

Февраль. Потепления не ощущается

Ассоциация Менеджеров и экономический еженедельник «Афанасий-биржа» продолжают реализацию совместного проекта, направленного на изучение динамики инвестиционного климата региона и формирование «Индекса предпринимательских оценок и ожиданий Тверской области»

В ходе проводимого исследования изучается динамика изменения инвестиционного климата Тверской области, который включает в себя как возможности для реализации бизнеса в регионе, так и факторы, препятствующие росту деловой активности. Данные исследования позволяют предприятиям объективно оценить ситуацию и более обоснованно выстроить собственную деловую стратегию, а региональным и муниципальным властям при необходимости скорректировать экономическую политику в соответствии с потребностями и ожиданиями бизнеса, что должно положительно отразиться на формировании деловой репутации и имиджа региона для привлечения инвестиций в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Напомним, что первый опрос в рамках исследования был проведен в нашем регионе в начале февраля и опубликован в экономическом еженедельнике «Афанасий-биржа» №8 от 18 февраля. Сегодня мы представляем данные второго этапа исследования, проведенного с 1 по 10 марта 2010 года. В нем приняли участие 32 предприятия преимущественно частной формы собственности (97%), работающих в различных отраслях.

Тревожные тенденции

Результаты февральского опроса позволяют констатировать, что в Тверской области сохраняется устойчиво стабильное положение, однако по сравнению с показателями предыдущего месяца наметились отрицательные тенденции в плане условий ведения бизнеса. К негативным моментам, в частности, относится некоторое ухудшение ситуации в сфере преступности в регионе, отмеченное 17% респондентов (Рис. 1). Не способствует росту деловой активности и ухудшение ситуации в области доступности банковских кредитов — незначительное ухудшение отметили 23% опрошенных. Более категоричны в сравнении с февральскими ответами и оценки респондентами наличия квалифи-

цированных трудовых ресурсов: практически каждый третий опрошенный отметил ухудшение ситуации — 17% оценили его как незначительное, а еще 17% — как сильное. (Рис. 2) В то же время по целому ряду показателей отмечается преобладание позитивных тенденций. Так, 19% респондентов отмечают хотя и незначительное, но все же улучшение ситуации в области снижения коррупционности региональных властей, 13% отмечают незначительное, а 10% — существенное усиление привлекательности тверского региона на российском уровне (Рис. 3).

Рассмотрение показателей в динамике показывает, что изменение следующих показателей за январь-февраль имеет тенденцию в сторону ухудшения. Так, число респондентов, отметивших ухудшение доступности банковских кредитов, возросло на 20% (с 3% до 23%), сильное ухудшение ситуации с наличием квалифицированных трудовых ресурсов — 10%, а количество ответов респондентов, признающих улучшение ситуации в сфере создания властями равных условий ведения бизнеса, снизилось с 21%, зафиксированного по итогам января, до сегодняшних 10%.

Идут на снижение

Что касается деловой активности предприятий, то на ее динамику существенное влияние способны оказывать некоторые факторы, зафиксированные по итогам февраля. К ним можно отнести увеличение совокупных издержек компаний, что было отмечено 43% опрошенных, а также спроса на продукцию предприятий на региональном, российском и международном рынке (20% и 34%). При этом в условиях ужесточения конкуренции на региональном уровне, что отметили 24% респондентов, потенциал развития бизнеса в регионе каждый седьмой оценивает как снижающийся (13%).

К основным факторам, препятствующим развитию бизнеса на региональном уровне, отмеченным компаниями в январском исследовании (недостаток ресурсов и/или оборотных средств, сокращение объема заказов, бюрократизм, сложность получения кредитов для развития бизнеса или высокая ставка по ним, отсутствие стимулированного потребительского спроса, рост коммунальных услуг и тарифов), по итогам февраля добавились еще: а) бездеятельность правоохранительных органов в сфере экономических

правонарушений; б) неэффективная налоговая политика; в) отсутствие государственной поддержки.

Доживем до апреля

Проводимое исследование предполагает также анализ планов предприятий и компаний, участвующих в заочном анкетировании. Прогноз на март, который респонденты давали, опираясь на положение дел в феврале, в целом можно охарактеризовать как довольно оптимистичный. К положительным переменам, по мнению участников опроса, могут привести увеличение отпускных цен (28%) и спроса на продукцию на региональном (32%), российском и международном рынке (26%). Прогнозируется также рост занятости персонала как в Тверской области, так и за ее пределами (14% и 19% соответственно).

Анализ данных в динамике позволяет говорить, что с точки зрения прогноза ситуация в целом не изменилась, если не считать ожидаемого увеличения спроса на продукцию компаний на внешнем рынке на 19%. Да и в целом ожидания респондентов выглядят более смелыми, нежели месяц назад. Об этом свидетельствуют незначительные улучшения по большинству показателей, а также отсутствие отрицательных прогнозных значений по таким показателям, как занятость персонала за пределами региона, отпускные цены и спрос на продукцию на внешнем рынке. Между тем стоит обратить особое внимание на то, что около 60% предприятий не планируют расширения бизнеса ни в регионе, ни за его пределами, что на 10% выше, чем в предыдущем месяце (Рис. 4).

Резюмируя, можно отметить следующее. Безусловно, за данный период исследования говорить о существовании какой-либо устойчивой тенденции в развитии бизнеса Тверской области слишком рано, однако анализ результатов деятельности предприятий даже за столь короткий временной отрезок позволяет оценить деловую ситуацию в регионе как устойчиво стабильную без ярко выраженных позитивных показателей. Несмотря на преобладание оптимистического настроения в ожиданиях предпринимателей — участников исследования, большинство из них на данный момент не планирует расширения бизнеса ни в регионе, ни за его пределами. Как будет выглядеть ситуация по итогам марта, покажет опрос, который пройдет в первых числах апреля.

ТЕНДЕНЦИИ

Оценка уровня преступности в регионе в феврале 2010 г., %

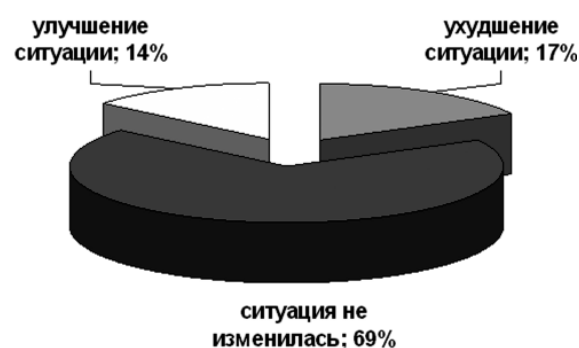


Рис. 1

Оценка наличия квалифицированных трудовых ресурсов в регионе в феврале 2010 г., %

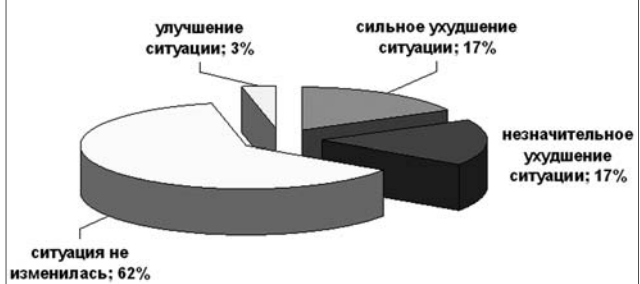


Рис. 2

Оценка привлекательности/имиджа региона на российском уровне в феврале 2010 г., %



Рис. 3

Планы компаний по расширению бизнеса в Тверской области и/или выход в другие регионы в течение марта 2010 г., %

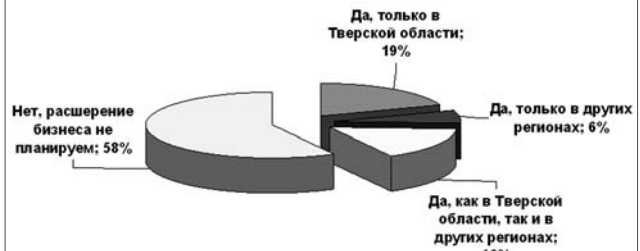


Рис. 4

Полная версия исследования на сайте www.amr.ru.

ОАО «Андреапольский фарфоровый завод», несмотря на трудности для электротехнической промышленности времени, увеличивает объемы своей деятельности, ведет активную деловую политику. И уже сейчас с заводом сотрудничают потребители более чем в 30 регионах России

Кризисный год заставил многие предприятия сойти с пути освоения новых рынков сбыта, улучшения экономического положения и повышения жизненного уровня своих рабочих. Не в пример другим ОАО «Андреапольский фарфоровый завод» по-прежнему решает поставленные еще в докризисные времена задачи, стабильно существует на рынке с отлаженной производственной и технологической базой. Предприятие с 65-летней историей является одним из немногих предприятий России, выпускающих электротехнический фарфор. Эта

Путь от камня до фарфора



Многолетний производственный опыт и безупречная репутация определяют прочные позиции предприятия.

продукция применяется в самых различных распределительных устройствах, электроустановках и электрических железнодорожных сетях. Андреапольский фарфоровый завод был построен в 1944 году и стал первым крупным промышленным предприятием на освобожденной от оккупации территории Калининской области. В последние военные годы завод выпускал дефицитную «каменную» посуду и несколько видов электроизоляторов. В 50-е годы ассортимент продукции расширился, хотя и пришлось отказаться от производства посуды. Сегодня предприятие производит до 50 различных видов электротехнического фарфора мощностью до 10 КВт. Завод успешно работает на российском рынке наряду с крупными поставщиками фарфоровых изоляторов. Именно многолетний производственный опыт и безупречная репутация определяют его прочные позиции. География Андреапольского завода широка — от Москвы до Новосибирска, всего более 30 регионов. Причем с большинством потребителей завод сотрудничает на протя-

жении ряда лет. Подтверждением надежности выпускаемой продукции служат многочисленные награды и дипломы. Так, по итогам 2001 года завод стал победителем конкурса «1000 лучших товаров России», а в 2004-м, когда предприятие отмечало свой 60-летний юбилей, за большой вклад в развитие электротехнической промышленности, многолетний и добросовестный труд — почетной грамотой Министерства промышленности и энергетики РФ. Сейчас за счет собственных источников завод осуществляет реконструкцию производства и осваивает новые виды продукции. За последние два года предприятию удалось ввести 7 новых видов электроизоляторов, и работа в этом направлении продол-

ТВЕРСКОЕ — ЗНАЧИТ, ЛУЧШЕЕ



жается. Также в планах руководства андреапольского завода обновление технологического оборудования, повышение объемов реализации продукции, подключение к газоснабжению и создание новых рабочих мест. Завод, прошедший трудный путь от камня до фарфора, гордится не только своей историей, но и людьми, для которых работа на предприятии не просто способ заработать деньги. В коллективе из 120 человек работают квалифицированные профессионалы, которые отдали родному заводу по 20 и более лет.

Александр БАЙРАМОВА