит делать и почему.

Еще один вариант продвижения в Instagram — транслировать себя, свое имя, продукт, бренд через лидеров мнений, можно «вырастить» себе блогера, можно наладить взаимодействие с лояльным вам клиентом, в чьем профиле есть ваш бренд, или кто близок вашему бренду по философии. Тренд существует не первый год, актуален он и в 2020-ом.

Instagramстатистика

Три миллиарда человек во всем мире, то есть около 40% населения, пользуются социальными сетями. Мы тратим на них в среднем два часа ежедневно: публикуем заметки, обмениваемся фото, реагируем на посты друзей. Сегодня Instagram предоставляет широкие возможности для продвижения бизнеса, повышения уровня узнаваемости бренда и формирования его позитивного восприятия. В Instagram можно достучаться до аудитории любого возраста, пола, социального положения, чем пользуются бренды во всех странах мира.

Аналитическая маркетинговая компания TrackMaven проанализировала 51 млн постов различных компаний из 130 отраслей, чтобы узнать, в каких социальных сетях самый высокий коэффициент вовлеченности. Результаты показали, что абсолютным лидером по вовлеченности на 1000 подписчиков является Instagram. Это настолько выше показателей других соцсетей, что пришлось составить отдельную диаграмму, чтобы проиллюстрировать разницу между Facebook, LinkedIn и Twitter.

По данным Global Digital Report, в 2019 году Instagram ежемесячно использовали более 800 миллионов человек. 49% пользователей сети — миллениалы, которые, как показывает исследование Markswell Rank & Report, составляют большую часть покупателей e-commerce. Так что Instagram будет полезен ритейлерам, ориентированным на молодую аудиторию.

Instagram — это огромная рекламная площадка, по своему потенциалу это неиспользованное поле различных возможностей как

для b2c-брендов, нацеленных на конечного потребителя, так и для компаний, ориентированных на бизнес-аудиторию.

#Кейспрезидента

Прелесть Instagram в том, что можно в одно касание узнать мнение вашей аудитории, потенциальных клиентов, партнеров — кого угодно, достаточно просто сделать пост в Instagram. Скажите Дональду Трампу, что Instagram только для красивых картинок и девочек. В лучшем случае он покрутит у виска. Предвыборный штаб Трампа во время президентской кампании использовал Instagram-аудиторию, чтобы тестировать идеи, и только потом запускал их в реальную жизнь. Более сотни инфоповодов в день, за которыми следовала молниеносная реакция пользователей: по ней имиджмейкеры и политологи, работавшие на Трампа, делали выводы, что будет воспринято на ура, что отвергнуто и вызовет раздражение. В итоге Дональду Трампу удалось существенно уменьшить расходы на предвыборную кампанию и стать президентом США. По-моему, отличный кейс, который должен вас убедить.

#КудаидетInstagram

Instagram регулярно меняет свою политику. Главная мишень — фейковые аккаунты. Разработчики настроены серьезно: например, уже удалены популярные приложения Social Growth и Instagress — раньше ими пользовались для накруток. Кроме того, социальная сеть Facebook ликвидировала 754 млн фейковых аккаунтов.

Еще 17 июля 2019 года Instagram объявил, что тестирует в семи странах обновление, которое скроет видимость лайков. Нажимать на сердечко под понравившейся фотографией в ленте вы по-прежнему можете, но увидеть, сколько еще человек это сделали, нет. Количество лайков к своим фото и видео посмотреть может только владелец аккаунта. Разработчики приложения считают, что новшество поможет пользователю фокусироваться на контенте, а не на том, сколько лайков он заработал. Пока Instagram не рассказывает, будет ли этот эксперимент распространен по всему миру. Но в России новый интерфейс тоже тестируют, хоть и не массово.

Будыinstagrammble

В нынешних реалиях абсолютно все общественные пространства, будь то отели, кафе, рестораны, лофты и т. д., должны привлекательно выглядеть на фото в Instagram, потому что, скорее всего, потенциальный



Создавая для Instagram качественный и профессиональный контент, нельзя игнорировать тренд: ваш аккаунт должен иметь красивый визуал: от описания профиля до иконок highlights. Вариантов множество. Чтобы быть в тренде, мониторьте аккаунты, которые задают тренды визуала в вашей нише, ориентируйтесь на лидеров — не ошибетесь: @apple, @louisvuitton, @cocacola, @starbucks, @nike — мировые бренды во многом формируют моду в Instagram. Ориентируясь на лучших, хуже себе вы не сделаете.

клиент узнает о месте именно из этой соцсети. Если есть необычные, фотогеничные предметы интерьера, это место могут посещать только для того, чтобы опубликовать фото у себя на странице. Поэтому если владельцы различных заведений хотят привлечь клиентов, то пространство должно быть «instagrammble».

**АНАЛИТИЧЕСКАЯ МАРКЕТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ
TRACKMAVEN ПРОАНАЛИЗИРОВАЛА 51 МЛН ПОСТОВ
РАЗЛИЧНЫХ КОМПАНИЙ ИЗ 130 ОТРАСЛЕЙ, ЧТОБЫ
УЗНАТЬ, В КАКИХ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ САМЫЙ
ВЫСОКИЙ КОЭФФИЦИЕНТ ВОВЛЕЧЕННОСТИ.
РЕЗУЛЬТАТЫ ПОКАЗАЛИ, ЧТО АБСОЛЮТНЫМ
ЛИДЕРОМ ПО ВОВЛЕЧЕННОСТИ НА 1000 ПОДПИСЧИКОВ
ЯВЛЯЕТСЯ INSTAGRAM**

Создавая для Instagram качественный и профессиональный контент, нельзя игнорировать тренд: ваш аккаунт должен иметь красивый визуал: от описания профиля до иконок highlights. Вариантов множество. Чтобы быть в тренде, мониторьте аккаунты, которые задают тренды визуала в вашей нише, ориентируйтесь на лидеров — не ошибетесь: @apple, @louisvuitton, @cocacola, @starbucks, @nike — мировые бренды во многом формируют моду в Instagram. Ориентируясь на лучших, хуже себе вы не сделаете.

ФБЖ

Спрос определяет многое, если не все

В I–III кварталах 2019 г. большинство субъектов РФ продемонстрировало умеренный рост выпуска в сельском хозяйстве и промышленности. Однако в розничной торговле, сфере платных услуг населению и строительстве сохранилась более сложная ситуация. В 49,4% субъектов РФ было зафиксировано падение объемов платных услуг населению, а в 50,6% субъектов РФ — спад объемов строительных работ.

В январе–сентябре 2019 г. существенное улучшение показателей выпуска среди рассматриваемых основных секторов экономики¹ (сельское хозяйство, промышленность, строительство, розничная торговля и платные услуги населению) показал только один сектор — сельское хозяйство, где темпы

роста составили +3,6% в годовом выражении по сравнению с -3,3% годом ранее. Кроме того, небольшое улучшение было зафиксировано в строительстве, где темпы роста выпуска стали положительными (+0,3% в годовом выражении), однако в целом объемы строительных работ, как и в аналогичном периоде прошлого года, остаются в зоне стагнации. В промышленности и розничной торговле темпы роста замедлились по сравнению с аналогичными показателями января–сентября 2018 г., а в сфере платных услуг резко снизились до отрицательных значений (см. рис. 1). Ситуация явно указывает на слабость потребительского спроса, которая сохраняется продолжительное время. Этот фактор негативно отразился на обороте розничной торговли, платных услугах населению, объемах жилищного строительства и выпуске в отраслях промышленности, производящих потребительские товары.

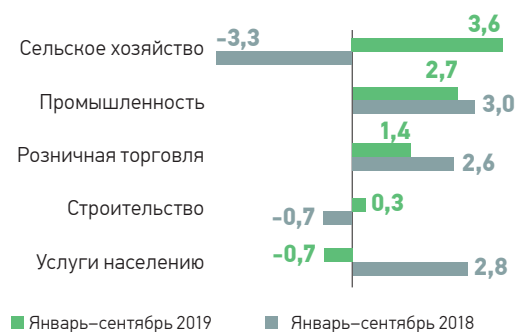
1 Оценка экономической ситуации в российских регионах по показателям выпуска в 5 основных секторах экономики (сельское хозяйство, промышленность, строительство, розничная торговля, платные услуги населению) проводится ИКСИ на ежеквартальной основе с 2017 г. Основная цель этого сравнения – показать общее состояние экономики регионов за конкретный период, а также выявить тенденции в экономическом развитии регионов и федеральных округов. В связи с этим для сравнения выбраны крупные секторы экономики, представленные в том или ином виде во всех 85 субъектах РФ, и составляющие значительную часть ВРП соответствующих регионов.



**ВЕРА
КОНОНОВА**

Эксперт Института комплексных стратегических исследований

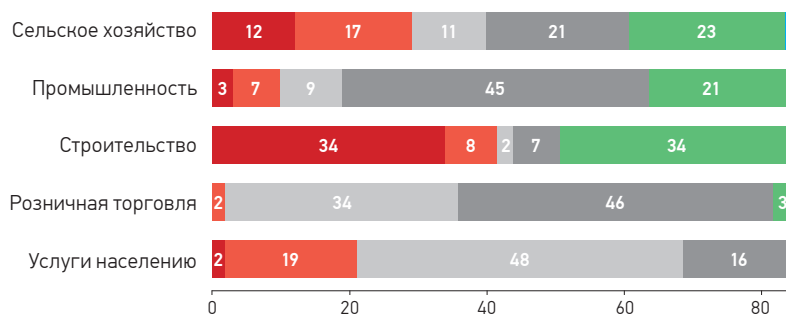
Рис. 1. Изменение выпуска* в основных секторах экономики России в январе–сентябре 2018 и 2019 гг., в % к соотв. периоду предыдущего года



*Для строительства — изменение объема строительных работ, для розничной торговли — изменение розничного товарооборота, для услуг населению — изменение объема платных услуг.

Источник: Росстат

Рис. 2. Число субъектов РФ, показавших разные темпы роста, спада или стагнацию выпуска в основных секторах экономики в январе–сентябре 2018 и 2019 гг



■ Сильный спад (-5 и более) ■ Умеренный спад (От -1% до -5%)
 ■ Стагнация (от -1% до +1% включительно) ■ Умеренный рост (От 1% до 5%)
 ■ Уверенный рост (5% и более) ■ Нет данных

Источник: Росстат, расчеты ИКСИ

Сельхозпроизводство: где спад, где рост

В январе–сентябре 2019 г. ситуация в сельском хозяйстве в целом по стране оказалась значительно лучше, чем годом ранее: выпуск вырос на 3,6% в годовом выражении, в то время как в январе–сентябре 2018 г. выпуск в сельском хозяйстве упал на 3,3%. Несмотря на рост выпуска в сельском хозяйстве в целом по стране, регионы показали различную динамику по выпуску сельхозпродукции. И здесь стоит отметить несколько факторов влияния: погодные условия, инвестиционная активность в сельскохозяйственном секторе (прежде всего, обновление применяемой техники, оборудования, агротехнологий), реализация программ поддержки сельхозтоваропроизводителей в регионе и т. д. Например, рекордно высокий показатель роста выпуска в сельском хозяйстве зафиксирован в Калининградской области — +26,2% в январе–сентябре 2019 г. в годовом выражении. Еще в ряде субъектов РФ темпы роста выпуска превысили 10%: это Псковская, Пензенская, Тульская, Волгоградская, Рязанская, Тамбовская области, Камчатский край, республики Крым и Марий Эл. Еще в 23 субъектах РФ выпуск в сельском хозяйстве вырос на 5% и более. Двенадцать субъектов РФ показали резкий спад в сельском хозяйстве. В основном это дальневосточные субъекты РФ: Еврейская автономная область, где падение составило 39,9% в годовом выражении, Амурская область, где спад составил 22,2%, Приморский край — падение на 16,6%, Хабаровский край — на 13,9% и т. д. В первую очередь, причина резкого падения в сельском хозяйстве региона связана с потерей урожая в результате паводков на Дальнем Востоке, ущерб от которых только для сельского хозяйства по всему ДФО оценивался на уровне 6,6 млрд руб.



Рекордно высокий показатель роста выпуска в сельском хозяйстве зафиксирован в Калининградской области — +26,2% в январе–сентябре 2019 г. в годовом выражении. Еще в ряде субъектов РФ темпы роста выпуска превысили 10%: это Псковская, Пензенская, Тульская, Волгоградская, Рязанская, Тамбовская области, Камчатский край, республики Крым и Марий Эл.

Промышленность: устойчивые показатели

В отличие от сельского хозяйства, в промышленности ситуация на уровне регионов выглядит более устойчивой. В большинстве субъектов РФ был зафиксирован рост выпуска, причем для 45 субъектов РФ он составил от 1 до 5% в годовом выражении, а для 21 субъекта РФ — превысил 5%. При этом рекордно высокий промышленный рост показали две республики: Крым (+25,1%) и Бурятия (+29,2%).

Высокие темпы промышленного роста в Республике Крым связаны с расширением выпуска в ряде отраслей обрабатывающей промышленности, а она является ведущей для региона. Так, в январе–сентябре объем отгрузки пищевых продуктов оказался на 22,3% выше уровня аналогичного периода 2018 года, напитков — на 22,5%, строительных материалов — на 23,4%. Безусловно, важную роль в обеспечении промышленного роста сыграл ввод в эксплуатацию Крымского моста, что расширило возможности поставок крымских продуктов в регионы России.



В РЕСПУБЛИКЕ БУРЯТИЯ ВЫСОКИЕ ТЕМПЫ РОСТА ПРОМЫШЛЕННОГО ПРОИЗВОДСТВА СВЯЗАНЫ, ПРЕЖДЕ ВСЕГО, С РАЗВИТИЕМ АВИАЦИОННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В ЛИЦЕ УЛАН-УДЭНСКОГО АВИАЦИОННОГО ЗАВОДА, А ТАКЖЕ С ДРУГИМИ ОБРАБАТЫВАЮЩИМИ ПРОИЗВОДСТВАМИ: ПРОИЗВОДСТВОМ ОДЕЖДЫ, ТЕКСТИЛЬНЫХ ИЗДЕЛИЙ, МЕБЕЛИ, СТРОИТЕЛЬНЫХ МАТЕРИАЛОВ



В Республике Бурятия высокие темпы роста промышленного производства связаны, прежде всего, с развитием авиационной промышленности в лице Улан-Удэнского авиационного завода, а также с другими обрабатывающими производствами: производством одежды, текстильных изделий, мебели, строительных материалов. Нужно отметить и то, что в конце 2018 года республика перешла в состав Дальневосточного ФО, что позволило региональному бизнесу воспользоваться стимулами развития, применяемыми на Дальнем Востоке, такими как создание территорий опережающего развития с особыми условиями хозяйствования и реализация программы обновления региональной инфраструктуры.

Строительство: регионы поделились пополам

В секторе строительства, как и ранее, сохранились значительные различия между субъектами РФ по темпам роста объемов

строительных работ. По итогам I–III кварталов 2019 г. сформировались две крупные группы субъектов РФ: 34 региона с уверенным ростом в строительстве (на 5% и выше) и 34 региона с сильным спадом (на 5% и выше). При этом для большинства таких регионов и рост, и спад измеряются двузначными темпами. Например, в январе–сентябре 2019 г. наиболее высокие темпы роста в строительстве были зафиксированы в Республике Калмыкия, здесь рост составил 2,6 раза в годовом выражении. В Тульской области рост на 73,3%, в Магаданской — на 72,3%.

В свою очередь, наиболее сильное падение объемов строительных работ наблюдалось в Ненецком автономном округе: падение составило 63,1% в годовом выражении. В Севастополе показатель упал на 47,2%, в Ярославской области — на 43,6%. Причины таких «контрастов» связаны, прежде всего, с низким объемом инвестиций во многих субъектах РФ. Другими словами, во многих регионах объемы расходов на сооружение новых промышленных, социальных, инфраструктурных объектов, а также расходов на приобретение оборудования и технологий, остаются небольшими. В такой ситуации часто бывает, что новый инвестиционный проект, например, в сфере дорожного строительства, строительства промышленных объектов или объектов социальной инфраструктуры, пусть даже не самый крупный, приводит к резкому росту объемов строительных работ в регионе. А после завершения этого проекта, в свою очередь, наблюдается сильное падение объемов этих работ. Такая ситуация наблюдается, в частности, в Севастополе, который сейчас находится в числе «лидеров» по темпам падения строительных работ, однако годом ранее, в январе–сентябре 2018 г., темпы роста строительства в Севастополе достигали отметки в 3,0 раза в годовом выражении.

Розничная торговля: пике затянулось

Ситуация в розничной торговле по субъектам РФ демонстрирует ухудшение по сравнению с январем–сентябрем 2018 г. Количество субъектов РФ, где розничная торговля находится в состоянии стагнации, достигло 34 (для сравнения, в январе–сентябре 2018 г. таких регионов было 13). В свою очередь, количество субъектов РФ с умеренным (в пределах 1–5%) ростом оборота розничной торговли сократилось с 58 в январе–сентябре 2018 г. до 46 в январе–сентябре 2019 г. Еще значительно снизилось количество регионов, где розничная торговля демонстрировала относительно высокие темпы роста. В январе–сентябре 2019 г. только в трех

Табл. 1. Изменение выпуска* в основных секторах экономики России по федеральным округам в январе–сентябре 2019 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года

Федеральные округа	Сельское хозяйство	Промышленность	Строительство	Розничная торговля	Услуги населению
РФ в целом	3,6	2,7	0,3	1,4	-0,7
Центральный ФО	6,2	8,0	2,6	1,9	-0,8
Северо-Западный ФО	7,5	3,1	-8,7	1,3	-0,8
Южный ФО	5,1	3,6	-17,4	1,7	-0,1
Северо-Кавказский ФО	-0,3	0,2	-5,4	-0,3	0,2
Приволжский ФО	3,5	3,8	1,5	1,1	0,0
Уральский ФО	-1,4	4,1	-20,1	1,4	0,2
Сибирский ФО	0,5	1,7	6,9	2,2	0,0
Дальневосточный ФО	-10,1	6,9	4,7	2,5	-2,7

*Для строительства — изменение объема строительных работ, для розничной торговли — изменение розничного товарооборота, для услуг населению — изменение объема платных услуг.

Источник: Росстат

субъектах РФ — республиках Алтай, Тыва и Тверской области — розничный товароборот вырос более чем на 5% в годовом выражении, хотя годом ранее таких субъектов РФ было 12.

Платные услуги: снижение объемов

Аналогичные тенденции наблюдаются в отношении сектора платных услуг населению, где продолжается снижение объемов бытовых, жилищно-коммунальных, образовательных услуг, услуг гостиниц и иных средств размещения и т. д. В январе–сентябре 2019 г. ни один субъект РФ не попал в категорию «уверенный рост» в сфере платных услуг для населения, хотя годом ранее таких регионов насчитывалось 10. Наиболее высокий темп роста выпуска в этом секторе был зафиксирован в Камчатском крае — всего лишь 3,1% в годовом выражении. В свою очередь, количество регионов, где сектор платных услуг населению находится в состоянии стагнации, выросло с 27 до 48. Почти вдвое (с 10 до 19) выросло количество субъектов РФ, где объем платных услуг населению сократился на 1–5% в годовом выражении. Кроме того, в двух субъектах РФ — Республике Ингушетия и Хабаровском крае — темпы падения платных услуг превысили 10%.

Ситуация по федеральным округам

В январе–сентябре во всех федеральных округах России хотя бы в одном секторе экономики из рассматриваемых наблюдалась стагнация или спад (см. табл. 1). Для большинства федеральных округов на фоне роста в промышленности, сельском хозяйстве и розничной торговле был характерен спад в строительстве и сфере платных услуг.

В связи с этим наиболее «благополучными» с точки зрения выпуска в пяти секторах экономики можно считать регионы Центрального и Приволжского ФО, где стагнация затронула только сектор платных услуг населению, а остальные четыре рассматриваемые сектора экономики продемонстрировали рост. В свою очередь, в наиболее сложном положении оказались регионы Уральского ФО, где наблюдался наиболее сильный в стране спад в секторе строительства (на 20,1% в целом по макрорегиону), умеренный спад в сельском хозяйстве (на 1,4%) и стагнация в секторе платных услуг. Кроме того, сложная ситуация сохранилась в Дальневосточном ФО в связи со спадом в сельском хозяйстве и сфере платных услуг населению, а также в Северо-Кавказском ФО, где четыре сектора из пяти рассматриваемых находятся в зоне стагнации, а еще один (строительство) снова демонстрирует спад.

Табл. 2. Субъекты РФ, продемонстрировавшие положительные темпы роста в пяти основных секторах экономики в январе–сентябре 2019 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года

Регионы	Сельское хозяйство	Промышленность	Строительство	Розничная торговля	Услуги населению
Положительные темпы роста в 5 секторах экономики					
Алтайский край	8,3	1,4	2,3	0,3	1,8
Белгородская область	5,2	3,1	13,9	1,6	0,8
Брянская область	1,8	15,5	11,9	1,0	1,6
Воронежская область	6,4	4,5	13,5	0,9	0,2
Кабардино-Балкарская Республика	3,2	3,7	0,4	0,2	1,4
Курганская область	0,1	4,5	26,2	0,1	0,5
Ленинградская область	2,2	4,4	65,4	3,8	1,4
Нижегородская область	2,3	7,1	28,2	1,4	0,4
Пензенская область	17,9	4,0	8,3	2,8	1,9
Республика Крым	12,4	25,1	12,5	4,0	1,6
Самарская область	5,6	2,8	1,6	1,1	0,9
Сахалинская область	4,1	2,7	7,8	3,9	2,7
Тульская область	14,0	4,6	73,3	1,8	2,1
Тюменская область (без а. о.)	7,5	3,5	8,2	2,6	0,6

Источник: Росстат

В ЯНВАРЕ–СЕНТЯБРЕ 2019 Г. НИ ОДИН СУБЪЕКТ РФ НЕ ПОПАЛ В КАТЕГОРИЮ «УВЕРЕННЫЙ РОСТ» В СФЕРЕ ПЛАТНЫХ УСЛУГ ДЛЯ НАСЕЛЕНИЯ, ХОТЯ ГОДОМ РАНЕЕ ТАКИХ РЕГИОНОВ НАСЧИТЫВАЛОСЬ 10. НАИБОЛЕЕ ВЫСОКИЙ ТЕМП РОСТА ВЫПУСКА В ЭТОМ СЕКТОРЕ БЫЛ ЗАФИКСИРОВАН В КАМЧАТСКОМ КРАЕ — ВСЕГО ЛИШЬ 3,1% В ГОДОВОМ ВЫРАЖЕНИИ

Смена позиций: регионы с наилучшей и наихудшей ситуацией в экономике

По итогам января–сентября 2019 г. в 14 регионах России наблюдались положительные темпы роста выпуска во всех пяти рассматриваемых секторах экономики (см. табл. 2). Таких регионов больше, чем годом ранее: в январе–сентябре 2018 г. таких субъектов РФ было 10, однако из них только Белгородская и Ленинградская области сохранили свои позиции в данном перечне.

Важно отметить, что для данных 14 регионов характерны относительно высокие темпы роста в сельском хозяйстве и в строительстве, а также умеренные темпы роста в промышленности. При этом в ряде регионов два сектора, непосредственно зависящие от потребительского спроса, —

розничная торговля и сектор платных услуг населению — находятся в состоянии стагнации (темпы роста хотя и являются положительными, но довольно близки к нулевой отметке). С учетом этого можно считать, что по итогам января–сентября 2019 г. наиболее позитивная экономическая ситуация сложилась в пяти субъектах РФ, где ни один сектор экономики не находится в состоянии стагнации, и при этом хотя бы в одном секторе зафиксированы темпы роста выше 5% в годовом выражении. Это Республика Крым, которая показала уверенный рост в сельском хозяйстве, промышленности, строительстве, Тульская и Пензенская области, которые показали уверенный рост в сельском хозяйстве и строительстве, Ленинградская и

Сахалинская области с уверенным ростом в строительстве.

В свою очередь, в 16 субъектах РФ по итогам января–сентября 2019 г. сложилась достаточно тревожная ситуация: в большинстве рассматриваемых секторов экономики темпы роста выпуска были отрицательными (см. табл. 3). Следует особо выделить три субъекта РФ, где отрицательные темпы роста показали 4 из 5 секторов: это Астраханская область, Новгородская область и Республика Бурятия. Во всех перечисленных субъектах РФ положительные темпы роста среди рассматриваемых секторов наблюдались только в промышленности.

По сравнению с аналогичным периодом прошлого года, состав регионов с наиболее сложной ситуацией также существенно изменился. Наиболее показательным в этом смысле является пример Тульской области, где в январе–сентябре 2018 г. наблюдался спад в сельском хозяйстве, промышленности и строительстве, а в январе–сентябре 2019 г. были зафиксированы уже положительные темпы роста во всех секторах экономики. В то же время есть и отдельные субъекты РФ, где положение с выпуском в основных секторах не улучшается. Так, из субъектов РФ, где в январе–сентябре 2018 г. наблюдался спад в трех или более секторах экономики (всего таких субъектов было тоже 16), три субъекта — Смоленская область, Ненецкий автономный округ и Еврейская автономная область — снова оказались в аналогичном списке в январе–сентябре 2019 г.

СЛЕДУЕТ ОСОБО ВЫДЕЛИТЬ ТРИ СУБЪЕКТА РФ, ГДЕ ОТРИЦАТЕЛЬНЫЕ ТЕМПЫ РОСТА ПОКАЗАЛИ 4 ИЗ 5 СЕКТОРОВ: ЭТО АСТРАХАНСКАЯ ОБЛАСТЬ, НОВГОРОДСКАЯ ОБЛАСТЬ И РЕСПУБЛИКА БУРЯТИЯ. ВО ВСЕХ ПЕРЕЧИСЛЕННЫХ СУБЪЕКТАХ РФ ПОЛОЖИТЕЛЬНЫЕ ТЕМПЫ РОСТА СРЕДИ РАССМАТРИВАЕМЫХ СЕКТОРОВ НАБЛЮДАЛИСЬ ТОЛЬКО В ПРОМЫШЛЕННОСТИ

Табл. 3. Субъекты РФ, показавшие отрицательные или нулевые темпы роста выпуска в трех и более основных секторах экономики в январе–сентябре 2019 г., в % к соответствующему периоду предыдущего года

Регионы	Сельское хозяйство	Промышленность	Строительство	Розничная торговля	Услуги населению
Снижение или отсутствие изменений выпуска в 4 секторах экономики					
Астраханская область	-0,8	5,1	-148	-0,1	-1,4
Новгородская область	-1,1	3,1	-34,6	-0,6	-2,3
Республика Бурятия	-3,2	29,2	-14,2	-0,6	-3,6
Снижение или отсутствие изменений выпуска в 3 секторах экономики					
Амурская область	-22,2	3,2	-20,7	2,5	-2,5
Архангельская обл. (без а.о.)	-3,9	1,8	-14,3	0,0	1,0
Еврейская а. о.	-39,9	0,3	-1,6	2,4	-0,7
Липецкая область	9,0	-2,9	-10,1	2,5	-0,3
Ненецкий а. о.	1,8	-2,1	-63,1	-1,0	2,7
Республика Дагестан	1,1	-27,1	5,3	-1,9	-0,1
Республика Карелия	-8,2	-2,1	-1,6	2,7	0,5
Республика Коми	-5,4	3,4	-23,9	0,2	-2,7
Республика Северная Осетия — Алания	-3,2	-8,4	-40,5	0,4	1,2
Республика Тыва	-2,4	-2,4	48,1	7,8	-0,8
Смоленская область	0,4	4,9	-9,3	-0,1	-3,4
Челябинская область	-5,9	1,8	-24,7	0,4	-0,1
Ярославская область	4,6	-3,3	-42,9	0,4	-1,5

Источник: Росстат

Сдерживающие факторы

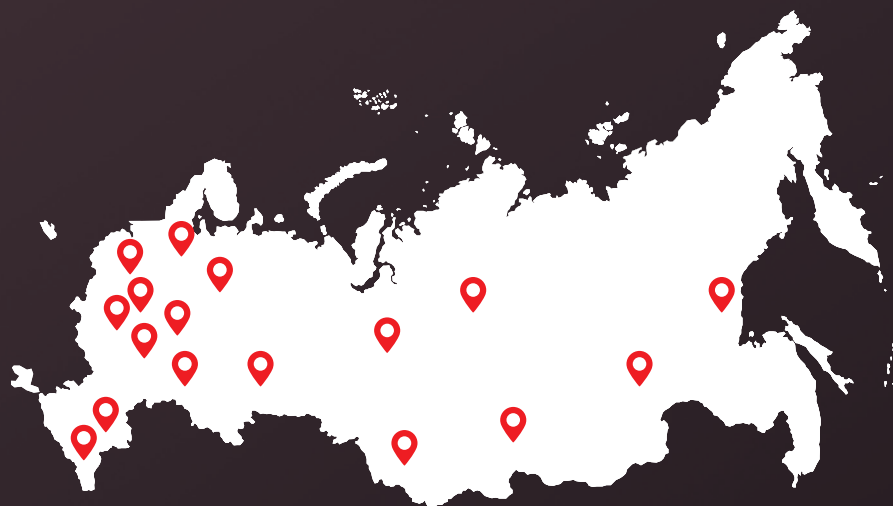
Таким образом, основным фактором, сдерживающим развитие экономики большинства регионов, сейчас остается слабость внутреннего спроса. Это проявляется не только в торговле и секторе платных услуг, напрямую зависящих от спроса населения, но и в промышленности, сельском хозяйстве и строительстве, спрос на продукцию которых в значительной степени определяется потребностями бизнеса. Слабость внутреннего спроса приводит также и к неустойчивости экономического положения многих регионов: одни и те же регионы могут попадать то в число лидеров по росту выпуска в основных секторах, то в число аутсайдеров. Имеющиеся данные по итогам 2019 года о замедлении роста цен позволяют предположить, что проблема слабости спроса будет и дальше выступать сдерживающим фактором для экономики многих регионов России. Изменение этой ситуации требует принятия решительных мер, направленных на рост доходов населения: прежде всего, расширения социальной поддержки и сокращения налоговой нагрузки на малообеспеченные слои населения.

ФБЖ

СТАНЬ РЕГИОНАЛЬНЫМ ПАРТНЕРОМ
ФЕДЕРАЛЬНОГО ИЗДАНИЯ
«БИЗНЕС-ЖУРНАЛ»

Ф Е Д Е Р А Л Ь Н Ы Й

БИЗНЕС журнал



Первоначальные
вложения в запуск

от 900 000 ₺

включая стоимость
паушального взноса

Полная окупаемость
вложений

от 6 месяцев

с момента запуска

✉ Partner@business-magazine.online

☎ 8-915-694-44-49

Реклама 16+

Франшиза с гарантией

Компания Pedant.ru была основана в 2013 году как сайт-агрегатор для сравнения услуг в сфере обслуживания мобильных устройств. На сайте www.pedant.ru размещались сторонние сервисные центры Москвы и Санкт-Петербурга. Сегодня Pedant.ru — лидер в сфере ремонта телефонов, в 2017 году полностью перешедший на развитие по франшизе. О лайфхаках успешного построения франшизного бизнеса читайте в Спецпроекте «Франшиза. Реальные кейсы».

7 лет

УВЕРЕННОГО РОСТА

За 7 лет на рынке компания имеет:

- более 300 филиалов;
- более 70 000 ремонтов разного уровня;
- свыше 10 000 реальных отзывов;
- более 3 000 отзывов в социальных сетях.

Более семи лет сервис Pedant.ru находится на вершине топов в нише пост-гарантийного ремонта смартфонов. За это время сеть выросла до 314 сервисных центров и сегодня присутствует в 122 городах России. Специалисты сервисов Pedant.ru предлагают более 500 видов ремонта техники ежедневно. Служба видеомониторинга в онлайн-режиме следит за качеством работы мастеров в разных уголках России. Служба контроля качества услуг обзванивает сотни клиентов и выгружает на сайт реальные аудиозвонки с их отзывами.

В чем феномен франшизы Pedant.ru?

Высокий процент открытых сервисных центров по франшизе Pedant.ru говорит о том, что у бренда — высокий показатель доверия от франчайзи, компания завоевала лояльность клиентов. И вот что этому способствовало.

1. Есть собственная школа подготовки управляющих франчайзи.

2. Бэк-офис отвечает на все вопросы франчайзи и помогает по широкому спектру тем, включая налоговую консультацию,

оформление ИП, взаимодействие с поставщиками, управление счетами в банках, юридическую поддержку и множество всего еще.

3. Большая маркетинговая команда с многолетним опытом осуществляет стабильный и высокий поток клиентов с первого дня открытия.

Не менее важна репутация: за время своего существования Pedant.ru зарекомендовал себя как надежная сеть по обслуживанию и ремонту техники. Сервисы работают только с качественными запасными частями и деталями. Склады еженедельно пополняются, клиенту не нужно ждать, когда необходимую запчасть закажут и доставят в сервисный центр.

Единственная в России франшиза с гарантией

Компания предлагает успешный и прибыльный бизнес, что доказывают триста открытых по франшизе сервисных центров. В 2018 году франшиза компании стала «Лучшей франшизой сервисных центров» (согласно рейтингу интернет-портала БИБОСС). В 2019 году на Форуме «Развитие регионов. Лучшее для России» компания Pedant.ru стала лауреатом Премии в номинации «Лучшая франшиза сервисных центров в России».

Вот несколько лайфхаков, как сделать франшизу успешной.

Каждое открытие по франшизе Pedant.ru разбито на этапы: обучение, подготовка проекта, поиск персонала, монтаж мебели и оборудования, запуск. В итоге запуск нового филиала занимает в среднем двадцать восемь дней. Выход на прибыль — за 1–2 месяца, на окупаемость — спустя 3 месяца. Если вы поняли, что это «не ваше», или по каким-либо другим причинам приняли решение остано-

ЕСЛИ ВЫ ПОНЯЛИ, ЧТО ЭТО «НЕ ВАШЕ», ИЛИ ПО КАКИМ-ЛИБО ДРУГИМ ПРИЧИНАМ ПРИНЯЛИ РЕШЕНИЕ ОСТАНОВИТЬ БИЗНЕС, ТО КОМПАНИЯ ВОЗВРАЩАЕТ СТОИМОСТЬ ФРАНШИЗЫ, ТАКИМ ОБРАЗОМ, ФРАНЧАЙЗИ ПОЛУЧАЕТ ГАРАНТИИ ВОЗВРАТА ВЛОЖЕННЫХ СРЕДСТВ. ЭТО АБСОЛЮТНОЕ НОУ-ХАУ ОТ КОМПАНИИ PEDANT.RU



Все франчайзи в обязательном порядке проходят специальную школу, позволяющую получить все необходимые знания для ведения бизнеса. Каждый проект получает полное сопровождение по налоговому, юридическому и коммерческому вопросам. Рекламой партнера занимается целый штат профессиональных специалистов головного офиса Pedant.ru.

314
СЕРВИСНЫХ
ЦЕНТРОВ

открыты в 122 городах России по франшизе компании Pedant.ru.

Данные на момент выхода статьи.

вить бизнес, то компания возвращает стоимость франшизы, таким образом, франчайзи получает гарантии возврата вложенных средств. Это абсолютное ноу-хау от компании Pedant.ru. Впрочем, как показывает практика, такие ситуации возникают крайне редко, так как компания контролирует риски и анализирует их на стадии запуска и заключения договора с будущим партнером.

Все франчайзи в обязательном порядке проходят специальную школу, позволяющую получить все необходимые знания для ведения бизнеса. Каждый проект получает полное сопровождение по налоговому, юридическому и коммерческому вопросам. Рекламой партнера занимается целый штат профессиональных специалистов головного офиса Pedant.ru.

Предприниматель, который готов работать по франшизе Pedant.ru, может выбрать для себя формат будущего бизнеса. Это может быть островок в ТЦ, собственный сервисный центр с отдельным входом или павильон в торговом центре.

Компания Pedant.ru работает и стремительно развивается на рынке сервисных услуг. Все это время ей удается сохранять баланс между высоким качеством услуг и доступным уровнем обслуживания. Благодаря этому филиалам сети гарантирован высокий спрос и уровень лояльности среди клиентов.

ФБЖ

Почему Pedant.ru — в лидерах

- **ОФИЦИАЛЬНАЯ ГАРАНТИЯ ПОСЛЕ РЕМОНТА — ДО 3 МЕСЯЦЕВ;**
- **ДОСТУПНЫЕ ЦЕНЫ;**
- **БЫСТРЫЙ РЕМОНТ;**
- **ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫЕ СОТРУДНИКИ;**
- **ВЫЗОВ МАСТЕРА НА ДОМ В МОСКВЕ И САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ;**
- **КАЧЕСТВЕННЫЕ КОМПЛЕКТУЮЩИЕ;**
- **НАСТОЯЩАЯ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОСТЬ;**
- **ПРОСТОЙ И ПОНЯТНЫЙ ИНТЕРФЕЙС САЙТА.**



Pedant.ru

НЕ МАЛЫМ ЕДИНЫМ

Основа хозяйства — большие дела

Кто в Российской Федерации только не занимался обустройством малого (а задом и среднего) бизнеса! Было даже в правительстве одно время специальное ведомство под руководством ни много ни мало Ирины Муцуовны Хакамады — одной из главных в нашей стране гуру веры в благотворность неограниченной свободы личности безо всякой оглядки на общество. В самом деле, малый бизнес — вроде бы идеальное воплощение такой свободы: работаешь только сам или с ближайшими родственниками да верными друзьями, интересуешься только нуждами клиентов, выходящих на тебя напрямую, и тех, кто может быть вполне сходен с ними по вкусам и потребностям...

Но судя по непрекращающимся жалобам, больших успехов у малого (и среднего: тут граница в разных государствах проходит по разным уровням и даже определяется по разным критериям) бизнеса пока несравненно меньше, чем в странах, всё ещё почему-то именующих себя развитыми. Там, судя по отчётам, по меньшей мере, три четверти — а то и девять десятых — людей, занятых общественно полезной (то есть такой, чьи плоды действительно востребованы не только родными да близкими) деятельностью, относятся именно к этой категории, да ещё и дают заметную долю налоговых отчислений. У нас же и народ в основном стремится работать в крупных структурах (в том числе и государственных — уж куда крупнее), и бюджет наполняется по большей части крупнейшими предприятиями (да ещё работающими не столько на внутренний рынок, сколько на экспорт — на потребителя вовсе не близкого).

Да и просьбы самих малых и средних бизнесов (МиСБ) не меняются с перестроечных времён и по сей день. Снизить налоги. А ещё лучше — предоставить субсидии хотя бы на время первоначальной раскрутки. Сократить требования — по безопасности, по качеству, по стабильности... То, что останется, проверять чем пореже — а лучше вовсе не замечать нарушений: мол, клиенты сами разберутся и в случае чего накажут невидимой рукой рынка, а тех, кто недостаточно бдителен, выручит страховка.

Что значат эти скромные пожелания в переводе на экономический язык? МиСБ способны прокормить в лучшем случае самих себя, а на общественные нужды у них обычно сил не хватает. При скромном размахе действий непосильны и правила техники безопасности — невзирая даже на то, что пишутся они кровью их нарушителей.

Кстати, расхожее мнение о неустранимых противоречиях между разными видами требований по безопасности, насколько я могу судить, изрядно преувеличено. Скажем, полиция требует, чтобы окна оружейного магазина закрывались надёжными противовзломными решётками, а пожарные хотят, чтобы те же окна были доступны для свободной эвакуации на случай пожара, весьма вероятного в месте скопления боеприпасов. Неужто так сложно сделать решётку, закреплённую замками, недоступными снаружи, но легко и быстро открываемыми изнутри — тягами от рукояток рядом с оконными проёмами?

А уж налоговыми поступлениями от МиСБ в отечественных условиях можно зачастую и вовсе пренебречь. Главный наполнитель федерального бюджета — экспорт, причём по большей части высокотехнологичный — оружие — и/или крупнотоннажный — продовольствие, металлургическая продукция, энергоносители... Всё это — деятельность не для МиСБ. С точки зрения общества в целом достаточно, чтобы его участники обеспечивали хотя бы самих себя (да немногочисленных — по определению — наёмных работников), не требуя пособий по безработице: чем бы дитя ни тешилось — лишь бы не вешалось.

Увы, чаще всего не выходит даже такой скромной степени снятия нагрузки с общества: по всей мировой статистике, вероятность разорения тем выше, чем меньше бизнес — и РФ не выпадает из общей закономерности. Ведь и колебания внешних обстоятельств, и последствия собственных управленческих ошибок захлёстывают лодку тем болезненнее, чем ниже у неё борта.

Но за очевидной бедностью МиСБ есть и другие объективные экономические причины. Рост объёма производства в определённых пре-



**АНАТОЛИЙ
ВАССЕРМАН**

писатель, политический консультант, журналист и многократный победитель интеллектуальных игр

делах снижает затраты на единицу товара и/или услуги — следовательно, в тех же пределах большой бизнес при прочих равных условиях выгоднее. Он, правда, менее поворотлив, ибо длинные технологические цепочки сложнее перенастраивать, а по длинным управленческим цепочкам сигнал проходит дольше. Поэтому МиСБ первым бросается в авантюры, а большой потом скупает удачливых (так, легендарная Microsoft разработала с нуля куда менее десятой доли своих программ). Но на длинных дистанциях — особенно при стабильных условиях — тяжеловесы, как правило, выигрывают.

Ещё одну причину отмечал ещё Карл Хайнрихович Маркс. В развитой экономике переток капитала между предприятиями и отраслями выравнивает норму прибыли. Следовательно, существует некий минимум работников, необходимый для прокормления владельца предприятия. Если бизнес меньше, владельцу приходится трудиться самому — наравне с нанятыми, а то и тяжелее. Наёмные работники — сперва в СССР, а потом под давлением его примера и во многих других странах с сопоставимым уровнем развития — добились восьмичасового рабочего дня. Многие ли малые и средние предприниматели в этих странах могут похвастать, что работают меньше двенадцати часов в сутки?

Кстати, тамашние проблемы МиСБ, судя по жалобам и требованиям его владельцев, изрядно напоминают наши. Да и статистика разорений сходная. Значит, проблемы существуют не только в головах предпринимателей.

Похоже, просьбы МиСБ о способах его раскрутки не соответствуют — или хотя бы не в полной мере соответствуют — его подлинным потребностям. Очевидно, сам взгляд на МиСБ — что изнутри, что снаружи — неточен.

Раз бизнес малый — его естественным образом рассматривают крупным планом. Но попробуем посмотреть на всю картину хозяйства, куда он вроде бы так плохо вписывается.

Любимые экономическими гуру примеры МиСБ — узкоспециализированные производители разной промышленной мелочи. Например, изготовитель амортизаторов для автомобильных подвесок может обслуживать своей продукцией сразу несколько компаний, конкурирующих между собой, делая по сути одни и те же компоненты на одних и тех же станках и содержа нескольких работников для поднастройки одной-двух деталей согласно требованиям заказчиков. Но вполне очевидно: такое производство по сути вписано в громадный конвейер и числится формально самостоятельным лишь по чисто организационным соображениям. То и дело подобные предприятия выделяются из состава крупных концернов или,

наоборот, вливаются в них — но в любом случае сама возможность их существования зависит именно от благополучия большого бизнеса.

Впрочем, львиная доля МиСБ не вписана в длинные технологические цепочки. Мастер эффективных причёсок — хоть человеческих, хоть собачьих — зависит разве что от изготовителей парикмахерского инструмента. Мастер индивидуального пошива, конечно, нужда-

ЗА ОЧЕВИДНОЙ БЕДНОСТЬЮ МИСБ ЕСТЬ И ДРУГИЕ ОБЪЕКТИВНЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРИЧИНЫ. РОСТ ОБЪЁМА ПРОИЗВОДСТВА В ОПРЕДЕЛЁННЫХ ПРЕДЕЛАХ СНИЖАЕТ ЗАТРАТЫ НА ЕДИНИЦУ ТОВАРА И/ИЛИ УСЛУГИ — СЛЕДОВАТЕЛЬНО, В ТЕХ ЖЕ ПРЕДЕЛАХ БОЛЬШОЙ БИЗНЕС ПРИ ПРОЧИХ РАВНЫХ УСЛОВИЯХ ВЫГОДНЕЕ

ется в поставщиках тканей, нитей, швейных машин и/или иголок — но даже если кто-то из таких поставщиков уйдёт с рынка, портной без труда найдёт нового, скорее всего даже не прервав обслуживание собственной клиентуры на время поиска. Булочник из хрестоматийного исследования Адама Адамовича Смита или иной организатор общественного питания и подавно не интересуется сменой лиц за прилавками рынка, где закупает сырьё на очередной день своей работы.

Но все подобные досточтимые люди зависят от изобилия и благополучия своих клиентов. Невозможно прокормиться художественной стрижкой собак, если в ближайшей окрестности слишком мало людей, чьё состояние достаточно для достойной оплаты подобной работы. Трудно свести концы с концами ресторатору в районе, чьи обитатели сводят концы с концами с таким же трудом и вынуждены по большей части кормиться дома, возмещая бесплатностью собственного стояния у кухонной плиты переплату при розничной закупке.

И нельзя уповать только на взаимообслуживание разных МиСБ. Ведь все они расходуют ресурсы: сырьё, энергию... Да и на инфраструктуру опираются обширную. А добыча ресурсов и создание инфраструктуры — задачи, как правило, слишком объёмные для МиСБ.

Благополучнее крупные производства — легче развивать МиСБ. Тысяча зайцев не заменит слона — зато прокормится листвою с наломанных им веток.

БЖ

Мост, который не сгорел

В самый разгар войны санкций, в холодные политические времена американские компании открывают новые производства в России и продолжают доказывать, что бизнес — надежный мост, который соединяет экономики разных стран. Сегодня вектор американских инвестиций разнонаправлен. На инвестиционном форуме в Сочи представители крупного американского бизнеса, как и бизнесмены из других стран, будут присматриваться к российским регионам и знакомиться с инвесткомандами губернаторов.

Американский бизнес не прерывал деловых связей с Россией даже в самой острой фазе санкционного периода. Многие крупные корпорации с американским капиталом глубоко вросли корнями в российскую экономику и играют заметную роль во многих отраслях и регионах. Последние два года Американская торговая палата, которая с середины 1990-ых представляет интересы инвесторов из США в России, фиксирует меньший интерес к вопросам санкций и большее желание развивать бизнес в России. О том, как предвыборной год в США скажется на желании американского бизнеса инвестировать в нашей стране, и о том, чего опасаются крупные бизнесмены Америки перед приходом в Россию, редакция ФБЖ спросила Алексиса Родзянко, Президента Американской торговой палаты в России, опытного финансиста, выходца из крупного американского бизнеса.

— Как вы трактуете перестановки в российском правительстве? Для вашей работы в России какое значение они имеют?

— Естественно, эти перемены крупные, мы ждем каких-то изменений. Но у этих событий очень разные толкования. Позитивно то, что новое правительство даст новый толчок к развитию. Можно надеяться, что будут действия, нацеленные на улучшение экономического результата: рост экономики и благосостояния граждан. С точки зрения инвестирования и бизнес-климата, может быть, появилась некая ясность на более

длительную политическую перспективу, чем было до этих перемен.

— Что вы имеете в виду?

— Структуру власти после завершения срока Владимира Путина. Мне кажется, что 2024 год теперь стал более понятным. Может быть, некоторые инвесторы, которые думали-гадали, что же будет, теперь могут прогнозировать, планировать более уверенно. Есть основания думать, что будет более последовательная и спокойная перемена власти после ухода нынешнего президента.

— Итоги 2019 года. Какова динамика инвестирования американского бизнеса в российскую экономику за последние пять лет?

— Если смотреть на последние пять лет, то первые два года из них были довольно сложными: резкое падение цен на нефть, девальвация рубля, введение санкций. Но все эти пять лет американские компании продолжали работать в России вполне успешно и даже прибыльно. 2019 год, по ощущениям, был очень похож на 2018-ый: инвестиции на приличном уровне с небольшой тенденцией к росту, который наметился еще в 2017–2018 годах. Компании реструктурировались, сжались, работая в условиях санкций. Инвестировали без расчета на бурный рост, но с целью поддерживать и иногда даже укреплять свои рыночные позиции на российском рынке. Сдерживающий фактор в виде санкций создает два момента: во-первых, необходимо соблюдать действующие санкции, и, кроме того, они создают обстановку неопределенности, которая усложняет принятие решений по инвестициям: а что если еще что-то запретят? Фактор неопределенности действует негативно на принятие важных инвестиционных решений. Я думаю, что это относится не только к американским компаниям, но и к европейским, китайским, японским.

— Неопределенность и санкции — единственные факторы, которые влияют на американские инвестиции в Россию, или есть и другие сопутствующие риски?

— Большая часть проблем и рисков генерируется здесь, в России: властями, законами, российским правоприменением. Все это влияет на принятие решений в бизнесе.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ КЛИМАТ В РОССИИ ПОДХОДИТ ДЛЯ КРУПНЫХ КОМПАНИЙ, КОТОРЫЕ ПУСТИЛИ КОРНИ В РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ И МОГУТ НА РАВНЫХ ОБЩАТЬСЯ С ВЛАСТЯМИ. ДЛЯ НИХ СЦЕНАРИИ, КАК С VARING VOSTOK, МАЛОВЕРОЯТНЫ, У НИХ ДОСТАТОЧНО БОЛЬШИЕ РЕСУРСЫ, ЧТОБЫ ДОГОВАРИВАТЬСЯ

ЕСЛИ РОССИЯ ЗАЙМЕТСЯ СВОИМ БИЗНЕС-КЛИМАТОМ, ЭТО БУДЕТ ЗНАЧИТЬ ДЛЯ ИНВЕСТОРА ГОРАЗДО БОЛЬШЕ, ЧЕМ ЛЮБЫЕ ПОЛИТИЧЕСКИЕ РЕШЕНИЯ. ГЛАВНОЕ, ЧТО МОЖЕТ СДЕЛАТЬ РОССИЯ, — УЛУЧШИТЬ СВОЙ ИНВЕСТКЛИМАТ, СДЕЛАТЬ СЕБЯ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОЙ СТРАНОЙ ДЛЯ ИНВЕСТИРОВАНИЯ



— Назовите топ-5 рисков для американских инвесторов.

— Дело Baring Vostok Capital Partners и арест Майкла Калви, бизнесмена, который много инвестировал в России, очень сильно сдерживает частный капитал, который ищет выход на растущие молодые бизнесы. Это сильный и очень яркий фактор, который негативно влияет на развитие российской экономики, он оказывает отрицательное влияние и на российский бизнес. Дело Калви только подчеркнуло, что такой риск существует и для иностранных инвесторов в том числе.

— Какой сигнал получил американский бизнес в связи с арестом М. Калви?

— Дело Baring Vostok возникло из-за коммерческого спора — спора между акционерами. Уголовное преследование в коммерческих делах очень сильно тормозит развитие бизнеса во всей стране. И то, что Калви и его партнеры находятся уже почти год под арестом, — лишь один пример. По данным, которые приводил бизнес-омбудсмен Борис Титов, еще около 6000 человек находятся в похожей ситуации в России: это те российские бизнесмены, которые также уголовно преследуются по каким-то вопросам, связанным с их коммерческой деятельностью.

— То есть настораживает то, что российское государство использует уголовное преследование как инструмент разрешения споров коммерческих компаний?

— Это не опасение. К сожалению, это действующий факт.

— Какие цели вы ставите перед собой на инвестиционном форуме в Сочи?

— Главный игрок на этом форуме — премьер-министр. Все ждут его визита и выступления.

— Вы с ним еще не знакомы?

— Пока нет. Мы знакомы с ведомством, которое он возглавлял до правительства. И работает оно, надо сказать, очень профессионально.

— Есть за что хвалить налоговую службу России? Как вы как опытный финансист, банкир оцениваете тот багаж, который Михаил Мишустин принесет собой из налоговой службы?

— Этот багаж может быть очень полезен. Действительно, результаты работы налоговой службы заметны в стране, они конструктивны. Как я вижу, Мишустин — опытный руководитель и достаточно упорный человек, добивается результатов, и это то, что нужно сейчас правительству.

Кроме того, на Сочинском форуме всегда хорошо представлены регионы — губернаторы и их инвестиционные команды. Американские компании развивают бизнес не только в Москве, у нас большая программа по взаимодействию американских инвесторов и региональных властей. И Сочинский форум дает возможность пообщаться лично

с первыми лицами регионов и руководителями их «экономических блоков». Мы готовим свою региональную программу на год, в Сочи рассчитываем о многом поговорить с региональными властями, обсудить конкретные проблемы по привлечению инвестиций в региональные экономики. Хотим понять, с кем можно работать, кто реально заинтересован в развитии инвестиций и в работе с американским бизнесом.

— По вашему опыту, в каких регионах губернаторские команды действительно работают над развитием инвестклимата?

— Регионы и команды не все одинаковы. У наших инвесторов есть предпочтения к определенным регионам и их подходам. Практически все региональные власти декларируют, что они заинтересованы в инвестициях. Но то, как они воплощают проекты в жизнь, — здесь есть между регионами большая разница. Кто-то реально делает, а кто-то начинает и не доделывает.

— Чего не хватает региональным властям для успешного завершения и реализации крупных инвестпроектов?

— Приведу пример. Мы работаем с одной компанией, которая решает, где строить производство по переработке сельхозпродукции. Они смотрели на два региона: в одном были подходящие земли, и там инвесторы получили ответ в духе «то, чего вы от нас хотите, мы сделать не можем». В результате инвестор ушел в другой регион, где с ним общались в другом ключе: «Какие у вас проблемы? Чем мы можем помочь? Вот наши предложения, как это можно сделать». Отношение было очень разное у региональных властей.

Приведу в пример Липецкую область: в регионе есть особые экономические зоны, где работает шесть американских компаний. В прошлом году там было открыто новое производство электротехники компании Honeywell. Крупное предприятие компании Boeing работает в Челябинской области, и оно было запущено в не самые простые времена — в 2018 году, но региональным властям удалось привлечь американские инвестиции благодаря особым условиям в экономической зоне «Титановая долина». В Воронежской, Тульской областях тоже реализуются крупные американские инвестпроекты.

Большой шаг вперед сделала Ленинградская область, существенно подняв свой инвестиционный рейтинг. Здесь лидер среди инвесторов — компания International Paper, которая организовала совместное предприятие с АО «Группа Илим».

Американских инвесторов интересует Сахалин, но их работа в этом регионе сильно ограничивается секторальными санкциями. Американские инвесторы видят Россию как один из самых больших и привлекательных европейских рынков, особенно в энергетике и нефтегазовой отрасли. Потенциал огромный, но он сдерживается санкциями.

Американские компании очень активны в сегментах FMCG и HoReCa в России: у всех на слуху такие бренды, как, например, Макдоналдс, KFC, P&G. Они активно сотрудничают с местными поставщиками, работают на местном сырье, открывают в России производства и крупнейшие логистические центры.

— Сейчас в Госдуме на рассмотрении депутатов находится законопроект о защите инвестиций. Насколько важно его принятие для американских инвесторов?

— Российские законы в этой области далеко не худшие. Проблемы в правоприменительной практике. И даже здесь, если сравнивать ситуацию сегодня и 10 лет назад, есть существенный прогресс. Инвестиционный климат в России подходит для крупных компаний, которые пустили корни в российскую экономику и могут на равных общаться с властями. Для них сценарии, как с Baring Vostok, маловероятны, у них достаточно большие ресурсы, чтобы договариваться с властями. Мне кажется, вопрос независимости и непредвзятости судебной системы — это наиболее чувствительный момент для инвесторов. В Америке более устоявшаяся судебная система, есть больше уверенности в независимости принятия решений. В России много примеров, когда принимаются неправомерные решения либо в силу некачественной работы правоохранительной системы, либо под очевидным давлением извне.

— Какие ниши в российской экономике могут быть интересны американскому инвестору?

— Энергетика, транспорт, авиация, фарма, FMCG, сельское хозяйство.

— Как выборы президента США влияют на принятие решений американских инвесторов?

— Точки трения между Россией и Америкой, конечно, определяют в итоге объем инвестиций в российскую экономику. В этом смысле важно, как сложится предвыборная кампания в США, и кто станет новым президентом.

Конечно, сегодняшний президент слышит американский бизнес, его отношение к бизнесу лучше, чем было у президента Обамы. Трамп — человек из бизнеса, для него первый показатель успеха страны — успех бизнеса. И он сегодня есть: рынок капитала находится на рекордных уровнях, результаты работы крупнейших компаний положительные. При Трампе были сняты многие бюрократические барьеры, и бизнес стал чувствовать себя лучше, чем при предыдущей администрации. Даже на фоне санкций, несмотря на прохладные политические отношения между двумя странами, у Трампа к бизнесу, который работает в России, более положительное отношение. Если сравнивать две администрации — Обамы и Трампа, то предыдущая мешала и не помогала, нынешняя в чем-то мешает, в чем-то помогает деловому сообществу. Транслируется следующая позиция из Белого дома: «Мы будем вас ограничивать, но мы не запрещаем вам вести бизнес. Там, где мы вас ограничиваем, будьте добры соблюдать правила. Но там, где мы вас не ограничиваем, пожалуйста, развивайте бизнес». Для Американской торговой палаты это важный посыл: важно, чтобы деловые отношения между странами сохранялись, и еще лучше, если они будут развиваться.

— Ваш прогноз на политический год в США.

— Мы сейчас наблюдаем за процессом импичмента президенту. И в связи с этим возникла пауза в отноше-

нии действий США относительно России. Это, безусловно, связано с импичментом. Никаких законодательных инициатив в адрес кого-либо быть не может. Вероятнее всего, Сенат не снимет президента Трампа. И тогда все переключаются на предвыборную кампанию между Трампом и кем-то другим. Это будет довольно скоро. После праймериз, когда будет определен кандидат от демократов, может снова возникнуть вопрос России. Важно, кто из кандидатов какую позицию займет. Тогда мы и ждем каких-то действий в отношении России: либо усиление санкций значительное, либо усиление санкций, но слабое, либо угроза усиления санкций в будущем в случае обвинения во вмешательстве в выборы США.

— *Кажется, бизнес привык жить в условиях санкций?*

— Об этом можно судить в том числе по нашим мероприятиям. В 2018 году мы пять раз встречались и анализировали действия, связанные с санкциями, на эти встречи пришло 900 человек. В 2019 году было всего две таких встречи, на которые пришло всего около 200 человек.

— *Совет «капитанов» российского и американского бизнеса, о котором после встречи с Трампом в Хельсинки говорил президент Путин, — кому он нужен, и какие задачи на него возлагаются?*

— Такой совет де-факто существует еще с прошлого века. В России его роль выполнял Российско-американский деловой совет, который со временем вошел в состав РСПП, в США — Американско-российский деловой совет (U.S.-Russia Business Council, USRBC). Мы близкие партнеры и с РСПП, и с USRBC, все мы ведем работу по развитию деловых связей между Россией и США. Сейчас весь вопрос в том, когда и где будет организована общая встреча «капитанов бизнеса» с российской и американской стороны.

— *В этом стремлении наладить работу совета «капитанов бизнеса» есть что-либо, кроме политики?*

— Да, признание того, что бизнес — мост, который надо укреплять. Какие отношения между нашими странами сегодня продолжают жить? — Это, прежде всего, деловые связи. Российская сторона всегда говорила: вы здесь желанные гости, мы ни в коей мере не будем вас притеснять, и то, что вы из США и у вас американская прописка, — это не станет для вас «черной» меткой.

— *На кого ставите в выборах США?*

— Когда действующий президент идет на выборы, на его стороне есть преимущество: держащий это место имеет лучшие шансы, чтобы удержать его. С точки зрения кармана американца все хорошо. С точки зрения внешней политики — не было объявлено новых войн, потери меньше. Трамп оказался не воякой, он нацелен на мир. Президент добился промежуточного соглашения с Китаем — это козырь для него. Импичмент и методы борьбы Трампа — скорее минус, чем плюс. По совокупности получается, что Трамп, вероятнее всего, останется.



ЕСЛИ СРАВНИВАТЬ ДВЕ АДМИНИСТРАЦИИ — ОБАМЫ И ТРАМПА, ТО ПРЕДЫДУЩАЯ МЕШАЛА И НЕ ПОМОГАЛА, НЫНЕШНЯЯ В ЧЕМ-ТО МЕШАЕТ, В ЧЕМ-ТО ПОМОГАЕТ ДЕЛОВОМУ СООБЩЕСТВУ. ТРАНСЛИРУЕТСЯ СЛЕДУЮЩАЯ ПОЗИЦИЯ ИЗ БЕЛОГО ДОМА: «МЫ БУДЕМ ВАС ОГРАНИЧИВАТЬ, НО МЫ НЕ ЗАПРЕЩАЕМ ВАМ ВЕСТИ БИЗНЕС. ТАМ, ГДЕ МЫ ВАС ОГРАНИЧИВАЕМ, БУДЬТЕ ДОБРЫ СОБЛЮДАТЬ ПРАВИЛА. НО ТАМ, ГДЕ МЫ ВАС НЕ ОГРАНИЧИВАЕМ, ПОЖАЛУЙСТА, РАЗВИВАЙТЕ БИЗНЕС»

— *В этот непростой с политической точки зрения год для США какие задачи Американская торговая палата намерена решать в России?*

— Если мы сможем добиться пусть даже скромного роста, это будет большим достижением. Наша прямая задача — удержать стабильную ситуацию и стремиться к росту. Если появится попутный ветер в виде политических решений, нам будет действовать гораздо легче, но я на это особо не рассчитываю. Я реалист, оптимист я лишь в том, что не вижу реальной почвы для конфликта между Россией и США.

— *Если бы не было никаких санкций, мы бы почувствовали разницу в уровне развития деловых связей и притоке инвестиций?*

— Если Россия займется своим бизнес-климатом, это будет значить для инвестора гораздо больше, чем любые политические решения. Главное, что может сделать Россия, — улучшить свой инвестиционный климат, сделать себя привлекательной страной для инвестирования. Во многом тогда отойдут на второй план те геополитические риски, которые сейчас кажутся существенными. ФБЖ

Регионы снова в зоне риска

Выпуск рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России за 2019 год констатирует завершение двухлетнего периода снижения инвестрисков в стране. Развитие регионов сейчас ограничивается экономическими и социальными факторами, зависящими скорее от общей макроэкономической ситуации, чем от усилий региональных властей. В лучшую сторону положение может измениться лишь через год–два — с началом активной фазы реализации нацпроектов.

Когда мы говорим об инвестиционной привлекательности регионов, мы смотрим на нее с двух точек зрения. Первый угол зрения — это инвестиционная емкость региона, то есть насколько масштабные инвестиции туда могут быть осуществлены, есть ли куда вкладываться. Этот параметр мы называем для себя инвестиционным потенциалом. Второй угол зрения — это инвестиционный риск, то есть насколько велика вероятность того, что инвестор потеряет свои деньги в регионе, насколько рискованный этот регион.

Тревожные тенденции

В 2019 году мы наблюдали завершение двухлетнего тренда к сокращению уровня инвестиционных рисков. При этом на первый план выходят экономический и социальный риски. Особенность состоит в том, что именно эти проблемы наиболее сложно купировать на региональном уровне. Даже очень успешным администрациям, если они не обладают масштабными внутренними ресурсами, справиться с ними достаточно сложно.

Мы видим, что доля регионов, в которых динамика в основной капитал имеет отрицательный характер, возрастает, и она достигла фактически 50%. А общий объем инвестиций в основной капитал в целом по России фактически приблизился к нулю.

Что касается доходов населения, то по результатам первого полугодия динамика общероссийского показателя отрицательная. А что касается количества регионов, которые демонстрируют отрицательное движение, то это опять-таки половина регионов. Тенденция очень тревожная, поскольку сейчас рейтинг продвигают только регионы с очень внушительными экономическими и социальными возможностями, прежде всего, регионы, сосредоточенные вокруг городов-миллионников, которые имеют более широкие возможности с точки зрения компенсации возможных рисков.

Когда мы говорим о лидерах рейтинга по риску, мы, естественно, имеем в виду регионы с минимальным инвестиционным риском. Третий год подряд в рейтинге по уровню риска лидирует Московская область, где самые низкие инвестиционные риски в России. На второе место в 2019 году прорвалась Белгородская область — плюс три места по сравнению с 2018 годом. Позицию «бронзового призера» занимает Липецкая область.

География лидеров

Что касается регионов с максимальным потенциалом, понятно, что потенциал — очень инерционная характеристика, которая не может меняться быстро. Порядковые изменения мест произошли только в конце списка: Челябинская и Нижегородская область поменялись местами. Все остальные



ДМИТРИЙ КАБАЛИНСКИЙ

заместитель
генерального директора
рейтингового агентства
RAEX (РАЭКС–Аналитика)

В 2019 ГОДУ МЫ НАБЛЮДАЛИ ЗАВЕРШЕНИЕ ДВУХЛЕТНЕГО ТРЕНДА К СОКРАЩЕНИЮ УРОВНЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РИСКОВ. ПРИ ЭТОМ НА ПЕРВЫЙ ПЛАН ВЫХОДЯТ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ И СОЦИАЛЬНЫЙ РИСК. ОСОБЕННОСТЬ СОСТОИТ В ТОМ, ЧТО ИМЕННО ЭТИ ПРОБЛЕМЫ НАИБОЛЕЕ СЛОЖНО КУПИРОВАТЬ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ

регионы (восемь регионов) либо улучшили свои позиции, либо как минимум сохранили их. Поэтому именно крупные регионы с масштабным потенциалом сейчас имеют лучшие возможности с точки зрения инвестирования.

Стоит отметить, что географическая близость к экономическим центрам становится очень важным конкурентным преимуществом для регионов. Если смотреть, например, на Московский кластер, то из семи сопредельных с Московской областью регионов только два потеряли позиции в рейтинге по рискам. Если говорить о регионах, близких к Санкт-Петербургу, то лишь одна область снизилась по уровню риска, а три других продвинулись.

Этот тезис еще раз иллюстрирует старую мысль о том, что сейчас, наверное, люди, население становится главным фактором экономического роста (в отличие от сырья). Несмотря на то, что 2018 год выдался достаточно благоприятным для таких российских сырьевых отраслей, как нефтяная, газовая, металлургическая и угольная, регионы, которые имеют максимальный природно-ресурсный потенциал, выглядят в рейтинге не очень хорошо.

Федеральная «прокачка»

Знаковым достижением рейтинга 2019 года является снижение финансового риска. Если говорить о динамике индекса, то снижение превысило 1% (это довольно много). Наверно, наиболее наглядно эта тенденция иллюстрируется снижением долговой нагрузки российских регионов. Если в 2013–2014 гг. данная проблема действительно имела угрожающий характер, то сейчас она решается достаточно успешно (прежде всего, усилиями федеральных финансовых властей). Уровень долговой нагрузки сейчас составляет порядка 25%. Это неплохо, достаточно низкий уровень с точки зрения семилетней динамики. А показатель количества регионов с ростом государственного долга сейчас минимальный за последние семь лет.

Фактором поддержки регионов традиционно является реализация крупных федеральных программ. Однако сложно утверждать, что федеральные программы оказывают однозначно положительное влияние на динамику продвижения регионов в рейтинге.

Если говорить о наиболее крупной из них, то это, бесспорно, социально-экономическое развитие Крыма и Севастополя. Общая стоимость программы составляет почти триллион рублей, притом основная доля выделяется из федерального бюджета напрямую. Соответственно, надежды на не бюджетные источники финансирования минимальны.

Казалось бы, все должно быть хорошо: на 1 ноября государство уже вложило более полутриллиона рублей. А вот что касается итогов, Крым снизился в этом рейтинге на одну позицию и сейчас занимает 70-е место. В 2015 году, когда программа начиналась, Крым находился на 66-ой позиции. Правда, очень серьезно продвинулся Севастополь — плюс шесть мест в этом году (58-я позиция).

Если говорить о программах с наиболее продолжительной историей, это программа развития Дальнего Востока. Первое упоминание о господдержке развития Дальнего Востока относится к 1996 году. За 2002–2018

ЛЮДИ, НАСЕЛЕНИЕ СТАНОВИТСЯ ГЛАВНЫМ ФАКТОРОМ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА (В ОТЛИЧИЕ ОТ СЫРЬЯ). НЕСМОТЯ НА ТО, ЧТО 2018 ГОД ВЫДАЛСЯ ДОСТАТОЧНО БЛАГОПРИЯТНЫМ ДЛЯ ТАКИХ РОССИЙСКИХ СЫРЬЕВЫХ ОТРАСЛЕЙ, КАК НЕФТЯНАЯ, ГАЗОВАЯ, МЕТАЛЛУРГИЧЕСКАЯ И УГОЛЬНАЯ, РЕГИОНЫ, КОТОРЫЕ ИМЕЮТ МАКСИМАЛЬНЫЙ ПРИРОДНО-РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ, ВЫГЛЯДЯТ В РЕЙТИНГЕ НЕ ОЧЕНЬ ХОРОШО

гг. израсходовано более 500 млрд руб. За 2019–2025 гг. планируется «влиять» в регион еще 274 миллиарда. Но что касается трендов, которые были характерны для Дальнего Востока в последние десятилетия, — это депопуляция населения. Проблема так и не решена. Если смотреть на регион через призму нашего рейтинга, то 7 из 11 регионов ДФО ухудшили свои позиции в рейтинге по риску.

И о позитивных примерах — Калининградская область: в нее государство вкладывается на протяжении последних 20 лет. Общий объем инвестиций в относительно небольшой субъект Российской Федерации за 2013–2019 гг. составил 230 миллиардов, в том числе почти половина выделена из федерального бюджета. Соответственно, динамика по риску в 2019 году достаточно неплохая — плюс 8 мест (26-е место в нашем рейтинге). Правда, нужно принимать во внимание, что если мы посмотрим назад и заглянем в результаты рейтинга 2006 года, то увидим, что в тот период Калининград занимал в нашем рейтинге третье место. Сейчас новая волна регионального развития связывается с национальными проектами.

1 ТРИЛЛИОН РУБЛЕЙ

составляет общая стоимость федеральной программы, направленной на социально-экономическое развитие Крыма и Севастополя.

7 из 11 РЕГИОНОВ

Дальневосточного Федерального округа ухудшили свои позиции в рейтинге по риску.

500 МИЛЛИАРДОВ РУБЛЕЙ

израсходовано на господдержку развития Дальнего Востока за 2002–2018 гг.

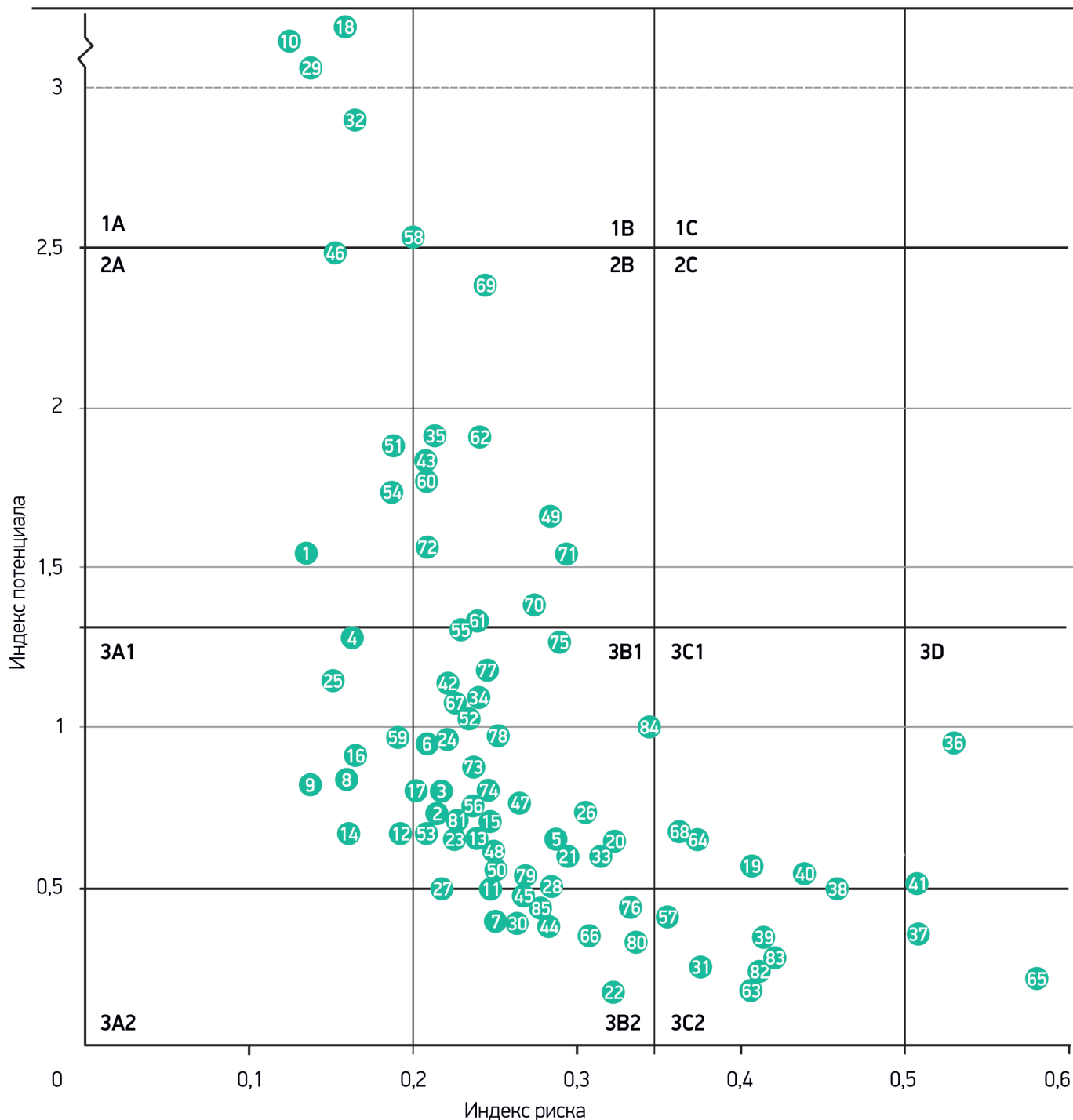
Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России-2019

Организатор — Рейтинговое агентство RAEX-Аналитика

Таблица 1. Распределение российских регионов по рейтингу инвестиционного климата в 2019 году

Номер на графике 1	Регион	Номер на графике 1	Регион
Максимальный потенциал — минимальный риск (1А)		Пониженный потенциал — умеренный риск (3В1)	
10	Московская область	48	Чувашская республика
18	г. Москва	52	Оренбургская область
29	г. Санкт-Петербург	53	Пензенская область
32	Краснодарский край	55	Саратовская область
Средний потенциал — минимальный риск (2А)		56	Ульяновская область
1	Белгородская область	67	Алтайский край
46	Республика Татарстан	73	Омская область
51	Нижегородская область	74	Томская область
54	Самарская область	75	Республика Саха (Якутия)
Пониженный потенциал — минимальный риск (3А1)		77	Приморский край
4	Воронежская область	78	Хабаровский край
8	Курская область	81	Сахалинская область
9	Липецкая область	84	Республика Крым
12	Рязанская область	Незначительный потенциал — умеренный риск (3В2)	
14	Тамбовская область	7	Костромская область
16	Тульская область	11	Орловская область
25	Ленинградская область	22	Ненецкий авт. округ
59	Тюменская область	27	Новгородская область
Незначительный потенциал — минимальный риск (3А2)		28	Псковская область
—		30	Республика Адыгея
Высокий потенциал — умеренный риск (1В)		44	Республика Марий Эл
58	Свердловская область	45	Республика Мордовия
Средний потенциал — умеренный риск (2В)		50	Кировская область
35	Ростовская область	66	Республика Ханасия
43	Республика Башкортостан	76	Камчатский край
49	Пермский край	79	Амурская область
60	Ханты-Мансийский авт. округ — Югра	80	Магаданская область
61	Ямало-Ненецкий авт. округ	85	г. Севастополь
62	Челябинская область	Максимальный потенциал — высокий риск (1С)	
69	Красноярский край	—	
70	Иркутская область	Средний потенциал — высокий риск (2С)	
71	Кемеровская область	—	
72	Новосибирская область	Пониженный потенциал — высокий риск (3С1)	
Пониженный потенциал — умеренный риск (3В1)		68	Забайкальский край
3	Владимирская область	64	Республика Бурятия
6	Калужская область	Незначительный потенциал — высокий риск (3С2)	
2	Брянская область	19	Республика Карелия
5	Ивановская область	31	Республика Калмыкия
13	Смоленская область	38	Кабардино-Балкарская Республика
15	Тверская область	39	Карачаево-Черкесская Республика
17	Ярославская область	40	Республика Северная Осетия – Алания
20	Республика Коми	57	Курганская область
21	Архангельская область	63	Республика Алтай
23	Вологодская область	82	Еврейская авт. область
24	Калининградская область	83	Чукотский авт. округ
26	Мурманская область	Низкий потенциал — экстремальный риск (3D)	
33	Астраханская область	36	Республика Дагестан
34	Волгоградская область	37	Республика Ингушетия
42	Ставропольский край	41	Чеченская Республика
47	Удмуртская республика	65	Республика Тыва

График 1. Инвестиционный рейтинг российских регионов за 2019 год



Условные обозначения

1A — максимальный потенциал — минимальный риск
 1B — высокий потенциал — умеренный риск
 1C — высокий потенциал — высокий риск
 2A — средний потенциал — минимальный риск
 2B — средний потенциал — умеренный риск
 2C — средний потенциал — высокий риск

3A1 — пониженный потенциал — минимальный риск
 3A2 — незначительный потенциал — минимальный риск
 3B1 — пониженный потенциал — умеренный риск
 3C1 — пониженный потенциал — высокий риск
 3B2 — незначительный потенциал — умеренный риск
 3C2 — незначительный потенциал — высокий риск
 3D — низкий потенциал — экстремальный риск

Таблица 2. Инвестиционный риск российских регионов в 2019 году

Ранг риска		Ранг потенциала, 2019 г.	Регион (субъект Федерации)	Средневзвешенный индекс риска, 2019 год	Изменение индекса риска, 2019 год к 2018 году, увеличение или (–) снижение	Ранги составляющих инвестиционного риска в 2019 г.						Изменение ранга риска, 2019 год к 2018 году
2019 г.	2018 г.					Социальный	Экономический	Финансовый	Криминальный	Экологический	Управленческий	
1	1	2	Московская область	0,125	–0,001	3	6	6	17	28	6	0
2	5	16	Белгородская область	0,135	0,003	4	4	10	1	8	42	3
3	3	38	Липецкая область	0,138	0,009	5	14	15	10	37	19	0
4	10	3	город Санкт–Петербург	0,139	–0,012	2	12	4	65	47	1	6
5	4	23	Ленинградская область	0,152	0,022	12	11	1	54	49	4	–1
6	7	6	Республика Татарстан	0,153	0,015	16	2	14	13	39	16	1
7	12	1	город Москва	0,154	–0,012	1	33	12	71	25	3	5
8	6	51	Тамбовская область	0,161	0,024	9	21	44	7	13	10	–2
9	9	37	Курская область	0,162	0,014	10	18	24	8	4	28	0
10	8	20	Воронежская область	0,163	0,023	6	5	42	36	14	15	–2
11	2	4	Краснодарский край	0,165	0,037	28	1	16	37	12	34	–9
12	11	35	Тульская область	0,166	0,006	7	17	23	5	36	27	–1
13	20	13	Самарская область	0,187	–0,009	25	27	9	28	33	23	7
14	15	10	Нижегородская область	0,188	0,008	8	54	20	30	11	30	1
15	14	30	Тюменская область	0,193	0,014	39	16	5	56	45	13	–1
16	13	49	Рязанская область	0,195	0,019	20	30	25	22	27	25	–3
17	21	5	Свердловская область	0,201	0,002	18	37	17	32	61	17	4
18	35	40	Ярославская область	0,203	–0,025	21	48	29	9	51	9	17
19	24	12	Ханты–Мансийский авт. округ — Югра	0,206	–0,002	22	42	3	67	76	2	5
20	17	11	Республика Башкортостан	0,207	0,020	61	7	7	38	44	50	–3
21	19	15	Новосибирская область	0,209	0,014	58	20	13	49	35	18	–2
22	25	34	Калужская область	0,209	–0,002	15	25	51	62	26	7	3
23	16	50	Пензенская область	0,209	0,025	31	53	32	4	9	37	–7
24	18	9	Ростовская область	0,214	0,025	33	3	59	25	30	51	–6
25	23	39	Владимирская область	0,217	0,012	24	31	55	33	6	26	–2
26	34	32	Калининградская область	0,220	–0,007	36	24	62	18	3	22	8
27	26	68	Новгородская область	0,221	0,008	26	38	43	61	18	24	–1
28	22	24	Ставропольский край	0,223	0,020	40	9	33	46	22	73	–6
29	37	45	Брянская область	0,223	–0,006	13	29	67	2	24	33	8
30	40	48	Вологодская область	0,227	–0,007	30	40	36	16	65	32	10
31	27	26	Волгоградская область	0,231	0,012	42	47	38	11	40	39	–4
32	28	47	Сахалинская область	0,231	0,010	29	35	49	58	67	5	–4
33	36	27	Саратовская область	0,233	0,005	47	23	45	20	38	53	3
34	39	41	Ульяновская область	0,233	0,001	45	64	35	14	16	38	5
35	38	43	Томская область	0,235	0,002	55	26	22	40	60	47	3
36	33	19	Ямало–Ненецкий автономный округ	0,235	0,008	11	69	2	41	85	20	–3
37	30	36	Омская область	0,237	0,014	57	10	28	64	53	62	–7
38	29	25	Алтайский край	0,239	0,017	54	34	26	27	43	60	–9
39	48	54	Смоленская область	0,240	–0,017	41	62	39	39	15	41	9
40	43	8	Челябинская область	0,242	0,005	44	39	11	77	64	29	3
41	42	7	Красноярский край	0,244	0,010	51	22	19	43	78	31	1
42	50	46	Тверская область	0,245	–0,016	19	79	53	23	17	36	8
43	47	22	Приморский край	0,246	–0,009	48	13	47	68	62	43	4

Ранг риска		Ранг потенциала, 2019 г.	Регион (субъект Федерации)	Среднезвешенный индекс риска, 2019 год	Изменение индекса риска, 2019 год к 2018 году, увеличение или (-) снижение	Ранги составляющих инвестиционного риска в 2019 г.						Изменение ранга риска, 2019 год к 2018 году
2019 г.	2018 г.					Социальный	Экономический	Финансовый	Криминальный	Экологический	Управленческий	
44	31	57	Чувашская Республика	0,246	0,023	63	51	41	26	32	14	-13
45	41	61	Кировская область	0,248	0,014	38	56	40	35	56	46	-4
46	60	63	Орловская область	0,249	-0,034	23	46	63	15	23	64	14
47	51	29	Хабаровский край	0,252	-0,012	14	45	58	42	70	35	4
48	32	31	Оренбургская область	0,252	0,026	43	50	18	52	63	66	-16
49	57	73	Костромская область	0,256	-0,020	17	73	46	31	54	68	8
50	46	74	Республика Адыгея	0,264	0,018	68	15	64	3	7	52	-4
51	49	42	Удмуртская Республика	0,264	0,003	50	68	30	66	42	55	-2
52	45	65	Амурская область	0,268	0,026	37	36	57	75	68	11	-7
53	52	67	Республика Мордовия	0,270	0,003	62	43	61	45	10	48	-1
54	44	18	Иркутская область	0,274	0,033	64	32	8	69	73	63	-10
55	61	70	город Севастополь	0,279	-0,010	60	63	71	6	2	67	6
56	53	14	Пермский край	0,284	0,014	49	67	52	63	66	49	-3
57	54	75	Республика Марий Эл	0,284	0,012	67	65	37	24	46	54	-3
58	64	66	Псковская область	0,285	-0,007	52	52	66	55	31	58	6
59	59	55	Архангельская область	0,286	0,003	34	61	54	57	77	44	0
60	56	21	Республика Саха (Якутия)	0,289	0,014	74	19	34	12	82	40	-4
61	65	59	Ивановская область	0,293	0,000	27	76	70	34	34	61	4
62	55	17	Кемеровская область	0,294	0,021	46	66	50	48	72	70	-7
63	66	44	Мурманская область	0,306	0,006	56	83	31	51	80	8	3
64	58	76	Республика Хакасия	0,307	0,031	59	55	60	59	57	75	-6
65	63	58	Астраханская область	0,316	0,024	73	58	56	60	50	65	-2
66	62	56	Республика Коми	0,319	0,029	69	72	27	76	81	12	-4
67	67	85	Ненецкий автономный округ	0,322	0,005	70	74	21	78	79	21	0
68	74	71	Камчатский край	0,333	-0,039	53	70	72	70	71	57	6
69	68	78	Магаданская область	0,337	0,008	35	78	48	83	83	45	-1
70	69	28	Республика Крым	0,344	0,006	71	77	75	19	1	74	-1
71	71	72	Курганская область	0,355	-0,005	65	75	74	73	41	69	0
72	70	52	Республика Бурятия	0,364	0,021	76	44	69	72	69	72	-2
73	72	53	Забайкальский край	0,370	0,007	75	80	65	47	75	56	-1
74	77	81	Республика Калмыкия	0,375	-0,019	79	59	73	29	55	71	3
75	76	60	Республика Карелия	0,407	0,019	72	82	77	50	74	59	1
76	73	84	Республика Алтай	0,409	0,039	82	41	76	53	58	79	-3
77	78	83	Еврейская автономная область	0,412	0,010	66	84	68	79	52	83	1
78	75	79	Карачаево-Черкесская Республика	0,415	0,043	83	8	81	80	5	77	-3
79	81	80	Чукотский автономный округ	0,421	-0,028	32	85	79	21	84	78	2
80	80	62	Республика Северная Осетия — Алания	0,440	-0,008	77	81	78	82	48	76	0
81	79	69	Кабардино-Балкарская Республика	0,459	0,025	81	71	80	84	21	80	-2
82	82	64	Чеченская Республика	0,506	0,033	78	49	85	74	19	85	0
83	84	77	Республика Ингушетия	0,509	-0,014	84	60	83	44	29	84	1
84	83	33	Республика Дагестан	0,530	0,008	80	28	82	85	20	81	-1
85	85	82	Республика Тыва	0,580	-0,010	85	57	84	81	59	82	0

Таблица 3. Инвестиционный потенциал российских регионов в 2019 году

Ранг потенциала		Ранг риска, 2019 г.	Регион (субъект Федерации)	Доля в общероссийском потенциале, 2019 г., %	Изменение доли в потенциале, 2019 год к 2018 году (процентные пункты)	Ранги составляющих инвестиционного потенциала в 2017 г.									Изменение ранга риска, 2019 год к 2018 году
2019 г.	2018 г.					Трудовой	Потребительский	Производственный	Финансовый	Институциональный	Инновационный	Инфраструктурный	Природно-ресурсный	Туристический	
1	1	7	г. Москва	14,6	0,115	1	1	1	1	1	1	1	84	1	0
2	2	1	Московская область	6,2	0,217	2	2	3	2	3	2	2	51	4	0
3	3	4	г. Санкт-Петербург	4,8	-0,146	3	3	2	3	2	3	6	85	3	0
4	4	11	Краснодарский край	2,9	-0,023	4	4	7	5	4	19	5	30	2	0
5	5	17	Свердловская область	2,5	-0,040	7	5	6	6	5	7	48	13	7	0
6	6	6	Республика Татарстан	2,5	-0,003	5	6	5	7	6	5	29	40	6	0
7	7	41	Красноярский край	2,4	0,044	14	13	9	9	13	11	79	1	9	0
8	10	40	Челябинская область	1,9	0,003	9	11	10	13	9	8	28	25	10	2
9	9	24	Ростовская область	1,9	-0,034	8	7	11	10	7	14	14	33	16	0
10	8	14	Нижегородская область	1,9	-0,087	11	9	15	12	10	4	31	58	12	-2
11	11	20	Республика Башкортостан	1,8	-0,038	10	8	12	8	12	20	43	21	8	0
12	17	19	Ханты-Мансийский авт. округ — Югра	1,8	0,260	20	18	4	4	27	56	74	9	63	5
13	12	13	Самарская область	1,7	-0,006	6	10	14	11	8	15	20	47	17	-1
14	13	56	Пермский край	1,7	-0,031	23	14	16	15	14	16	57	6	13	-1
15	15	21	Новосибирская область	1,6	0,003	13	16	17	18	11	6	49	39	29	0
16	16	2	Белгородская область	1,5	0,009	29	27	22	21	25	21	4	5	36	0
17	14	62	Кемеровская область	1,5	-0,028	19	19	13	16	20	44	54	4	32	-3
18	18	54	Иркутская область	1,4	-0,017	22	25	18	17	18	28	73	7	15	0
19	21	36	Ямало-Ненецкий авт. округ	1,3	0,091	58	50	8	14	69	47	77	3	68	2
20	19	10	Воронежская область	1,3	-0,010	18	15	21	20	15	18	15	50	28	-1
21	20	60	Республика Саха (Якутия)	1,3	0,019	52	40	32	30	51	54	83	2	69	-1
22	22	43	Приморский край	1,2	-0,011	21	21	25	22	17	32	50	18	11	0
23	24	5	Ленинградская область	1,1	0,031	26	23	19	19	32	25	9	48	20	1
24	23	28	Ставропольский край	1,1	-0,010	12	17	27	24	19	39	51	45	31	-1
25	25	38	Алтайский край	1,1	-0,026	24	24	37	32	30	13	44	23	25	0
26	26	31	Волгоградская область	1,1	-0,007	16	20	23	27	21	35	52	34	35	0
27	27	33	Саратовская область	1,0	-0,022	17	22	30	29	26	26	32	38	27	0
28	29	70	Республика Крым	1,0	-0,019	25	32	50	38	22	53	22	35	5	1
29	30	47	Хабаровский край	1,0	-0,015	30	30	35	37	23	37	64	12	22	1
30	32	15	Тюменская область	1,0	0,002	32	29	20	23	24	23	62	43	26	2
31	33	48	Оренбургская область	1,0	0,009	27	28	26	28	33	55	42	20	39	2
32	31	26	Калининградская область	1,0	-0,008	46	54	34	55	16	60	3	29	37	-1
33	28	84	Республика Дагестан	0,9	-0,089	15	12	56	25	58	46	40	41	44	-5
34	34	22	Калужская область	0,9	0,001	45	49	31	47	37	9	16	70	34	0
35	35	12	Тулская область	0,9	0,005	31	31	33	34	31	40	11	66	52	0
36	36	37	Омская область	0,9	-0,023	28	26	24	31	28	29	59	44	70	0
37	37	9	Курская область	0,8	-0,016	35	41	40	39	50	41	10	22	58	0
38	38	3	Липецкая область	0,8	-0,002	40	33	28	35	44	65	8	73	57	0
39	40	25	Владимирская область	0,8	-0,022	36	39	41	45	34	30	18	68	19	1
40	39	18	Ярославская область	0,8	-0,027	37	37	39	43	36	22	33	79	18	-1
41	45	34	Ульяновская область	0,7	0,036	39	47	48	53	41	12	35	54	62	4
42	41	51	Удмуртская Республика	0,7	-0,020	34	34	38	36	35	36	45	64	51	-1
43	46	35	Томская область	0,7	0,024	41	51	44	42	46	10	81	36	80	3

Ранг потенциала		Ранг риска, 2019 г.	Регион (субъект Федерации)	Доля в общероссийском потенциале, 2019 г., %	Изменение доли в потенциале, 2019 год к 2018 году (процентные пункты)	Ранги составляющих инвестиционного потенциала в 2017 г.									Изменение ранга риска, 2019 год к 2018 году
2019 г.	2018 г.					Трудовой	Потребительский	Производственный	Финансовый	Институциональный	Инновационный	Инфраструктурный	Природно-ресурсный	Туристический	
44	42	63	Мурманская область	0,7	-0,026	61	60	54	48	55	61	47	11	60	-2
45	43	29	Брянская область	0,7	-0,006	42	35	52	50	45	42	13	69	49	-2
46	44	42	Тверская область	0,7	-0,008	43	38	45	46	38	34	39	60	23	-2
47	55	32	Сахалинская область	0,7	0,042	71	62	29	26	53	66	53	24	74	8
48	49	30	Вологодская область	0,7	-0,007	55	46	36	33	40	45	66	59	24	1
49	47	16	Рязанская область	0,7	-0,016	49	45	43	49	42	38	30	57	41	-2
50	50	23	Пензенская область	0,7	-0,007	33	42	46	52	43	33	37	56	54	0
51	53	8	Тамбовская область	0,7	0,000	54	43	53	51	61	17	36	63	72	2
52	48	72	Республика Бурятия	0,7	-0,016	57	53	73	57	63	67	76	10	14	-4
53	52	73	Забайкальский край	0,6	-0,016	64	52	71	58	65	77	70	8	43	-1
54	54	39	Смоленская область	0,6	-0,003	50	56	47	60	29	43	25	72	42	0
55	51	59	Архангельская область	0,6	-0,028	56	36	55	44	49	48	69	19	47	-4
56	58	66	Республика Коми	0,6	0,001	65	61	42	40	52	59	72	14	55	2
57	57	44	Чувашская Республика	0,6	-0,010	38	59	58	61	47	51	19	80	50	0
58	59	65	Астраханская область	0,6	0,004	48	55	49	41	56	57	56	28	59	1
59	56	61	Ивановская область	0,6	-0,032	51	57	57	62	48	24	34	81	45	-3
60	60	75	Республика Карелия	0,6	-0,015	73	67	62	70	57	50	41	26	21	0
61	61	45	Кировская область	0,6	-0,013	44	44	51	54	39	52	65	55	40	0
62	62	80	Республика Северная Осетия — Алания	0,5	0,009	59	66	78	71	74	71	7	77	64	0
63	63	46	Орловская область	0,5	-0,001	62	63	63	63	60	62	23	75	66	0
64	66	82	Чеченская Республика	0,5	0,001	47	48	74	56	76	74	24	74	81	2
65	64	52	Амурская область	0,5	-0,012	63	58	59	59	59	73	68	27	56	-1
66	68	58	Псковская область	0,5	-0,002	72	70	69	69	54	70	17	76	33	2
67	67	53	Республика Мордовия	0,5	-0,010	53	71	60	67	64	49	38	65	61	0
68	65	27	Новгородская область	0,5	-0,016	74	68	64	64	62	31	46	78	30	-3
69	69	81	Кабардино-Балкарская Республика	0,5	0,002	60	64	75	66	71	63	27	52	65	0
70	70	55	город Севастополь	0,4	0,006	68	75	76	76	72	64	26	67	38	0
71	71	68	Камчатский край	0,4	-0,002	75	76	67	74	70	68	71	17	53	0
72	72	71	Курганская область	0,4	-0,012	66	65	70	65	67	72	55	42	77	0
73	73	49	Костромская область	0,4	-0,015	69	69	68	68	66	76	60	71	46	0
74	75	50	Республика Адыгея	0,4	-0,002	76	73	77	75	75	79	21	82	76	1
75	74	57	Республика Марий Эл	0,4	-0,011	67	72	65	73	68	58	63	46	73	-1
76	76	64	Республика Хакасия	0,3	0,001	77	74	66	72	73	69	67	32	78	0
77	77	83	Республика Ингушетия	0,3	0,003	79	78	85	78	83	83	12	83	75	0
78	78	69	Магаданская область	0,3	-0,001	81	79	72	77	77	78	75	15	82	0
79	79	78	Карачаево-Черкесская Республика	0,3	-0,004	70	77	79	79	78	75	58	62	48	0
80	80	79	Чукотский автономный округ	0,3	0,001	84	85	80	81	84	85	78	16	79	0
81	81	74	Республика Калмыкия	0,2	0,025	78	81	84	82	80	27	80	49	83	0
82	83	85	Республика Тыва	0,2	0,003	80	80	83	80	82	80	85	31	71	1
83	82	77	Еврейская автономная область	0,2	-0,002	83	83	82	85	81	81	61	53	84	-1
84	84	76	Республика Алтай	0,2	0,006	82	82	81	83	79	84	82	61	67	0
85	85	67	Ненецкий автономный округ	0,2	0,022	85	84	61	84	85	82	84	37	85	0

Привлекательность и риски:

как регионы добиваются одного и заслуживают другого

Результаты XXIV рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России свидетельствуют о том, что интегральный уровень инвестриска за год практически не изменился. Снижение финансового, экологического и криминального рисков сопровождалось существенным ростом угроз, связанных с неблагоприятными экономическими и социальными факторами.

По данным за 2018 год, больше 70% регионов имели отрицательную динамику доходов населения. В первом полугодии 2019 года доходы населения в целом по России сократились на 0,4%. Темпы прироста инвестиций в стране упали с 4,3% в 2018 году до 0,6% за первые 6 месяцев 2019 года, а удельный вес регионов, сокращающих капиталовложения, вплотную приблизился к 50%.

Тяжеловесам легче

В лучшем положении находятся регионы-тяжеловесы: их накопленный запас прочности во многом способен нивелировать последствия экономических неурядиц. Из десятки лидеров по уровню инвестиционного потенциала подавляющее большинство регионов улучшило свои позиции по уровню риска. Наилучшую динамику показали Санкт-Петербург, продвинувшийся с 10-го на 4-е место в рейтинге регионов с минимальным уровнем риска, и Москва, вышедшая на 7-ю строчку против 12-й годом ранее.

Центры экономической мощи России оказывают стабилизирующее воздействие на сопредельные регионы. Из семи граничащих с Московской агломерацией регионов лишь два ухудшили свои позиции по уровню риска, а остальные развиваются весьма динамично. Наибольшего прогресса добилась Ярославская область, переместившаяся сразу на 17 строчек вверх — на 18-е место в рейтинге, и Смоленская область, поднявшаяся на 9 мест и занявшая 39-позицию.

Несмотря на в целом благоприятную конъюнктуру, «сырьевые» регионы не всегда демонстрируют позитивную динамику развития. Добывающий почти половину российской нефти Ханты-Мансийский автономный округ передвинулся в рейтинге по рискам с 24-го на 19-е место,

тогда как богатый нефтью, газом и углем Сахалин ухудшил свое положение на 4 строчки, заняв 32-ю позицию. Из регионов металлургической специализации наибольшую динамику минимизации инвестиционного риска продемонстрировала Вологодская область, продвинувшаяся с 40-й на 30-ю позицию в рейтинге, а Кемеровская область, на территории которой расположено одно из металлургических подразделений группы «Евраз» и крупные угледобывающие компании, потеряла 7 позиций в рейтинге и занимает 62-е место.

Оздоровление финансов

Рейтинг фиксирует заметный прогресс в оздоровлении региональных финансов. По итогам 2018 г. консолидированные бюджеты 70 из 85 регионов исполнены с профицитом, совокупный объем которого составил рекордные 510,3 млрд рублей. С 2016 г. сложилась устойчивая динамика сокращения региональных долгов, а за 10 месяцев 2019 года объем государственного долга субъектов РФ снизился еще более чем на 10%, в результате чего долговая нагрузка по отношению к собственным доходам опустилась ниже 20%.

Крупнейшие госпрограммы развития регионов пока не доказали свою эффективность. В рамках ФЦП по развитию Крыма и Севастополя за 2015–2018 годы федеральный бюджет вложил свыше 500 млрд рублей, а в списке регионов по минимальному уровню инвестиционного риска Крым сместился с 69-й на 70-ю строчку. На развитие Дальнего Востока с 2002 по 2017 год потрачено 487 млрд рублей, в то время как семь из одиннадцати регионов ДФО в этом году ухудшили свои позиции в рейтинге.

Исполнение расходов по национальным проектам, с которыми связываются надежды на новую волну регионального роста, за январь–сентябрь 2019 года составили, по данным



**ФЕДОР
ЖЕРДЕВ**

главный редактор
отдела промышленной
политики РАЕХ
(РАЭК-Аналитика)

Счетной палаты, 52,1% от запланированного на год объема. Лидерами по этому показателю являются Магаданская область, Чечня, Адыгея, Татарстан, Москва и Пензенская область, освоившие целевые средства не менее чем на 70%.

Проблемы всероссийского масштаба

Тенденция снижения инвестиционного риска, проявившаяся в 2017–2018 годах, оказалась краткосрочной. Результаты XXIV рейтинга инвестиционной привлекательности регионов России свидетельствуют о том, что интегральный уровень этого показателя за год практически не изменился. Главные факторы риска сейчас из управленческой и финансовой сферы, поддающихся при должных усилиях контролю на местах, смещаются в сторону экономики и социального сектора. Борьба с проявлениями макроэкономических проблем общероссийского масштаба, будь то стагнация доходов населения или усугубляющийся инвестиционный застой, на уровне отдельно взятого региона затруднительно. По данным за 2018 год, больше 70% регионов имели отрицательную динамику доходов населения, при том что в среднем по России был зафиксирован прирост в 1%. В первом полугодии 2019 года доля регионов, ушедших по этому показателю в минус, снизилась до 54%, зато итоговый общероссийский показатель попал в «красную» зону, сократившись на 0,4%. Что же касается инвестиций, то темпы их прироста упали с 4,3% в 2018 году до 0,6% за первую половину 2019 года, а удельный вес сокращающихся капиталовложений регионов вплотную приблизился к 50%. В такой ситуации лучшими возможностями для минимизации инвестиционных рисков имеют регионы-тяжеловесы, накопленный потенциал которых во многом способен нивелировать последствия экономических неурядиц.

Масштабы лидеров

Из десятки лидеров по уровню инвестиционного потенциала подавляющее большинство регионов улучшило свои позиции по уровню рисков. Наилучшую динамику показали Санкт-Петербург, продвинувшийся с 10-го на 4-е место в рейтинге регионов с минимальным уровнем риска, и Москва, вышедшая на 7-ю строчку против 12-й годом ранее. Успехам столицы удивляться не приходится. Ее финансовые возможности позволяют осуществлять гигантские по российским меркам бюджетные инвестиции, за счет которых покрывалось более 20% капиталовложений в 2018 году — максимальный показатель среди всех субъектов РФ. В абсолютном же выражении за счет бюджета города профинансировано 387,4 млрд рублей (треть всех инвестиций за счет региональных бюджетов в целом по России). Суммарный объем инвестиций Москвы в 2018

Методология составления рейтинга

Рейтинг инвестиционной привлекательности регионов России традиционно построен на основе официальной информации Росстата и статистике федеральных ведомств: Минфина, Банка России, Минсвязи, МВД и Минприроды. Инвестиционную привлекательность в рейтинге оценивают по двум параметрам: инвестиционному потенциалу и инвестиционному риску. Потенциал показывает, какую долю регион занимает на общероссийском рынке, риск — какими могут быть для инвестора масштабы тех или иных проблем в регионе. Суммарный потенциал состоит из девяти частных: трудового, финансового, производственного, потребительского, институционального, инфраструктурного, природно-ресурсного, туристического и инновационного.

Интегральный риск состоит из шести частных: финансового, социального, управленческого, экономического, экологического и криминального. Вклад каждого частного риска или потенциала в итоговый индикатор оценивают на основе анкетирования представителей экспертного, инвестиционного и банковского сообществ.

году составил беспрецедентные 2,4 трлн руб., увеличившись за год на 15,3%.

Ресурсная база Санкт-Петербурга, конечно, скромнее, и основной упор в инвестиционной стратегии делается на привлечение сторонних инвесторов. Из 747 млрд руб. общих капиталовложений в 2018 году (5-е место по этому показателю в России) региональным бюджетом профинансировано лишь около 12%. Тем не менее кое-где северной столице удалось обойти Москву. Так, например, ввод жилья в Санкт-Петербурге в 2018 году вырос на 11,7%, тогда как в Москве только на 3,6%.

Свой вклад в развитие внесла и подготовка города на Неве к приему Чемпионата мира по футболу, позволившая существенно обновить инфраструктуру города. В результате Санкт-Петербургу удалось войти в число лидеров по минимальному уровню социального (2-е место) и финансового (4-е место) рисков и стать регионом с наименьшим управленческим риском в России.

Не остаются внакладе и регионы, граничащие с центрами концентрации экономической мощи. Московская область давно стала частью столичной агломерации и за счет такого симбиоза не первый год обеспечивает себе лидерство как с точки зрения минимального интегрального риска (1-е место), так и по уровню инвестпотенциала (2-место после Москвы). Теперь близость к московскому кластеру подпитывает экономики сопредельных с ней областей. Из семи граничащих с Московской агломерацией регионов лишь два ухудили свои позиции по уровню риска, а остальные развиваются весьма динамично. Наибольшего прогресса добилась Ярославская

75
МЛРД

кредитных рублей
предстоит вернуть
регионам в 2020 году в
федеральный бюджет.

40%
ИМЕННО
НАСТОЛЬКО

удалось сократить госдолг
властям Кемеровской
области, по этому
показателю регион стал
абсолютным чемпионом.

область, переместившаяся сразу на 17 строчек вверх — на 18-е место в рейтинге — за счет опережающих темпов прироста промышленного производства (в 2018 году 9,1% против 2,9% в среднем по России), сельского хозяйства (4,9% против 0,4%), строительства жилья (1,8% против 4,9% по РФ). Весьма впечатляет и рывок Смоленской области, поднявшейся на 9 мест и занявшей 39 место, где преимущества близости к Москве дополняются эффектом от трансграничной торговли с Белоруссией.

Отраслевые ориентиры

Прошлый год выдался благодатным для российских сырьевиков. Благоприятная конъюнктура мировых рынков позволила существенно нарастить выручку и прибыль нефтяникам, металлургам, угольщикам. По данным рейтинга RAEX-600, доходы нефтегазовых компаний выросли в 2018 году почти на треть, а чистая прибыль увеличилась больше чем в два раза. Оборот корпораций черной металлургии поднялся почти на четверть, а прибыль — в 1,4 раза. В угольной промышленности динамика роста ускоряется второй год подряд, и в прошлом году прирост выручки и чистой прибыли крупнейших компании отрасли достиг 40%.

Казалось бы, эти факторы должны стимулировать развитие «профильных» регионов. Однако такая тенденция прослеживается далеко не всегда. Немудрено, конечно, что Ханты-Мансийский автономный округ на этом фоне передвинулся в рейтинге по рискам с 24-го на 19-е место. Ведь в этом регионе добывается почти половина российской нефти. А вот другие субъекты РФ с сырьевой ориентацией экономики чувствуют себя не так хорошо. В Сахалинской области, например, просевшей

в рейтинге на 4 позиции и занимающей 32 место (28-е в 2018 году), при росте добычи нефти и газа на 6,8%, а угля — на 30% показатели социальной сферы остаются достаточно слабыми: в частности, уровень реальных доходов населения в регионе упал на 2,4% против 0,3%-го прироста по России. Значительно лучше ситуация в Татарстане и Красноярском крае, сместившихся в рейтинге на одну строчку вверх (соответственно, 6-е и 41-е место по рискам), где добыча нефти — лишь один из сегментов диверсифицированной экономики.

Из регионов металлургической специализации наибольшую динамику минимизации инвестиционного риска продемонстрировала Вологодская область, продвинувшаяся с 40-й на 30-ю позицию в рейтинге во многом благодаря производственным показателям расположенного там головного предприятия группы «Северсталь» и крупного производителя фосфорных удобрений «Аммофос» (группа «Фосагро»). Работа предприятий групп «Мечел» и ММК способствовала миграции Челябинской области с 43-го на 40-е место рейтинге. В то же время Кемеровская область, на территории которой расположены одно из металлургических подразделений группы «Евраз» и крупные угледобывающие компании, потеряла 7 позиций в рейтинге и занимает 62-е место.

Снижение урожая зерновых (в 2018 году производство зерна сократилось на 16,7%) негативно повлияло на позиции ведущих сельскохозяйственных регионов в рейтинге. Краснодарский край упал на 8 позиций и занял 11-е место, Ставропольский край и Ростовская область — на 6 строк (24-е и 28-е места, соответственно). Более уверенно чувствуют себя регионы Черноземья. Белгородской области, например, удалось стать серебряным призером с точки зрения минимального уровня инвестиционного риска благодаря существенной металлургической составляющей в экономике региона. Этот же фактор позволил удержать третье место рейтинга Липецкой области.

Санкционный шлейф



ДМИТРИЙ ГРИШАНКОВ

генеральный директор
рейтингового агентства RAEX
(РАЭКС-Аналитика)

Мы публикуем уже 24-й рейтинг. Что он показывает? Что мы видим? Есть тревожные признаки. Прежде всего, очередной, к сожалению, очень

короткий цикл снижения рисков, похоже, завершился. Многие регионы (более половины) отмечают сокращение инвестиций, снижение реальных доходов. Что касается положительных моментов, у регионов резко сократилась долговая нагрузка. Есть еще один заметный тренд: регионы уже практически забыли, что такое западные инвестиции. Это все реже и реже «выносятся на флаг», хотя мы по-прежнему помним о них, потому что инвесторы, которые зашли до санкционных тенденций, продолжают работать. Мы также отметили новый тренд: ответственные инвестиции, или, как их иногда еще называют, «зеленые инвестиции» — это некий канал инвестиций, который в меньшей степени подвержен санкционным рискам.

Финансовый фактор

Рейтинг фиксирует заметный прогресс в оздоровлении региональных финансов. Главная заслуга в этом принадлежит Минфину России. В частности, федеральный центр в последние годы заключает специальные соглашения с высокочисленными регионами. Эта мера позволяет повысить финансовый контроль и избежать необдуманных заимствований со стороны региональных властей. Накопленные регионами долги в результате исполнения майских указов 2012 г. замещались бюджетными кредитами на сверхльготных условиях, а с 2018 г. начала действовать новая программа реструктуризации выданных ранее бюджетных займов, в соответствии с которой пиковые погашения долгов могут растягиваться на период до 2024 г. в зависимости от динамики собственных доходов региональных бюджетов.

В результате по итогам 2018 г. консолидированные бюджеты 70 из 85 регионов исполнены с профицитом, совокупный объем которого составил рекордные 510,3 млрд рублей. С 2016 г. сложилась устойчивая динамика сокращения региональных долгов, а за 10 месяцев 2019 объем государственного долга субъектов РФ снизился еще более чем на 10%, в результате чего долговая на-

грузка по отношению к собственным доходам регионов опустилась ниже 20%.

Чемпионом по итогам 2018 года стала Кемеровская область, сократившая госдолг более чем на 40%. Правда, отказ администрации от жизни взаимности не был поддержан предприятиями регионами. Их кредиторка в 2018 году увеличилась почти вдвое, а доля просроченной задолженности выросла с 17% до 29%. В результате по уровню финансового риска регион просел сразу на 15 мест. Зато Ненецкий автономный округ и Иркутская область, избавившиеся за год более чем от трети долгов и добившиеся роста собственных доходов, продвинулись в финансовом блоке рейтинга вверх, заняв, соответственно, 21-ю и 8-ю позиции.

Впрочем, активная инвестиционная политика заставляет ряд регионов продолжать заимствования. Например, госдолг Московской области вырос в 2018 году на 32%. Однако правительство намерено облегчить долговое бремя для регионов, готовых к серьезным и обоснованным капиталовложениям. В 2020 году субъектам РФ предстоит вернуть около 75 млрд бюджетных кредитов. Минфин России выступил с предложением предусмотреть реструктуризацию бюджетных кредитов при условии направления регионом высвободившихся за счет этого средств на новые инвестиции. Также регионы получают возможность увеличить заимствования для вложения средств в новые проекты.

Региональные госпрограммы: толчок к развитию?

Госинвестиции в рамках федеральных целевых программ (ФЦП) — один из немногих доступных сейчас акселераторов развития региона. Такие возможности открываются лишь перед избранными. Число действующих ФЦП, ориентированных на конкретные регионы, можно пересчитать по пальцам. Правда, опыт показывает, что такие программы сами по себе не гарантируют немедленного экономического процветания.

Крупнейшая из них направлена на развитие Крыма и Севастополя. Общий объем ее финансирования на период до 2022 года составляет немногим менее 1 трлн рублей, причем в отличие от других программ, где велика доля внебюджетных источников финансирования, она практически целиком оплачивается из федерального бюджета. В ее рамках планируется построить более 890 объектов, среди которых крупные объекты транспортной инфраструктуры, коммунальных систем, социальной сферы.

За 2015–2018 годы федеральный бюджет вложил в крымскую ФЦП свыше 500 млрд рублей. Правда, не все идет гладко. В 2018 году был допущен срыв сроков отдельных строек, а по итогам 2019 годы главы Крыма и Севастополя прогнозируют исполнение ФЦП на 96% и 90% соответственно. Судить о результатах еще рано — программа еще далека от завершения, но с точки зрения рейтинга инвестиционной привлекательности ее промежуточные итоги выглядят неоднозначно. В списке регионов по минимальному уровню инвестиционного риска Крым сместился с 69-й на 70-ю строчку, тогда как Севастополь поднялся с 61-й на 55-ю позиции.

Другой точкой приложения ресурсов федерального центра на протяжении последних десятилетий является Дальний Восток. Первое постановление правительства России о федеральной целевой программе «Экономическое и социальное развитие Дальнего Востока и Забайкалья» датировано еще 1996 годом. С тех пор документ десятки раз пересматривался и переформатировался. С 2002 по 2017 год на ее исполнение потрачено 487 млрд рублей. Однако проблема вывода Дальнего Востока на темпы экономического роста, способные хотя бы приостановить депопуляцию населения региона, так и не была решена. В рейтинге инвестиционной привлекательности регионы Дальневосточного федерального округа также не добились существенного прогресса. Практически все они за исключением богатого природными ресурсами Сахалина по уровню интегрального риска располагаются в нижней половине списка. Семь из одиннадцати регионов ДФО в этом году ухудшили свои позиции в рейтинге. Возможно, впрочем, что ситуация изменится с началом выполнения национальной программы развития Дальнего Востока до 2025 года и на перспективу до 2035 года, доработанный проект которой в ноябре 2019 года Минвостокразвития России внесло в правительство. Ожидается, что общие инвестиции в Дальний Восток составят около 4 трлн рублей.

Национальные проекты

За пределами Дальнего Востока надежды на новую волну роста в регионах связывают со стартом национальных проектов. Стоимость их реализации до 2024 года оценивается в 25,7 трлн рублей, что более чем в два раза больше годового объема консолидированных бюджетов субъектов РФ за 2018 год. По предварительным оценкам Минфина России, не менее 46–50% планируемых в рамках национальных проектов мероприятий относятся к полномочиям субъектов РФ. Однако в среднем более чем на 90% реализация проектов запланирована за счет федеральных денег, которые поступят в региональные бюджеты в виде трансфертов (субсидий) по разным пропорциям (от 99% для 26 субъектов РФ с относительно низким уровнем социально-экономического развития до 14% для Ямало-Ненецкого автономного округа и 0% для Москвы). В этом году все нормативно-правовые акты, касающиеся национальных проектов, должны быть приняты на региональном уровне, однако принятие нормативки на муниципальном уровне отдано на откуп и контроль регионам, от которых и будет зависеть результат. Еще в конце 2019 год на разных уровнях шла речь о невысоком исполнении расходов по нацпроектам. По данным Счетной палаты, расходы на них за январь–сентябрь 2019 года составили 52,1% от запланированного на год объема. Так, например, в Тверской области по состоянию на 1 ноября освоено лишь 54,7% средств, выделенных на нацпроекты в 2019 году. Лидерами по этому показателю являются Магаданская область, Чечня, Адыгея, Татарстан, Москва и Пензенская область, освоившие целевые средства не менее чем на 70%. В отстающих числятся Еврейская автономная область, Дагестан и Астраханская область, где, по разным данным, израсходовано менее 30% выделенного на год финансирования нацпроектов.

ФБЖ

Инвестиционный кодекс: промедление губительно

Под занавес 2019 года Государственная Дума рассмотрела в первом чтении законопроект о защите инвестиций. Документ вызвал бурю диаметрально противоположных мнений, но многие считают, что закон нужен российской экономике срочно, а точнее, ВЧЕРА. Его ждут инвесторы, которые и хотели бы запустить свои проекты в России, но решили подождать. Вот уж что точно невыгодно всем.

Одним из самых напряженных выдался год для Комитета по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству Госдумы. Через него прошло много ключевых, знаковых для бизнеса и резонансных законопроектов. Неудивительно, ведь комитет отражает основную бизнес-повестку, над которой работает правительство, и о которой снова напомнил всем ответственным лицам президент. В послании Федеральному собранию отдельно он упомянул закон о защите инвестиций. Мысль прозвучала четко и однозначно: Россия нуждается в притоке инвестиций, а закона, регулирующего деятельность инвестора, все еще нет. О «горячей» для бизнеса и власти повестке говорим с главой Комитета по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству Государственной Думы ФС РФ Сергеем Жигаревым

— 2019 год был для вас насыщенным и богатым на стратегически важные законопроекты: о предустановке российского ПО, о виноделии, о работе унитарных предприятий, пакет законопроектов о защите инвестиций, конечно. Какие еще результаты работы возглавляемого вами комитета вы считаете важными для российского предпринимательского сообщества?

— В общей сложности мы рассмотрели 62 законопроекта. Замечу, что наш комитет в Госдуме этого созыва уверенно удерживает второе место по объему законотворческой работы. Это говорит, конечно же, о пуле нерешенных проблем, которые существуют в регулировании предпринимательской деятельности, промышленной и экономической политике в целом и, конечно, об активной работе над ними. Законодательные инициативы поступают из всех министерств и ведомств — мы все понимаем, что от решения задач, связанных с развитием бизнеса, зависит самочувствие российской экономики.

— Какие знаковые законопроекты вы бы выделили?

— Принят один из первых российских законов, закладывающих основу нормативного регулирования цифровой метрологической среды в рамках национальной программы «Цифровая экономика Российской Федерации» — «О внесении изменений в Федеральный закон «Об обеспечении единства измерений» (в части электронной регистрации оформления результатов работ (услуг))». С момента его принятия электронная регистрация результатов поверки и утверждения типов средств измерений становится единственным юридически значимым подтверждением результатов метрологических работ.

Принят закон, снижающий для предприятий оборонно-промышленного комплекса (ОПК) минимальный объем инвестиций, при котором возможна реализация проекта по специнвестконтракту. Предлагаемые законом механизмы уже в среднесрочной перспективе позволят создать благоприятные условия для вывода на рынок и увеличения объема поставок высокотехнологичной продукции гражданского назначения организациями ОПК. Это позволит увеличить к 2025 году долю высокотехнологичной продукции гра-

НАДО МЕНЯТЬ ОТНОШЕНИЕ К БИЗНЕСУ В РОССИИ: ГОВОРИТЬ О ЕГО УСПЕХАХ, О ТОМ, ЧТО БИЗНЕСМЕНЫ МЕНЯЮТ СТРАНУ К ЛУЧШЕМУ, А НЕ ТОЛЬКО О ТОМ, ЧТО ОНИ УКЛОНЯЮТСЯ ОТ НАЛОГОВ ИЛИ ВЫВЕЛИ КАПИТАЛЫ В ОФШОР



Я СЧИТАЮ, ЧТО САМИМ НЕПРИНЯТИЕМ ЭТОГО ЗАКОНА МЫ ВРЕДИМ ЭКОНОМИКЕ. СЕГОДНЯ КРУПНЫЙ ИНВЕТОР, КОТОРЫЙ ПЛАНИРУЕТ ИНВЕСТИРОВАТЬ В РОССИЙСКУЮ ЭКОНОМИКУ, НЕ СПЕШИТ С ЗАПУСКОМ ПРОЕКТА. Я МОГУ ПОНЯТЬ, ПОЧЕМУ. ОН ЖДЕТ ПРИНЯТИЯ ЭТОГО ЗАКОНА, КОТОРЫЙ МОЖЕТ ДОБАВИТЬ ЕМУ ВОЗМОЖНОСТИ, ЛЬГОТЫ, ПРЕФЕРЕНЦИИ

жданского и двойного назначения до 30% от общего объема продукции, выпускаемой предприятиями ОПК.

Летом 2019 года был принят закон о социальном предпринимательстве: в нем сформированы меры господдержки социального предпринимательства через механизмы государственно-частного партнерства в образовании, культуре, соцзащите и условия для доступа таких предпринимателей к госзакупкам.

— В декабре минувшего года в первом чтении был принят закон о защите инвестиций. Как он способен изменить работу инвесторов в России?

— На сегодняшний день законопроект «О защите и поощрении капиталовложений и развитии инвестиционной деятельности в РФ» — один из приоритетных, его необходимо принять как можно скорее. Уверен, что его действие поможет улучшить инвестклимат в нашей стране. Законопроект закрепляет механизмы предоставления государственной (муниципальной) поддержки в целях создания условий для наиболее эффективной реализации инвестиционных проектов. Предусматривается возможность реализации инвестиционных проектов в рамках общего инвестиционного режима и проектного инвестиционного режима. В рамках общего инвестиционного режима инвестору гарантировано соблюдение принципов равного права на получение государственной (муниципальной) поддержки, в том числе в виде налоговых и таможенных преференций, проведение единой финансовой и кредитной политики,

обеспечение соблюдения антимонопольного законодательства. Инвестор может заявить о том, что он работает в проектом инвестиционном режиме, который действует в целях создания условий для реализации новых инвестиционных проектов в одной из сфер российской экономики, с привлечением средств инвестора или организации, реализующей проект.

Рост инвестиций — это глобальная задача, решение которой является приоритетом государственной политики, в том числе об этом говорил президент Владимир Путин в своем послании. Данный законопроект является посылом потенциальным инвесторам о том, что российские власти готовы формировать и поддерживать стабильные и благоприятные условия инвестиционной деятельности на долгосрочной основе. Проект призван обеспечить защиту капитальных вложений, стабильность условий инвестиционной деятельности. В Государственной Думе надеются объединить в этом пакете все существующие на сегодня подзаконные акты и решения профильных министерств, регулирующие инвестиционную деятельность в России. Весь пакет законопроектов позволяет создать более привлекательные условия на территории страны, что подтолкнет иностранных инвесторов вкладывать деньги в российские проекты.

— Как проходит подготовка к основному, второму чтению?

— Законопроект вызвал множество противоречивых комментариев, в том числе в

30%
**ОТ ОБЩЕГО
ОБЪЕМА**

продукции составит к 2025 году доля высокотехнологичных продуктов гражданского и двойного назначения в ОПК



бизнес-сообществе. Мнения разделилось ровно пополам. Одни сказали: давайте принимать закон как можно скорее, потому что он нужен в любом виде. Вторые действуют прагматично, считают, что законопроект до принятия в Госдуме необходимо максимально проработать, чтобы он коррелировался с Налоговым, Бюджетным кодексами — со всей нормативной базой.

Я считаю, что самим непринятием этого закона мы вредим экономике. Сегодня крупный инвестор, который планирует инвестировать в российскую экономику, не спешит с запуском проекта. Я могу понять, почему. Он ждет принятия этого закона, который может добавить ему возможности, льготы, преференции. В итоге запуск инвестпроектов откладывается, мы недополучаем налогооблагаемую базу, рабочие места, развитие инфраструктуры и др. Закон необходимо принять как можно быстрее. Поправки будут, и это говорит о том, что закон «живой». Да, безусловно, есть опасения у бизнес-элит, у банкиров и членов Правительства, но у нас для глубокого обсу-

ждения есть первое и второе чтения. Не надо бояться поправок.

Сегодня этот закон — гарантия государства для инвесторов. Вокруг России достаточно сложная международная ситуация, и мы должны всячески поддерживать тех инвесторов, которые, несмотря на политическое давление, готовы вкладывать деньги в нашу экономику. Россия должна быть инвестиционно привлекательна.

— Что власть может предложить малому и среднему бизнесу, какие меры назрели для того, чтобы улучшить бизнес-климат в стране?

— Приведу красноречивую цифру: всего 20% ВВП дает нам малый и средний бизнес, и мы никак не можем преодолеть эту планку, несмотря на огромный пласт работы, проделанный институтами развития, в том числе Корпорацией развития. Все прекрасно понимают, что надо перестать кошмарить малый бизнес, необходимо дать ему возможность расти. 70 лет подряд в России выжигали, уничтожали на корню тех, кого сегодня причисляют к малому и среднему бизнесу, а многие десятилетия этих людей унижали, называя спекулянтами, кулаками. Долгое время в нашей стране боролись с любыми видами частной собственности. Сегодня нам необходимо бороться с последствиями советского прошлого: объяснять обществу, что в бизнес идут смелые люди, которые способны повести за собой. Надо менять отношение к бизнесу в России: говорить о его успехах, о том, что бизнесмены меняют страну к лучшему, а не только о том, что они уклоняются от налогов, или вывели капиталы в оффшор.

Необходимо перестроить систему образования, которая сегодня не учит людей предпринимательству. У нас учат другим важным профессиям, но не этой.

Между тем именно бизнес двигает экономику вперед. Каждый бизнесмен развивает не только свою компанию, но и страну, развивает ее экономику, создает рабочие места. Мы живем в век технологий, человеческий труд все меньше востребован, особенно в высокотехнологичных производствах. В этом смысле малый и средний бизнес решает проблему высвободившихся кадров — он создает новые рабочие места, формирует новую сферу услуг.

Надо поддерживать бизнес на ментальном, государственном, финансовом, административном уровнях, менять отношение на уровне всего общества к бизнесу на позитивное, общественное мнение должно быть на стороне нового класса, который развивает экономику. Важно в обществе создавать климат, где этих людей уважают и радуются их успехам.

ФБЖ

ВОКРУГ РОССИИ ДОСТАТОЧНО СЛОЖНАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ СИТУАЦИЯ, И МЫ ДОЛЖНЫ ВСЯЧЕСКИ ПОДДЕРЖИВАТЬ ТЕХ ИНВЕТОРОВ, КОТОРЫЕ, НЕСМОТРА НА ПОЛИТИЧЕСКОЕ ДАВЛЕНИЕ, ГОТОВЫ ВКЛАДЫВАТЬ ДЕНЬГИ В НАШУ ЭКОНОМИКУ. РОССИЯ ДОЛЖНА БЫТЬ ИНВЕСТИЦИОННО ПРИВЛЕКАТЕЛЬНА



VIII ЦЕРЕМОНИЯ И ФОРУМ

ЛУЧШИЕ СОЦИАЛЬНЫЕ ПРОЕКТЫ РОССИИ

2019 – 2020

Ежегодное событие в сфере корпоративной социальной ответственности, объединяющее представителей бизнеса, государства и общественности

Принять участие!
socprojects.org



Узнать подробную
информацию
можно на сайте
socprojects.org

РЕКЛАМА

май 2020

Radisson Resort & Residences Zavidovo

Новая нефть

Российской экономике нужны новые подходы и стимулы для развития инвестиционного потенциала регионов. Не случайно в повестке дня Сочинского инвестиционного форума появилась тема «Креативные индустрии». Во многих странах именно они сейчас являются движущей силой экономического развития — темпы роста составляют +15% ежегодно. Мало какие сектора могут похвастаться такими оборотами.



ЕКАТЕРИНА ЧЕРКЕС-ЗАДЕ

директор Universal University — первого в России университета креативных индустрий

Термин, само понятие «креативные индустрии» для России все еще является не вполне привычным и широкоупотребимым. На государственном уровне этот сегмент экономики отсутствует вовсе — понятие не сформулировано, индустрия не описана, не посчитана, и в целом ее как будто нет для официальных органов власти. О том, кто сегодня развивает креативную экономику России, и нужна ли ей легализация, редакция расспросила яркого представителя креативной индустрии Екатерину Черкес-заде, директора Universal University — первого в России университета креативных индустрий (объединяет Британскую высшую школу дизайна, Школу компьютерных технологий Scream School, Московскую школу кино, Архитектурную школу МАРШ, Московскую школу музыки, Московскую

школу продвинутых коммуникаций MACS и Школу для специалистов в образовании School of Education).

— *Какие отрасли экономики вы бы отнесли к «креативным индустриям»? Каков их объем в российской экономике (в денежном выражении)?*

— В Universal University мы придерживаемся британской модели и относим к числу креативных индустрий искусство, дизайн, моду, компьютерную графику, анимацию, разработку компьютерных игр, IT, архитектуру и урбанистику, кино, ТВ, новые медиа, музыку и саунд-дизайн, маркетинг и коммуникации, издательское дело и журналистику, а также образование в креативных индустриях. По данным UNCTADSTAT Creative Economy Outlook-2018, в России доля креативных индустрий в ВВП страны составляет 0,5%.

— *Каковы темпы роста креативных индустрий в России?*

— Как подсчитали в агентстве Intermedia, оборот креативных индустрий в России в 2017 году вырос на 6%, в 2018 году — уже на 15%. В 2019 году, по предварительным подсчетам, объем креативных индустрий увеличился на 9,4% — с 2,9 трлн рублей до 3,2 трлн рублей. Центр стратегических разработок спрогнозировал, что к 2024 году такая динамика может привести к росту доли креативных индустрий в ВВП страны с 0,5 до 8,5%.

— *От чего зависит качественный рост креативной экономики в России: какие стимулы для роста существуют, а чего не хватает? Как состояние общества и качество человеческого капитала влияют на креативные сектора экономики,*

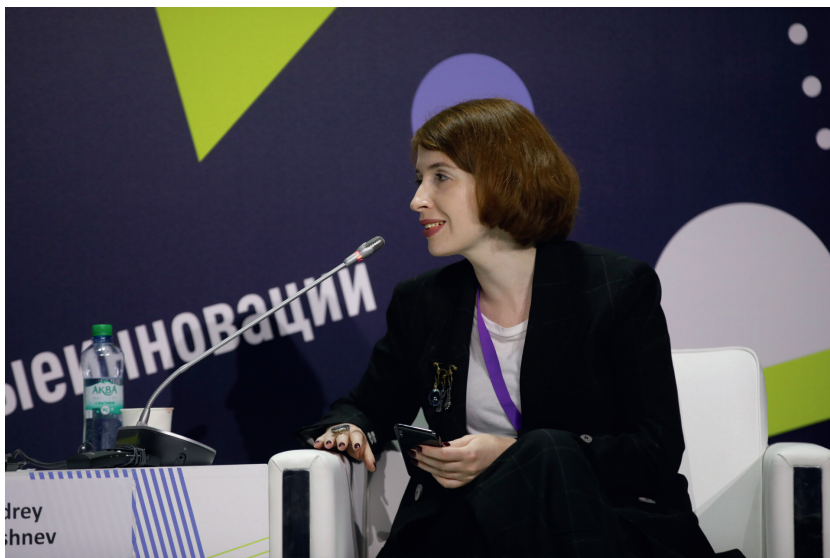
кто их двигает вперед? Каков портрет креативного бизнесмена в России-2020?

— Качественный рост зависит от человеческого капитала, от условий, в которых живет малый и средний бизнес, от спроса на креативные продукты и услуги в обществе. В России стимулы для креативного предпринимательства только начинают появляться. Есть меры поддержки экспорта креативных индустрий на уровне правительства Москвы. Появился Союз креативных кластеров, куда вошли Винзавод, Artplay, Флакон и Фабрика, объединение поможет им эффективнее взаимодействовать с бизнес-сообществом и с органами власти, чтобы стимулировать развитие креативных индустрий. В Петербурге есть законодательные меры, которые способствуют развитию креативных пространств.

В регионах ситуация несколько иная, но и там есть творчески активные люди, которые не хотят покидать свой город и готовы своими силами изменить культурный ландшафт региона. Иногда им не хватает менторской поддержки в вопросах предпринимательства. Мы в этом убедились, когда проводили акселерационную программу «Культурная инициатива / Лидерство в креативных индустриях». Это первая в России программа обучения для творческих лидеров. Мы получили больше 800 проектов из 63 регионов страны. Пятнадцать лучших были отобраны экспертным жюри в номинациях «Место силы», «Событийное развитие территорий», «Развитие местного сообщества», «Культурный туризм» и «Digital-проект». Победители получили грантовую поддержку. Теперь мы с нетерпением ждем результатов этих культурных инициатив. Надеюсь, что такие акселераторы станут регулярной практикой, потому что творческим лидерам часто не хватает стратегического видения, бизнес-планирования. Чтобы развивать креативную экономику, нужно создать условия для креативных предпринимателей. Ведь именно люди — главный ресурс экономики знаний, они двигают ее вперед.

— *Какое место в развитии креативных индустрий занимает современная урбанистика — инфраструктурное развитие российских городов?*

— Урбанистика и маркетинг территорий очень важны для развития креативных индустрий в регионах, поскольку компании идут туда, где живут талантливые люди, а люди, в свою очередь, — туда, где созданы благоприятные условия для жизни. Архитектурная школа МАРШ, которая входит в состав Universal University, активно решает эту задачу в рамках МАРШ Лаб —



На форуме «Открытые инновации» 2019

практической лаборатории, эксперты которой проектируют городские пространства с участием местных жителей. Так, МАРШ Лаб спроектировали набережную в Чебоксарах, городской сад в Ижевске, образовательное пространство будущего в Махачкале.

— *В основе креативной экономики — свобода творчества, мысли и духа. Как с этим сейчас обстоят дела в России, на ваш взгляд?*

— Мой взгляд может оказаться субъективным. А вот наши коллеги из Великобритании, которые уже достаточно долго живут в России, говорят, что в нашей стране — много возможностей для креатива и предпринимательства, но нет среды. Из-за чего многие профессионалы и уезжают за рубеж. Нужно признать, что сегодня мы конкурируем на глобальном рынке. И для того, чтобы интегрироваться в

100
МИЛЛИАРДОВ

фунтов стерлингов (5,5% ВВП) приносит ежегодно креативная экономика Великобритании.

В РОССИИ ЕСТЬ НЕМАЛО ТОЧЕК РОСТА ДЛЯ РАЗВИТИЯ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ: У НАС 15 ГОРОДОВ-МИЛЛИОННИКОВ, МЫ ИМЕЕМ САМЫЙ КРУПНЫЙ ИНТЕРНЕТ-РЫНОК В ЕВРОПЕ, ЛИДИРУЕМ ПО АУДИТОРИИ МУЗЫКАЛЬНЫХ СТРИМИНГОВЫХ СЕРВИСОВ И КИБЕРСПОРТИВНЫХ МАТЧЕЙ. ЭТО ОГРОМНЫЙ РЕСУРС КАК ДЛЯ ПРОИЗВОДСТВА КОНТЕНТА, ТАК И ДЛЯ ЕГО ПОТРЕБЛЕНИЯ

глобальный контекст, нужно предоставить креативным предпринимателям весь тот инструментарий, который доступен их коллегам за рубежом. Любые ограничения в этой области будут сдерживать развитие креативных индустрий в России и отдалять нас от глобальных трендов.

— **Какие зоны наибольшего благоприятствования для развития креативных индустрий в России вы можете привести как удачный пример?**

— Креативные индустрии могут развиваться везде, где есть креативное сообщество. Для этого не нужно искусственно создавать арт-пространства, строить технопарки. В нашей программе «Культурная инициатива» участвовали люди не только из Москвы и Петербурга, но и из Татарстана, Свердловской, Кемеровской, Тюменской, Воронежской областей, Хабаровского, Ставропольского края и

других регионов. У каждого региона есть своя уникальность, свои ресурсы для развития местного туризма и креативных индустрий — от природных заповедников и народных ремесел до стрит-арта, электронной музыки и компьютерных игр. Нужно только найти эту уникальность и помочь ей выйти на рынок. Как мы сделали это прошлым летом в Якутии, когда Британская школа дизайна вместе с Арктическим государственным институтом культуры и искусств организовали летнюю школу ювелирного дизайна. В итоге осенью якутские ювелиры показали свои работы на крупнейшей выставке ювелирного искусства в Токио — IJT Autumn 2019.

— **В России нет ни четкого определения, что такое креативная индустрия, ни уполномоченного органа для решения проблем ее участников. Какие проблемы, на ваш взгляд, связанные с развитием в России креативной экономики, существуют и нуждаются в срочном решении?**

— Самая большая проблема в том, что креативные индустрии в России не считают себя единой отраслью. У каждой из них — свои механизмы финансирования и регулирования: одни относят себя к дотационной сфере культуры, что автоматически тормозит их рыночное развитие, другие — к бизнесу, что создает им «коммерческую» репутацию. Только в последние два-три года представители индустрий кино, музыки, искусства, дизайна, IT стали пересекаться на публичных площадках и обсуждать свои проблемы в едином контексте. Должно пройти время, прежде чем это большое креативное сообщество сформулирует свою повестку и донесет ее до тех, кто принимает решения государственного масштаба.

— **Что такое легализация креативных индустрий, и зачем она нужна?**

— У слова «легализация» есть оттенок декриминализации. Все-таки заниматься креативными индустриями в нашей стране можно, просто каждый называет эту сферу по-разному: культура, досуг, услуги и так далее. Вопрос в том, нужно ли отраслевое законодательство? И да, и нет. Нужно, потому что это позволит определиться со статусом креативных индустрий и встроиться в международную повестку, привести в порядок статистику в этой отрасли, признать ее роль в экономике страны. Но такая формализация всегда несет за собой какие-то ограничения. Все-таки это сфера очень динамичная, ее нельзя бюрократизировать и принимать решения в пользу одних индустрий в ущерб другим.

ВОПРОС В ТОМ, НУЖНО ЛИ ОТРАСЛЕВОЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО? И ДА, И НЕТ. НУЖНО, ПОТОМУ ЧТО ЭТО ПОЗВОЛИТ ОПРЕДЕЛИТЬСЯ СО СТАТУСОМ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ И ВСТРОИТЬСЯ В МЕЖДУНАРОДНУЮ ПОВЕСТКУ, ПРИВЕСТИ В ПОРЯДОК СТАТИСТИКУ В ЭТОЙ ОТРАСЛИ, ПРИЗНАТЬ ЕЕ РОЛЬ В ЭКОНОМИКЕ СТРАНЫ



В жюри программы «Культурная инициатива / Лидерство в креативных индустриях»

— На инвестиционном форуме в Сочи теме развития креативных индустрий будет посвящена отдельная сессия. Креативная индустрия может дать толчок для роста инвестиций в российскую экономику?

— Креативные индустрии — это новая нефть. В прошлом году производитель игрушек Hasbro купил компанию Entertainment One со всеми правами на «Свинку Пеппу», чья стоимость — 4 млрд долларов — превысила капитализацию «Аэрофлота» и «Уралкалия». Будет неверно отрицать экономический потенциал креативной экономики, видя инвестиции таких компаний, как Яндекс и МТС, в кино и киберспорт, или следя за успехами анимационного мультфильма «Маша и Медведь». В России есть немало точек роста для развития креативных индустрий: у нас 15 городов-миллионников, мы имеем самый крупный интернет-рынок в Европе, лидируем по аудитории музыкальных стриминговых сервисов и киберспортивных матчей. Это огромный ресурс как для производства контента, так и для его потребления, а контент — это то, во что сейчас активно инвестируют.

— Какие примеры из мировой практики доказывают, что креативные индустрии — триггер для развития.

— Если говорить о триггерах на уровне государства, то яркий пример — Великобритания. В конце 1990-х британский департамент культуры, медиа и спорта поместил понятие «креативные индустрии» в центр своей стратегической программы. Через 20 лет этот сектор начал приносить экономике страны свыше 100 миллиардов фунтов в год. Это 5,5% ВВП.

Что касается триггеров на уровне региона, то это сообщества людей, которые занимаются креативным предпринимательством на одной территории и постепенно вырастают в целые хабы. Это как киноиндустрия в Голливуде, IT в Кремниевой долине, технокультура в Германии. Отдельный пример драйвера креативных индустрий на уровне города — Бильбао со своим Музеем Гугенхайма, который из промышленного города превратился в мекку для любителей современного искусства. В регионах России такие триггеры тоже есть: в Томске на территории ТГУ есть огромное комьюнити IT-специалистов. В Калининграде благодаря системе рибейтов (в данном контексте рибейт — возврат части затрат, — Прим. Ред.) стали активнее снимать кино. В прошлом году регион выплатил кинопроизводителям по рибейтам больше 50 миллионов рублей.



С финалистами программы «Культурная инициатива / Лидерство в креативных индустриях»

Индустрии уже сами собой вырисовываются, нужно их только поддержать.

— Тема, заявленная на РИФ в Сочи, звучит так: «Креативные индустрии в регионах: путь к развитию». Как бы вы обозначили этот путь? Каков он?

— Несмотря на то, что креативные индустрии имеют свою специфику, мы все-таки говорим о развитии предпринимательства. Нужно решить проблемы, с которыми сегодня сталкиваются предприниматели в России, и тогда креативные индустрии тоже будут расти.

У отдельных регионов России есть возможность сделать ставку на экономический рост за счет креативных индустрий. Для того чтобы это случилось, нужно несколько факторов: «правильная» среда для бизнесов в креативных индустриях, комфортная среда для жизни, чтобы молодые профессионалы приезжали в регионы, работа с местным сообществом и банками, которые могли бы обеспечить льготное кредитование в этой области.

Самое главное — создать экосистему — от идеи бизнеса до ее реализации, — которая позволила бы региону предоставлять услуги в области креативных индустрий как в России, так и за рубежом. Задача креативных индустрий — выходить на глобальный рынок. Чтобы это случилось, нужно создать правильный инвестиционный климат, организовывать бизнес-миссии, профессиональные конференции. Тогда индустрии начнут взаимодействовать с городом, и сам город или регион «зазвучит» в экосистеме креативных индустрий.



0,5%

ОТ ВВП СТРАНЫ

составляла в 2018 г. доля креативных индустрий России (по данным UNCTADSTAT Creative Economy Outlook -2018).

50 МИЛЛИОНОВ РУБЛЕЙ

выплатила по рибейтам только за прошлый год администрация Калининградской области кинопроизводителям, снимавшим кино в регионе

Шаг вперед, два назад

Российская юрисдикция, представляя собой достаточно большой и интересный рынок для иностранного бизнеса, тем не менее не пользуется высоким спросом, на который могла бы рассчитывать, учитывая объемы сбыта, население, территорию и другие обстоятельства. Среди множества препонов один из самых существенных — нестабильность законодательства, его частые изменения и правоприменение, которое регулярно вызывает вопросы.

До недавнего времени при структурировании и заключении сделок иностранный инвестор с опаской относился к инструментам российского права. Законодательство в этой части было устаревшим и неповоротливым; давно известные зарубежному праву инструменты попросту отсутствовали в российском правовом поле.

Шлюзы открыты

В 2015 г. законодатель принял революционное по тем временам решение о внесении изменений в Гражданский кодекс РФ. В частности, в правовую систему были внедрены хорошо известные иностранному бизнесу институты английского права: возмещение потерь, заверение об обстоятельствах, эскроу-счета, эстония, плата за отказ от договора и т. д. Такой маневр позволил сформировать интерес инвесторов к структурированию сделок по законам и нормам российского права и их подчинении ему. Во-первых, то, что

раньше было доступно крупному бизнесу, стало доступно и инвесторам средней руки. Стоимость юридического обслуживания таких проектов снизилась. Если раньше инвестиционные сделки сопровождались в основном иностранными юристами и международными юридическими фирмами, то после внесенных изменений и приобретения соответствующего опыта такие сделки смогли сопровождать и российские юристы.

Во-вторых, появилась возможность совершать более гибкие сделки и реализовывать те проекты, которые раньше сложно или невозможно было осуществить в рамках российского права.

Борьба за капиталы

Также положительным аспектом, способствующим инвестированию внутри страны, а не за рубежом, является проводимая государством деофшоризация.

Фактически сложилась ситуация, когда невозможно вывести из страны денежные средства в качестве прибыли на техническую офшорную структуру, не уплатив налог внутри страны от доходов, полученных от реальной финансово-хозяйственной деятельности, осуществляемой на территории РФ.

Установлены жесткие требования о необходимости уведомления налоговых органов РФ об участии налогоплательщика, налогового резидента в иностранных организациях и контролируемых иностранных компаниях. Таким образом, российское государство поступательно проводит политику, которая делает невозможным необоснованный вывод и перераспределение денежных средств, полученных от деятельности в России и подлежащих налогообложению



**ВЛАДИСЛАВ
ВАРШАВСКИЙ**

управляющий партнер,
руководитель практики
разрешения споров,
«Варшавский и партнеры»

**В РОССИЙСКОМ ЮРИДИЧЕСКОМ СООБЩЕСТВЕ
ЕСТЬ ГРУСТНАЯ ШУТКА, ЧТО В РОССИИ ЛЮБОЕ
ДОГОВОРНОЕ ОБЯЗАТЕЛЬСТВО МОЖЕТ БЫТЬ
ПЕРЕКВАЛИФИЦИРОВАНО В МОШЕННИЧЕСТВО.
РОССИЙСКАЯ ПРАВОВАЯ СИСТЕМА ДОЛЖНА БЫТЬ
ВЫСТРОЕНА ТАКИМ ОБРАЗОМ, ЧТОБЫ ГРАЖДАНСКО-
ПРАВОВЫЕ СПОРЫ БИЗНЕСМЕНОВ НЕ ПЕРЕТЕКАЛИ В
УГОЛОВНУЮ ПЛОСКОСТЬ**

внутри страны, без уплаты налогов в ее бюджет.

С целью активизации инвестиционной деятельности было инициировано проведение амнистии капиталов. По мысли законодателя, закон должен был привести к тому, что физические лица выведут из тени все активы, находящиеся за рубежом, и тогда у российского государства появится исчерпывающая информация об имуществе российских граждан за рубежом, которая у него на тот момент отсутствовала.

Лица, подавшие такие декларации, освобождались от уголовной ответственности в определенных законом пределах.

Однако практика применения закона об амнистии капиталов на деле пошла по несколько неожиданному пути. Довольно широкую огласку получила история с подачей спецдекларации экс-главой совета директоров ОАО «Компания «Усть-Луга» Валерием Израйлитом. Дело дошло до того, что Верховному Суду РФ пришлось буквально «ворваться» в конфликт и дать разъяснения о том, что изъятие спецдекларации об амнистии капиталов правоохранительными органами и приобщение ее к уголовному делу недопустимы. Хотя ранее этот же судебный орган высказывал иную точку зрения.

В 2019 г. были попытки использовать сведения, содержащиеся в таких спецдекларациях, в делах о банкротстве. В конечном итоге, сведения, указанные в данной декларации, являются налоговой тайной.

Независимость и справедливость

С целью защиты прав инвесторов, в том числе иностранных, необходимо выработать целый комплекс мер, связанных с недопустимостью легкого и зачастую надуманного возбуждения уголовных дел о мошенничестве в отношении инвесторов. В российском юридическом сообществе есть грустная шутка, что в России любое договорное обязательство может быть переключено в мошенничество. Российская правовая система должна быть выстроена таким образом, чтобы гражданско-правовые споры бизнесменов не перетекали в уголовную плоскость.

Одной из основных точек для роста инвестиционной активности российского государства должно быть обеспечение реального и независимого суда. В ситуации, когда инвестор не уверен в независимости суда и в справедливости судебного решения, сложно говорить об инвестиционном климате и увеличении деловой активности инвесторов.

ФБЖ



**РОССИЙСКОЕ ГОСУДАРСТВО ПОСТУПАТЕЛЬНО
ПРОВОДИТ ПОЛИТИКУ, КОТОРАЯ ДЕЛАЕТ
НЕВОЗМОЖНЫМ НЕОБОСНОВАННЫЙ ВЫВОД И
ПЕРЕРАСПРЕДЕЛЕНИЕ ДЕНЕЖНЫХ СРЕДСТВ,
ПОЛУЧЕННЫХ ОТ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ И
ПОДЛЕЖАЩИХ НАЛОГООБЛОЖЕНИЮ ВНУТРИ СТРАНЫ,
БЕЗ УПЛАТЫ НАЛОГОВ В ЕЕ БЮДЖЕТ**

Ретроспектива

Из Концепции совершенствования общих положений ГК РФ (проект для публичного освещения от 11 марта 2009 г.)

- В ГК РФ отсутствует указание на добросовестность как общий принцип гражданского права. Принцип добросовестности должен быть сформулирован в качестве общего начала гражданского права таким образом, чтобы его действие пронизывало все элементы правовой системы, чтобы он оказывал общее воздействие на развитие гражданского правоотношения. Необходимо подвергнуть ревизии нормы ГК РФ, содержащие ссылки на добросовестность и при необходимости исключить эти ссылки. Должна быть максимально проведена в жизнь презумпция добросовестности поведения участников оборота.
- Целесообразно закрепить в ГК РФ правило, известное в международном праве как принцип *estoppel*: если сторона каким-либо образом, в том числе молчаливо, приняла некоторые условия в отношениях с другой стороной, она утрачивает право ссылаться на дефектность этих 6 условий в обоснование своих притязаний (ссылка на эти условия как на недействительные является недобросовестной). Анализ практики показывает, что суды и сейчас не предоставляют защиту такой стороне.

Честный и открытый диалог с инвесторами

По результатам работы в 2019 году Тульская область заняла шестое место в Национальном рейтинге состояния инвестиционного климата. Исследование ежегодно публикует Агентство Стратегических инициатив. Рейтинг — результат анализа 44 показателей по 4 направлениям: регуляторная среда, институты для бизнеса, инфраструктура и ресурсы, поддержка малого предпринимательства. По совокупности Тульский регион обогнал такую привлекательную для инвесторов Московскую область. Впрочем, в правительстве губернатора Алексея Дюмина работают на долгосрочную перспективу, не ставя во главу угла борьбу за место в рейтингах.



За экономическую и инвестиционную политику Тульской области в команде губернатора Дюмина отвечает Вячеслав Федорищев, его первый заместитель. В регионе он с февраля 2016 года, с того самого момента, когда Президент России назначил Алексея Дюмина на губернаторский пост. Накануне Российского инвестиционного форума в Сочи, где Тульская область намерена вести активный и разнонаправленный диалог с инвесторами и коллегами из регионов, спросим Вячеслава Федорищева о том, какие подходы сегодня привлекают инвестиции в регион, поговорим о борьбе за знаковые проекты и диверсификации региональной экономики.

170
МИЛЛИАРДОВ
РУБЛЕЙ

по предварительным оценкам, составит объем инвестиций в основной капитал Тульской области по итогам 2019 года.

— Какие принципы проповедует экономический блок правительства Тульской области в инвестиционной политике?

— На первом же оперативном совещании губернатор поставил задачу работать на результат, понятный жителям региона. Работа по инвестиционному климату включает в себя комплекс мер, направленных на улучшение жизни людей, но они не всегда понятны — как и чем процесс прихода нового инвестора в регион помогает в повседневной жизни. Именно поэтому так важно было построить работу с ориентиром на конкретные цели: новые рабочие места — не только в Туле или Новомосковске, но и в отдаленных населенных пунктах, высокая зарплата, налоги в местный и региональный бюджеты, на которые финансируется социальная сфера. По этим показателям удалось добиться опережающего роста, что позволяет уверенно строить новые планы.

— Что ставите во главу угла в работе с инвесторами?

— Алексей Геннадьевич сформулировал для нас, команды экономического блока, главные принципы работы с инвесторами: честность, открытость и максимальная клиентоориентированность. Инвестор для Корпорации развития региона — клиент, и он требователен. У него есть возможность пойти в любой из 85 субъектов страны. Мы должны показать ему все преимущества работы в Тульской области и минимизировать административную нагрузку, чтобы он не отвлекался на бюрократические проволочки, а создавал новые продукты и рабочие места.

— Вам пришлось перестраивать инвестиционную стратегию региона в 2016 году?

— По сути мы ее формировали заново. Был проведен глубокий анализ отраслей, перспективных рынков, мер поддержки. В работе с инвестором мелочей не бывает — важно все. Мы начали с анализа тех структур, которые представляют Тульскую область перед инвестором. Пришлось перестраивать сознание наших людей, начинать с базовых вещей, например, знания иностранных языков. Простой пример: когда мы начали активно работать с Азией, задумались о привлечении специалиста по этому

МЫ УЧИТЫВАЕМ ПРОФИЛЬ КЛИЕНТА, АДРЕСНО И ТОЧЕЧНО ПОДБИРАЕМ ЕМУ НАИЛУЧШИЙ ФИНАНСОВЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА. В БАНКАХ И ИНСТИТУТАХ РАЗВИТИЯ ДОВЕРЯЮТ ЭКСПЕРТИЗЕ ГУБЕРНАТОРА, ТАМ ЗНАЮТ, ЧТО ЕСЛИ ПРОЕКТ ПРОШЕЛ ОТБОР НА КОМИССИИ ПОД РУКОВОДСТВОМ АЛЕКСЕЯ ГЕННАДЬЕВИЧА, ТО ОН НЕ «СЫРОЙ» И ТОЧНО ПОЙДЕТ В РАБОТУ

региону. И это был стратегически верный шаг, мы смогли выстроить диалог с уважением к культуре и традициям, деловому этикету стран Азии.

— Насколько важно для инвесторов личное участие первого лица региона в диалоге по проектам?

— В нашем случае губернатор лично курирует работу с инвесторами, под его председательством регулярно проходят Инвестиционный Совет и встречи с инвесторами, ассоциациями и представителями других стран. На них руководитель подробно вникает в проекты, заслушивает проблемные моменты, принимает решения. Безусловно, вовлечение губернатора позволяет решать многие вопросы, его личное участие — самая надежная гарантия для инвесторов.

Очень важно для региона иметь прочные связи с крупными банками и институтами развития. Одно из преимуществ Тульской области в том, что нам доверяют и относятся к заявкам из нашего региона внимательно. Мы учитываем профиль клиента, адресно и точно подбираем ему наилучший финансовый инструмент для реализации проекта. В банках и институтах развития доверяют экспертизе губернатора, там знают, что если проект прошел отбор на комиссии под руководством Алексея Геннадьевича, то это не «сырой» продукт, он точно пойдет в работу.

— Проиллюстрируйте путь конкретного инвестора, пришедшего в Тульскую область — от первого шага до принятия положительных решений.

— Да, на памяти много примеров, приведу один из них, который показывает кропотливость работы и вовлеченность руководства региона в работу с инвесторами. В России успешно работает крупная металлургическая и горнодобывающая компания «ЕВРАЗ», ее основная прописка и активы — в Свердловской области. В Тульском регионе дислоцируется одно из ее подразделений — ЕВРАЗ Ванадий Тула — предприятие специализируется на переработке ванадия.

Наши аналитики, которые в постоянном режиме отслеживают векторы развития крупных компаний, увидели в публичном пространстве информацию о том, что ЕВРАЗ намерен построить в России крупный завод по глубокой

переработке ванадия. Мы предложили рассмотреть в качестве площадки Тульскую область, но сначала нам отказали. Логистика компании такова, что им удобнее было строить завод на Урале, кроме того, в особой экономической зоне «Титановая долина» (Екатеринбург) на тот момент (а это был 2017 г.) налоговые льготы были больше, чем в Тульской области.

Об обстоятельствах дела мы доложили губернатору. Он принял решение побороться за проект. На Инвестиционный Совет был приглашен представитель «Ванадия», который подробно изложил проблемы. Алексей Геннадьевич дал понять, что проект для региона имеет большое значение и поручил правительству выровнять условия для инвестора таким образом, чтобы по налоговым льготам наше предложение было не хуже того, что заявили в Свердловской области. Несколько месяцев мы решали поставленную задачу и в итоге адаптировали финансовую модель ОЭЗ «Узловая» таким образом, чтобы предложение устроило ЕВРАЗ.

После этого выходили на уровень Правительства Российской Федерации, чтобы согласовать изменения в работе Особой экономической зоны, а также проработали вопрос логистики. В итоге компания «ЕВРАЗ» приняла



решение о создании уникального по глубине переработки ванадия проекта в нашей Особой зоне, это более 500 новых рабочих мест. Сейчас идет проектирование, по плану — осенью 2020 года начало строительство.

— Какие ориентиры по объему привлеченных инвестиций ставит сегодня для себя правительство Тульской области?

— В рамках программы развития мы планировали к 2021 году получить приток в основной капитал Тульской области в объеме 150 млрд. рублей. Это в полтора раза выше того уровня, с которого мы начинали — амбициозная задача.

На эту цифру мы вышли уже в 2018 г., то есть досрочно. По предварительным оценкам, за 2019 год инвестиции в основной капитал составили порядка 170 млрд руб. Это те средства, которые были вложены инвесторами в экономику региона, в развитие новых предприятий. Благодаря хорошему притоку инвестиций, мы существенно увеличили налоговую базу, рост налога на прибыль последние два года измеряется двузначными числами. Благодаря этим сборам правительству региона проще решать социальные задачи — удается вкладывать средства в развитие и новые проекты, не наращивая госдолг Тульской области.

— Существуют ли внутренние или внешние барьеры, которые влияют на эффективность инвестиционной политики региона?

— Законодательная база региона в разрезе инвестиционной политики сейчас одна из самых эффективных в стране. Что касается внешних ограничителей, то здесь внешнеэкономические аспекты, торговые войны и санкционная политика внесли определённые коррективы в работу ряда действующих и потенциальных инвесторов. Конъюнктура на различных рынках, например, волатильность цены на продукты химии влияет на работу компаний. Но инвесторы выполняют все взятые на себя обязательства, а правительство региона оказывает им всестороннюю поддержку.

— Сложным моментом стало принятие СПИК 2.0. Как вы прошли этот период?

— Когда разрабатывались изменения в законодательную базу, в основном учитывались интересы тех компании, которые уже работают в России. В результате один из иностранных инвесторов Тульской области, автомобильный производитель Haval, оказался в сложной ситуации. Инвестор прошел все стадии утверждения проекта, в том числе на правительственной комиссии. Когда соглашение было готово к подписанию, вступил в силу закон СПИК 2.0, который не предусматривал так называемый переходный период для соглашений, утвержденных ранее.

Только благодаря усилиям и личному участию губернатора и поддержке Минпромторга России удалось обеспечить принятие на уровне правительства решение о внесении поправок в закон. Они должны быть приняты весной.

Напомню, что вторая очередь завода будет запускаться уже с учетом условий СПИК 2.0. После запуска Haval обеспечит высочайшую локализацию производства, которой нет даже у некоторых российских производителей, — 75%, в том числе в России будут производиться основные узлы и агрегаты — двигатели и коробки передач. Это был решающий фактор в принятии решения о подписании с Haval СПИК 2.0, и это произойдет сразу после принятия закона.

Это был действительно сложный момент, который доказывает, насколько важно присутствие в регионе человека, способного отстаивать интересы компаний, работающих на управляемой им территории, на самом высоком уровне.

— Тульская область заявила интересный проект «Композитная долина», который нацелен на агрегацию целой отрасли в отдельно взятом регионе. Как долина будет устроена, каков ваш замысел и насколько он близок к реализации?

— Это проект с высоким потенциалом, к его зарождению было сразу несколько важнейших предпосылок. Первое — в Тульской области, не смотря на большую концентрацию промышленных предприятий, не так много научных центров. Наша цель — восполнить этот пробел и привлечь в регион как можно больше высококлассных специалистов.

На что еще мы обратили внимание, общаясь с большим количеством производителей: у многих из них есть качественный, квалифицированный запрос на материалы нового поколения. Многие современные и перспективные композитные материалы не производятся в России, либо они есть на рынке по высокой цене, так как изготовлены практически штучно. При этом научный задел в этой области огромный — НИОКРов, только профинансированных правительством России, — более 2 000, но они не собраны, не обобщены, не проанализированы и в отрасли нет понимания, что с этим делать дальше.

Композитные материалы — это, безусловно, материалы будущего. Именно сейчас необходимо делать качественный скачок в развитии их производства: необходимо срочно начать превращать сырье в продукт, товар, выпускать опытные образцы, тестировать их, накапливать опытно-экспериментальную базу, а потом выходить на коммерческое производство. Начинать эту работу необходимо как можно скорее.

Третья предпосылка — в ОЭЗ «Узловая» пришла компания «Унихимтек», которая несколько десятилетий работает в области промышленной химии. В процессе диалога с



новым резидентом мы увидели, что они глубоко погружены в проблемы научных разработок в области химии, нашли с ними взаимопонимание по проблеме композитных материалов. Теперь мы совместно готовим концепцию Композитной долины.

Сейчас Композитная долина — один из приоритетов в работе экономического блока правительства Тульской области. Уверен, что скоро мы получим финальные решения и Научно-техническому центру в нашем регионе быть.

— Каких результатов вы ждете от работы Композитной долины?

— Рассчитываем, что проект привлечет большое количество ученых в регион. Конечно, долина создается для коммерциализации научных разработок. Да, это не быстрая победа, строительство центра займет не менее двух лет. В производстве будет задействовано сложное оборудование, пуско-наладка которого займет немало времени. Это будут уникальные технологические цепочки, которые придется собирать по всему миру и объединять в единое целое. Потом к работе приступят ученые — создадут новые материалы, протестируют их, научатся с ними работать. Спустя несколько лет мы можем рассчитывать на то, что Тульская область станет родиной новых материалов, которые способны изменить облик промышленности страны.

— У правительства Тульской области есть еще один интересный проект — биотехнологический кластер. Что это будет?

— Этот формат будет реализован в ТОСЭР «Ефремов». Когда у нас появился подобный инструмент — территория опережающего развития — мы поняли, что в этом формате самое важное — быстрая кооперация. В Ефремовском районе один из сильнейших игроков — Cargill. Мы увидели у них прикладной интерес — к примеру, к продуктам глубокого расщепления белка. Cargill готов закупать их и поддерживать те предприятия, которые возьмутся за их производство.

У компании оказался в собственности большой надел земли, на котором можно было бы реализовывать подобные проекты, к тому же он находится в границах ТОСЭР. Мы уверены, что вполне перспективно «высаживать» на данную территорию компании биотехнологического сектора, которые в кооперации с Cargill и самостоятельно могли бы создавать новые продукты. Концепция была презентована на ПМЭФ в 2019 году, мы увидели повышенный интерес к проекту. На текущий момент ООО «ПромБиоТехнологии» начало строительство завода по глубокой переработке фуражных зерновых культур для производства аминокислот и других функциональных добавок для сельскохозяйственной и пищевой отраслей. ООО «Тульский завод растительных масел» находится в стадии проектирования в рамках инвестконтракта «Строительство масложаточного завода». Экономический блок правительства ведет работу по привлечению новых проектов для развития биотехнологического кластера.

— Одним из решений по развитию новых производств в Тульской области стали частные технопарки. Какую задачу они выполняют сегодня в работе с инвесторами?

— Частные технопарки — это возможность быстро реализовать идею, запустить производство там, где все для этого есть. У многих инвесторов есть фантастические идеи, и они не хотят ждать 2 года, пока появится необходимая инфраструктура. У них есть технология, понимание рынков, продукт, который они готовы выпускать. Но готовых промплощадок на начало 2016 году в Тульской области было не так много. Чтобы решить проблему, мы сделали ставку на частные технопарки. Есть удачный пример — АО «Пластик» (Узловский район). Менеджмент очень активно развивал идею создания частного технопарка на своей промзоне, у них есть свободные площадки, мощности, которые они предоставляют в аренду. Мы видим результат, идея себя оправдывает.

ВПЕРЕДИ У НАС БОЛЬШАЯ ИСТОРИЧЕСКАЯ ДАТА — 500-ЛЕТИЕ ТУЛЬСКОГО КРЕМЛЯ, МЫ ХОТИМ ШИРОКО ОСВЕТИТЬ ЭТО СОБЫТИЕ, ЧТОБЫ ПРИВЛЕЧЬ К НЕМУ ПОВЫШЕННЫЙ ИНТЕРЕС. ПЛОЩАДКА РОССИЙСКОГО ИНВЕСТИЦИОННОГО ФОРУМА ДЛЯ ЭТОЙ ЗАДАЧИ МАКСИМАЛЬНО ПОДХОДИТ

— Вы не раз упомянули о том, что стремитесь запускать инновационные производства в регионе. Это часть вашей инвестиционной стратегии?

— В работе с инвесторами губернатор делает ставку на максимальную диверсификацию — правительство старается развивать разные сектора экономики, чтобы обеспечить экономическую стабильность региона. Мы уже говорили о конъюнктуре рынков, внешнеполитических угрозах, чтобы минимизировать экономические потери, мы развиваем экономику в разных направлениях. Мы, безусловно, заинтересованы в развитии новых отраслей, которых раньше не было в регионе.

— Какие проекты презентует Тульская область в Сочи?

— Мы расскажем об уникальном проекте по ревитализации исторического центра Тулы. Сформирована единая концепция, весь исторический центр Тулы может в ближайшие годы качественно преобразиться. Покажем развитие Музейного квартала — проект был впервые презентован на прошлогоднем форуме в Сочи, а уже в этом году, в сентябре, квартал будет открыт для всех гостей. Впереди у нас большая историческая дата — 500-летие Тульского кремля, мы хотим широко осветить это событие, чтобы привлечь к нему максимальный интерес. Площадка Российского инвестиционного форума для этой задачи максимально подходит. И, конечно, мы запланировали подписание ряда крупных инвестиционных контрактов, о чем мы подробно расскажем непосредственно на Форуме. Приглашаем всех на стенд Тульской области!

ФЕЖ

БРАЕР — завод №1 в России*

Промышленный холдинг БРАЕР и этапы его развития — история не только успеха, но и сложных решений, прорывных технологий и поиск своего пути развития на конкурентных рынках. Бренд, созданный с нуля десять лет назад, сегодня объединяет большую товарную матрицу и целый комплекс услуг в области архитектуры и строительства.

БРАЕР — компания с тульской пропиской. 10 лет назад под Тулой было решено возобновить производство кирпича. Еще в советские времена и даже раньше здесь разведали хорошие запасы глины, на которых долгие десятилетия жил и работал местный кирпичный завод. Впрочем, перестройку он не пережил, а глина в этих местах осталась. Решили, что в Тульской области и будет возведен уникальный завод по производству кирпича по европейской (немецкой) технологии.

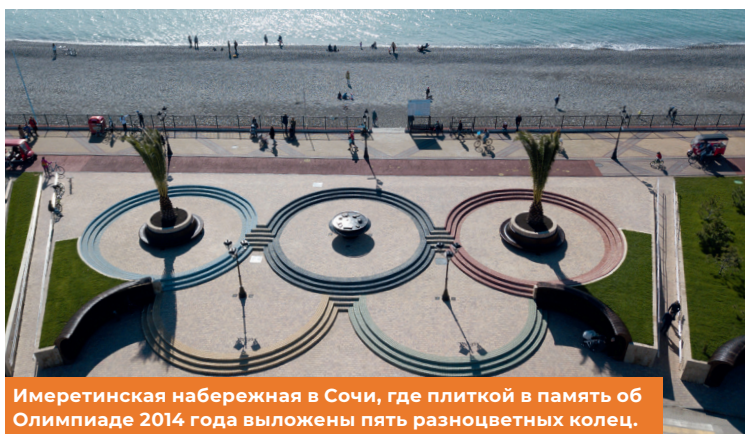
Надежный фундамент

Кирпичный завод БРАЕР стал фундаментом всего промышленного холдинга. Производство было построено

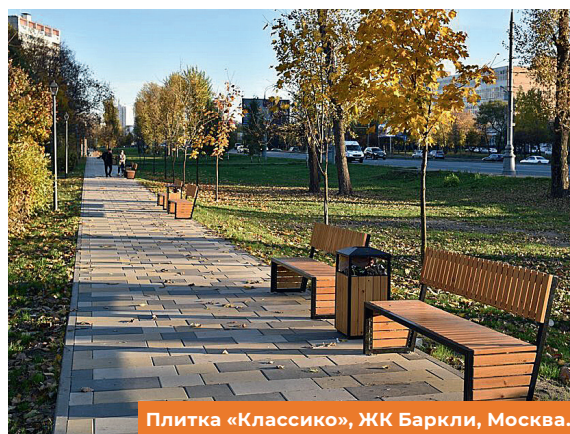
по лучшим европейским образцам и сегодня остается уникальным по оснащенности автоматизированными системами и применяемым технологиям. Например, здесь установлена одна из самых длинных в Европе печей для обжига кирпича, ее длина 204 м. Сегодня объем выпускаемой продукции — порядка 140 млн единиц условного кирпича в год. За 10 лет «БРАЕР» освоил широкую продуктовую линейку и сегодня может предложить рынку кирпич различного цвета и фактуры. Федеральная программа «100 лучших товаров России» признала предприятие «Заводом №1 в России» по объему выпуска кирпича по технологии «flashing». Чтобы всегда держать марку и не подводить покупателей по показателю стабильности качества, на предприятии создали лабораторию — она осуществляет контроль за качественными показателями на всех этапах производства. Спустя 10 лет кирпичный завод остается флагманом промышленного холдинга БРАЕР и задает стандарты для всех подразделений.

Наладив работу кирпичного завода, команда единомышленников во главе с генеральным директором Игорем Кабановым решила не останавливаться на этом этапе, а привлечь инвестиции в дальнейшее развитие и запустить производство тротуарной плитки. В 2013 году в Тульской области был дан старт работе завода «БРАЕР II», который в кратчайшие сроки наладил выпуск тротуарной плитки, бордюрного и фигурного камня, элементов укрепления откосов и др. Сегодня производственная мощность завода — 2,5 млн кв. метров плитки в год. На

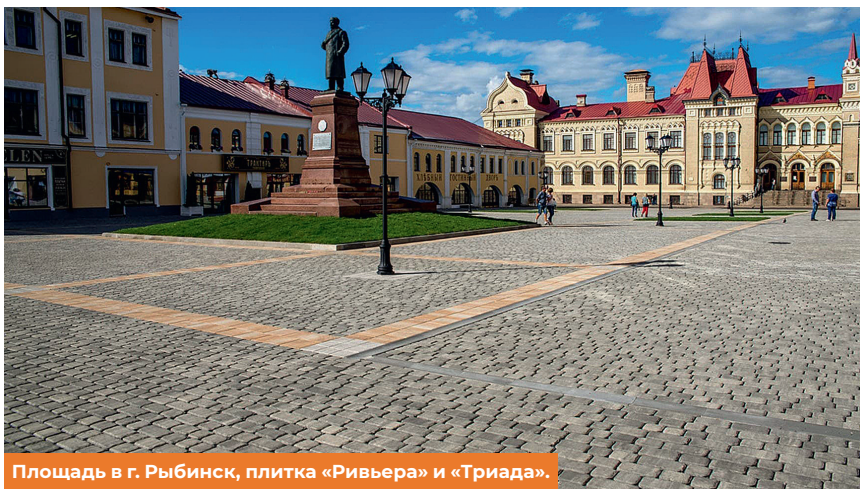
НОВОЕ ПОДРАЗДЕЛЕНИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ГРУППЫ СПЕЦИАЛИЗИРУЕТСЯ НА ПРОЕКТИРОВАНИИ И СТРОИТЕЛЬСТВЕ. НАКОПЛЕННАЯ ЭКСПЕРТИЗА В ЭТИХ ОБЛАСТЯХ ПОЗВОЛЯЕТ РАЗРАБАТЫВАТЬ АРХИТЕКТУРНЫЕ ПРОЕКТЫ ЛЮБОЙ СЛОЖНОСТИ И НАЗНАЧЕНИЯ — ЖИЛЫХ И КОММЕРЧЕСКИХ МАЛОЭТАЖНЫХ И МНОГОЭТАЖНЫХ ЗДАНИЙ



Имеретинская набережная в Сочи, где плиткой в память об Олимпиаде 2014 года выложены пять разноцветных колец.



Плитка «Классико», ЖК Баркли, Москва.



Площадь в г. Рыбинск, плитка «Ривьера» и «Триада».



Логотип компании выложен перед офисом ГК «Браер»

заводе работает собственный отдел дизайна, который разрабатывает дизайн-проекты мощения любой сложности (а также точный расчет) для объектов по всей России (примеры на фото).

География продаж предприятий холдинга — вся Россия. Всего по стране у холдинга более 200 дилеров, работа с ними — задача Торгового дома «БРАЕР». Он был создан для развития дилерской сети и сегодня является маркетинговым центром, где формируется ценовая политика на продукцию под маркой «БРАЕР».

Архитектура жизни

Опыт и потенциал строителей ГК «БРАЕР» решили использовать для развития нового направления — «БРАЕРСТРОЙ». Новое подразделение промышленной группы специализируется на проектировании и строительстве. Накопленная экспертиза в этих областях позволяет разрабатывать архитектурные проекты любой сложности и назначения — жилых и коммерческих малоэтажных и многоэтажных зданий.

Не так давно на рынке строительных материалов появился новый игрок, и тоже под брендом «БРАЕР». Компания «БРАЕРСНАБ» предлагает клиентам кирпич, фасадную плитку, стеновые блоки, брусчатку, ступени, кровлю, вентиляцию, дымоходы, декоративные элементы, ЖБИ, изоляцию. Все, что представлено в товарной матрице, имеет сертификаты соответствия ГОСТ, или выпускается ведущими европейскими и российскими производителями — лидерами строительной индустрии.

На строительном рынке за промышленным холдингом «БРАЕР» закрепились репутация надежного поставщика, креативного производителя, который всегда готов предложить клиенту яркие и нестандартные решения. Пополнив портфель дополнительными видами услуг в области проектирования и строительства, холдинг обозначил новые горизонты для развития и успешного роста. Стабильность и успех одного из ведущих предприятий Тульской области — отличная инвестиция в будущее региона.

ФБЖ

ГК «БРАЕР»

Тульская область, пос. Обидимо, ул. Кирпичная д. 1-а
Телефон: +7 (4872) 25-24-50
www.braer.ru

www.instagram.com/braer.ru www.facebook.com/braer.ru

На меньшее я не согласен



ИГОРЬ КАБАНОВ

генеральный директор
ГК «БРАЕР»

Организовать новое кирпичное производство в Тульской области было очень правильной и перспективной идеей. Еще 10 лет назад, когда мы с командой начинали строить кирпичный завод, сделали

ставку на передовые технологии, мы понимали, что именно они — залог успеха любого предприятия на многие годы вперед. Каждый новый проект, который мы затеваем, оцениваем именно с этой точки зрения — перспективы, порой очень далекие, для меня важны. Мы хотим уже на этапе закладки первого камня быть на голову выше конкурентов, хотим быть уверены, что сможем выпускать лучший продукт, который всегда будет синонимом качества сегодня, завтра, всегда. Не опускать планку, а поднимать ее — для всей команды в целом — наш рецепт успешного роста. Мы продолжаем каждый день ставить себе высокие цели. И на меньшее я не согласен, как поется в одной популярной песне. Каждое новое направление — шаг навстречу клиенту. Мы видим новые горизонты для собственного развития в Тульской области и не собираемся менять прописку.

* Завод №1 по объему производимого облицовочного кирпича методом Flashing в соответствии с маркетинговым исследованием компании IndexBox (апрель 2019г.) за 2017г.

Инвестиции в будущее

Одним из надежных и давних деловых партнеров правительства Тульской области является химический холдинг «Полипласт». На территории крупнейшего промышленного центра региона — в Новомосковском районе — работает одно из его подразделений — ООО «Полипласт Новомосковск». Уже много лет компания инвестирует в экономику Тульской области и активно развивает социальную инфраструктуру Новомосковска.

«Полипласт Новомосковск», располагающийся в Тульской области, является одним из крупнейших в России заводов по производству высокотехнологичных добавок в бетоны и строительные растворы. Последние годы компания активно развивает новые направления и расширяет ассортимент продукции. Сегодня АО «Полипласт» — в активном поиске выхода на новые зарубежные рынки. Для Тульской области это хороший знак: регион заинтересован в увеличении объема экспорта, и у химической продукции, которая производится в Тульской области, есть все шансы улучшить показатели региона по объему экспортируемой продукции.

Новые горизонты

Освоение новых рынков — амбициозная задача, которая потребовала от руководства АО «Полипласт» стратегических решений по развитию производственной и научно-технической базы.

Еще в начале 2018 года председатель совета директоров АО «Полипласт» Ильсур Шамсутдинов обозначил приоритеты развития компании, подписав большой инвестиционный контракт с губернатором Тульской области Алексеем Дюминым. Стороны заключили соглашение на полях Российского инвестиционного форума в Сочи. В рамках программы импортозамещения было принято решение о реализации крупного проекта по выпуску высокомолекулярных термостабильных полимеров. Срок реализации проекта — 2019–2025 годы. Объем инвестиций порядка 9 млрд рублей, в результате в Новомосковске, городе химиков, еще 150 человек получают новые рабочие места.

«Проект реализуется по намеченному плану, четко в срок, если конъюнктура рынка не изменится, будем и дальше работать в графике, — рассказывает генеральный директор ООО «Полипласт Новомосковск»



Александр Ковалев. — Мы уже выпускаем продукцию на опытно-промышленной установке, отгружаем ее покупателю. Новый продукт имеет 100% потенциал импортозамещения, но ориентирован, в первую очередь, на экспортные рынки».

Инвестиции в окружающую среду

ООО «Полипласт Новомосковск» базируется в локации, где сосредоточены сразу несколько крупных химических предприятий Тульской области. У каждого из них есть обязательства по экологической программе, одни из самых существенных взяла на себя компания «Полипласт». В период с 2018 по 2022 годы объем выделенных средств на реализацию экологической программы ООО «Полипласт Новомосковск» составит порядка 50 млн руб. *«Инвестиции в благополучие граждан, в том числе экологическое, мы считаем не менее важными, чем инвестиции в развитие производства»*, — заявляет генеральный директор ООО «Полипласт Новомосковск» Александр Ковалев.

Начиная с 2018 года компания поэтапно модернизирует систему улавливания пыли сушильно-складского комплекса, усовершенствует экологическую схему очистки рекреационного отделения. Кроме того, на пункте приема и разогрева сырья планируется установить централизованную систему сбора отходящих газов, а на самом производстве появится система мониторинга и контроля. Работы по данной экологической программе завершатся к 2022 году.

Социальная миссия

Еще одно весьма существенное направление инвестиционной политики АО «Полипласт» — развитие спортивной инфраструктуры Новомосковского района. При поддержке губернатора Тульской области Алексея Дюмина Новомосковск всего за считанные годы превратился в центр хоккея в регионе. За последние несколько лет в городе появились сразу две крупнейшие ледовые арены. Впрочем, ледовые поля, построенные на средства АО «Полипласт», предназначены не только для занятий хоккейных команд, но и для массовых катаний. Ежемесячно на новый каток приходят сотни горожан, чтобы весело и с удовольствием провести время. Популяризация массового спорта в регионе — один из приоритетов компании, который полностью совпадает с вектором социальной политики команды губернатора.





Удивительная страна Хорекания

ОБАРзевший гастро-байтер №1, Хозяин, Писатель, Ресторатор и Верховный главнокомандующий барных войск СССР — не поверите, все это об одном человеке, и он сам себя так называет. Решили сплугатить прямо из его профиля в одной из соцсетей, потому что лучше не скажешь — с юмором и без купюр. Разве таких титулов стесняются? Заинтригованы? Наверняка не все знают, о ком речь, тогда читаем дальше и извлекаем пользу из тех ошибок в стране «Хорекании», на которых он научился, когда строил свой успешный ресторан в Лондоне (и нет, это не ЕЧ)...

Чтобы вы не перепутали, добавим еще немного харизмы нашему герою. Он — хореканский чародей 80 уровня, основатель Harry End и автор книги «Кодекс хореканца: успешная карьера в 50 шотах», которую выпустило издательство «АСТ Nonfiction». Дамы и господа, вашему вниманию новый искрометный спич от Бека Нарзи. Форму изложения мыслей он выбрал явно для собственной души: в шотах и лонг дринках. Не смущайтесь, почувствуйте себя расслабленно, как за барной стойкой, ведь именно там разговор клеится лучше некуда — с легкостью и откровением, достойным Бога. Кажется, что так и писал Бек

Нарзи «Кодекс хореканца» — как на духу, с присущей ему легкостью и очарованием авантюриста.

Одиссея Нарзи

В аннотации к его книге написано, что это — настоящая «Одиссея: от Душанбе до Лондона, от Москвы до Перу, из огня да в полымя, со дна к звездам, со всеми остановками, включая огонь, воду и медные трубы». Не знаю, что тронуло: почтение к вековым традициям семьи, национальный колорит, который впечатан в душу автора и его рода на многие поколения, или тот романтический Лондон, с которым Бек встретился в 1990-е.

Фору вам в бизнес!

(из предисловия автора)

Я прошел все стадии работы в сфере гостеприимства: начал в Старбаксе, сейчас владею ресторанами в Лондоне. Я наступил на все возможные грабли на своем пути, я совершил все ошибки и дорого за них платил. И теперь хочу вам передать этот опыт. Хочу, чтобы вы не повторяли моих ошибок, а с большой форой на старте двигались вперед и развивали нашу любимую индустрию! Сейчас я владею абсолютной формулой успеха в сфере HoReCa. Доказательство тому — то, где я сейчас. Я не теоретик. Я практик!

Фото с официального сайта Бека Нарзи — narzi.london



ГЛАВНЫЙ ПОЭТ ВИНОДЕЛОВ И ХОРЕКАНЦЕВ ОМАР ХАЙЯМ СКАЗАЛ: «ВСЕ МЫ ГОСТИ В ЭТОМ БРЕННОМ МИРЕ»... ВОТ ПОЧЕМУ ПОЛИТИКАМ СТОИЛО БЫ ВЗЯТЬ НА ВООРУЖЕНИЕ НЕ НОВЫЕ БАЛЛИСТИЧЕСКИЕ РАКЕТЫ И БРОНЕТРАНСПОРТЕРЫ, А ЗАКОНЫ ГОСТЕПРИИМСТВА. И ВОТ ПОЧЕМУ МНЕ, КОГДА-ТО СТАВШЕМУ ГОСТЕМ В ЧУЖОЙ СТРАНЕ, ТАК БЛИЗКА, ТАК СОЗВУЧНА СФЕРА ГОСТЕПРИИМСТВА

Впрочем, за ароматными образами, воспоминаниями разных лет, щемящей в сердце тоской по родным и местам — действительно долгая дорога к бизнес-успеху и соль хореканской действительности.

Удивительная и странная Хорекания и ее жители

Здесь самое время расшифровать главное послание, которое зашифо в ключевом слове всей жизни автора и в названии самой книги. Хореканец и Хорекания — кто он, и кто она? Где на карте мира найти эту неизвестную многим страну с малознакомым названием?

Всю свою сознательную жизнь Бек Нарзи живет в этой стране, физически и

душой, мыслями и фантазиями, каждой клеткой организма. Сегодня его считают одним из самых харизматичных гуру в области HoReCa, автором более 30 успешных ресторанных проектов по всему миру.

Впрочем, его «лонг дринки» и «шоты» не только о ресторанном бизнесе. Он говорит с нами о сервисе, о подлинной любви к клиенту, которого он уважительно, как принято на Востоке, называет гостем. Каждый, кто делает бизнес, хочет ему угодить и понравиться, но не каждый находит дорогу к его сердцу, верно распознает его желания. У Нарзи получалось каждый раз, когда он затевал новый бар, ресторан. Об этом и книга.

О вере, которая окрыляет

Пройти этот путь с Бекком Нарзи стоит обязательно, если вы любите свое дело, живете им, вкладываете и отдаете себя — даже, если это не HoReCa. Во-первых, вы получите железобетонное подтверждение тому, что нет другой дороги к успеху; во-вторых, поймете, что на планете (и не только HoReCa) полно сумасшедших, которые искренне любят клиентов/гостей и строят свой бизнес вокруг них. Ну и самое главное — вы убедитесь, что это и есть единственно возможный путь к счастью внутри себя и вокруг, а вера в то, что ты делаешь все правильно, ох как окрыляет!

БЖ

Посвятить жизнь, а не работать

«Кодекс хореканца» мне хочется назвать не моей книгой, а книгой для вас. Свои творческие амбиции я с лихвой удовлетворяю в своем деле. Ресторан, бар или лекционный зал — вот моя трибуна, сцена и кафедра. У меня есть пространство и возможности самовыражаться, но возраст подросткового желания быть пупом земли миновал.

В детстве меня учили всегда говорить спасибо и делиться. Сегодня я понимаю, что это базовые качества не только любого нормального человека, но моральный императив для каждого, кто решил посвятить свою жизнь сфере HoReCa, индустрии гостеприимства. «Посвятить жизнь» я пишу не

для красного словца. Слово «работать» здесь подразумевается, но им жизнь хореканца не исчерпывается. Это не просто работа, это миссия. HoReCa — не завод, где трудятся от звонка до звонка. Нельзя, отрубив, закрыть дверь квартиры и забыть о рабочем дне до следующего утра, когда все повторится вновь. Здесь так не получится. И лучше уяснить это сразу. HoReCa — это и образ жизни, и образ действия. Да что там — вся жизнь и есть. Если вы, конечно, хотите прожить ее так, чтобы не было мучительно больно... Прожить успешно, а не тянуть лямку. Есть другие дороги, менее затратные физически и морально, более комфортные для вас и ваших семей. Одумайтесь, пока не поздно! Рассказ о моей жизни перемежается здесь с практическим руководством по тому, как надо и как не надо строить свой маршрут на карте страны Хорекании, где много зыбучих песков, айсбергов и канав.



ПЛОЩАДЬ ЗАЛА
1000 м²



БАНКЕТ
до 300 человек



ФУРШЕТ
до 700 человек

ВЫ УДИВИТЕСЬ

My Moscow
EVENT

НАШИМ ВОЗМОЖНОСТЯМ
ДЛЯ ВАШИХ СОБЫТИЙ



Реклама. 18+



ГАРДЕРОБ
на 1500 номерков



СВОЯ ПАРКОВКА
на 40 машин



WELCOME-BAR
располагается
за стойкой reception



ТЕХНИЧЕСКИЕ
ВОЗМОЖНОСТИ
стена-экран, подвесы

Площадка нового времени,
непохожая ни на что другое,
но взявшая лучшее у того,
что уже есть



Кутузовский проспект, д.12, стр.1 (м. Киевская)
+7 (495) 115 9 115
info@mymoscowbanquet.ru
@mymoscowevent

В 2020 году 11 конференция пройдет одновременно в 10+ городах России и СНГ, с трансляцией из 2-х залов

Ожидается около **200+** участников на живом мероприятии в Москве и **больше 1000** онлайн

20-21
МАРТА

2020 ГОД

МОСКВА

ОНЛАЙН-ТРАНСЛЯЦИЯ



11 КОНФЕРЕНЦИЯ «ПРОДАЖИ 2020 И МАРКЕТИНГ»

Новейшими наработками с вами поделятся **35** лучших спикеров из них:



**Почему вы?
Секреты
дифференцирования**

Игорь Манн



Как убедить в качестве товара или услуги, чтобы отдали деньги и не выносили мозг

Ия Имшинетская



Как развивать бизнес и продажи когда никто никому уже не доверяет

Дмитрий Норка



Обучение продавцов в активном отделе продаж

Евгений Колотилов

Полная программа мероприятия и регистрация:
MARKETINGCONF.RU



Будут рассмотрены важные темы для повышения эффективности работы компаний малого и среднего бизнеса в сфере B2B, а также представителей предприятий, работающих в сфере розницы или FMCG

10% СКИДКА
ПО ПРОМОКОДУ BZ10

ОРГАНИЗАТОР:

B2B
BASIS

контактный телефон:
(495) 215-16-15