

КУРСК

**Инвестиции
в производство
сахара**

ОАО «Группа «Разгуляй» в 2009 году направила инвестиций в Курскую область на сумму 3,7 млрд рублей. Как рассказал гендиректор группы «Разгуляй» Игорь Потапенко, в минувшем году сахарными заводами компании было произведено более 120 тыс. тонн сахара. Это 35,4% от общего объема его производства по области. Он также заявил, что компания планирует постепенно увеличивать выработку сахара, но для этого ей необходимо расширять зону свеклосеяния. В настоящее время компания занимается оформлением необходимых земель. Сейчас в распоряжении компании находится 56 га сельхозугодий.

Кроме того, по словам Игоря Потапенко, в настоящее время компания делает ставку на производство сгущенного молока. Так, в прошлом году 9 млн рублей было направлено на обновление основных фондов и модернизацию ОАО «Льговский молочно-консервный комбинат». Всего в Курской области под управлением ОАО «Группа «Разгуляй» находятся 4 сахарных завода на территории Льговского, Мантуровского, Советского и Пристенского районов, 3 агрофирмы (ООО «Льгов-агроинвест», ООО «Кшень-агро», ООО «Кривецагро»), 2 хлебоприемных предприятия и молочно-консервный комбинат.

Артем СОРОКИН,
корреспондент
«ЭЖ-Черноземье»

ОРЕЛ

**10 лауреатов
из Орловской
области**

По итогам 2009 года десять видов продукции и услуг предприятий Орловской области получили звание лауреатов, дипломантами конкурса стали 15 видов товаров. Пять — отмечены дипломами «Новинка года». Руководителям четырех предприятий региона вручены почетные знаки «За достижения в области качества».

В администрации области чествовали победителей регионального этапа ежегодного всероссийского конкурса «100 лучших товаров России», проводимого под эгидой Академии проблем качества Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии. За 12-летнюю историю его существования тысячи предприятий получили звания лауреатов и дипломантов конкурса.

За прошедшие годы звания лауреата конкурса «100 лучших товаров России» удостоились шесть тысяч товаров и услуг. Шести предприятиям в России вручены награды «Лидер качества». Особенно приятно, что среди них есть и орловские компании.

Григорий ШАХОВ,
корреспондент
«ЭЖ-Черноземье»

В особой экономической зоне федерального уровня «Липецк» начинается строительство завода по производству автомобильных шин

**Щепетильные японские инвесторы
выбрали Липецкую область**

Глава администрации Липецкой области Олег Королев на днях принял участие в торжественной закладке камня в строительство завода по производству автомобильных шин компании «Йокохама Р.П.З.» в особой экономической зоне «Липецк». В церемонии также приняли участие управляющий директор Yokohama Rubber Company Limited г-н Сузуки, советник посольства Японии в России г-н Миагава, представители Министерства экономического развития РФ, региональных органов власти, ОЭЗ «Липецк».

Выступая с приветственным словом, г-н Сузуки, прежде всего, поблагодарил Олега Королева и в его лице всех руководителей региона, а также представителей Минэкономразвития РФ за предоставленную возможность реализации этого проекта. «Россия стала для нас одним из трех крупнейших рынков наравне с США и Китаем. Развивая компанию, мы создаем ряд новых производств, одно из которых будет возводиться в Липецке. Мы очень рассчитываем на помощь российских партнеров в процессе производства. Вместе мы добьемся успеха», — заверил г-н Сузуки.

В свою очередь, руководитель исполнительной власти региона высказал инвесторам слова признательности за выбор Липецкой области в качестве партнера в



столь крупном проекте. «Объем средств, вложенных в строительство японской компанией, равен половине годового бюджета области. Но гораздо важнее другое. У нас уже работают итальянские, голландские, немецкие, американские инвестиции. Нам очень хотелось, чтобы в область пришли именно японские предприниматели. Это самые современные технологии, отвечающие строгим экологическим требованиям, новое качество в отноше-

нии к делу, это пример культуры производства, на который можно будет равняться», — подчеркнул Олег Королев.

Проект реализуется в рамках подписанного между Японией и Российской Федерацией соглашения по освоению выпуска автомобилей и производства компонентов на территории России. Планируемые к производству в ОЭЗ «Липецк» шины будут поставляться производителям автомобилей в РФ, а так-

же компаниям во всем мире. Общий объем инвестиций составляет 11,7 млрд рублей. По словам руководителей компании, новый завод разместится на территории 24 га, его площадь — около 43 тыс. кв. м. Первая продукция будет выпущена в 2011 году. К 2014 году планируется достичь проектной мощности в 1,4 млн штук шин в год.

Роман ТРУБНИКОВ,
обозреватель
«ЭЖ-Черноземье»

**Дмитрий НЕЧАЕВ, доктор политических наук:
«Унаследованный А. Гордеевым имидж
Воронежской области гораздо хуже,
чем нынешняя ситуация в этом регионе»**

*Продолжение.
Начало на 1 стр.*

**Отставание
в десять лет**

Сегодня Воронежская область имеет, на мой взгляд, несколько факторов, которые позволяют смотреть в будущее с определенным оптимизмом. Первый из них — в качестве первого лица региона пришел Алексей Гордеев, руководитель федерального масштаба. По знаниям, навыкам, интеллектуальной и организационной составляющим он сопоставим с ведущими региональными лидерами: Хлопониным, Ткачевым, Савченко, Королевым. Второй важный фактор — Воронежская область пока что не утратила своего главного конкурентного преимущества — статуса крупного научного и образовательного центра не только Черноземья, но и Европейской части России. В силу этих обстоятельств у нас есть шансы не только стать одним из лидеров ЦЧР, но и войти в ближайшие пять лет в тридцатку лучших регионов, а за пятнадцать лет — в число пятнадцати наиболее успешных.

Более того, наша задача отчасти облегчается тем, что долгое время, особенно в 70-80-е годы, Воронежская область занимала лидирующие позиции в регионе. Однако впоследствии ситуация

сложилась так, что мы во многом растеряли свои конкурентные преимущества, причем именно в один из самых благоприятных периодов — с 2001 по 2008 год. То, что мы стали регионом стратегического отставания, где в большинстве своем коррумпированная власть была сориентирована не на интересы граждан, а на решение собственных проблем — это результат целой цепочки объективных и, в первую очередь, субъективных факторов. Но в любом случае это стало трагедией региона. Тем более, что быть лидером и потерять этот статус значительно проще, чем стартовать с низких позиций и достичь лидерства.

Претендуя на лидерство, мы должны отдавать себе отчет в том, какое наследие и какие проблемы мы имеем. Изучая ситуацию, я пришел к парадоксальному выводу, что сегодня Алексею Гордееву приходится решать те же проблемы, с которыми наши соседи, губернаторы Белгородской и Липецкой областей Евгений Савченко и Олег Королев, столкнулись в 1999-2000 годах. Я бы назвал этот период «осмыслением общей социально-экономической ситуации». Поэтому в итоге Воронежская область отстает в развитии от успешных соседей на десять лет, и я попробую это доказать.

Именно тогда, в 1999-2000 го-

дах, белгородский и липецкий губернаторы не только осмысливали ситуацию, но и выработали вектор и стратегию развития, формировали приоритеты. Они готовились к тому, что впоследствии смогли реализовать, выявляя точки роста и ключевые конкурентные преимущества, с помощью которых Белгородская и Липецкая области сформировали платформу для модернизации и обозначили лидерские позиции.

Что означает усилить конкурентные преимущества? Это значит создать новые или модернизировать уже существующие производства с помощью привлечения инвестиций на основе реалистичной стратегии. Эти предприятия уже выпускают конкурентоспособную продукцию, интегрируются в рынки сбыта, создаются рабочие места, формируется основа для новых инвестиций. Именно на рубеже столетий Евгений Савченко и Олег Королев предложили региональные приоритеты и мобилизовали деловую и политическую элиты регионов, потому что любые самые выгодные, смелые, просчитанные экономические и социальные проекты невозможно реализовать без человеческого фактора. Когда разработана стратегия, а элита мобилизована, легче решать любые проблемы. Судя по опыту наших соседей, два-три

года — это время, которое уйдет у Гордеева на то, что в свое время сделали Савченко и Королев.

**Поиск экономических
ценностей
и собственной
идентичности**

По моему глубокому убеждению, два последних десятилетия Воронежской области катастрофически не велю. Три губернатора, управлявшие ею, не соответствовали потенциалу региона. Популист, демагог и дилетант априори не могли ни добавить ничего к имеющемуся позитиву, ни даже использовать его — лучше всего у них получалось взимать ренту, транжирить ресурсы и конкурентные преимущества, разбазаривать бренды и доверие людей. Четыре года Ковалева, четыре года Шабанова (этих руководителей хотя бы оправдывала смута 90-х и бездарность режима Ельцина) и почти девять лет Кулакова не просто оказались безрезультатными, но и отбросили регион на годы назад. В результате — девиантная область, отсталая, малообразованная, бескультурная деловая элита и ожиревший правящий слой при ней. И убийственные демографические данные.

Окончание на 3 стр.

Дмитрий НЕЧАЕВ, доктор политических наук: «Унаследованный А. Гордеевым имидж Воронежской области гораздо хуже, чем нынешняя ситуация в этом регионе»

Окончание.
Начало на 1, 2 стр.

За период с 2001 по 2008 год в Воронежской области умерло свыше 330 тысяч человек, а родилось – чуть более 160 тысяч. С чем войдет в историю экс-губернатор Владимир Кулаков? С помпезной рекламой ГУП «Воронеж-инвест» (2002) и с не менее оглушительным его банкротством (2004-2005 гг.). Был ли этот проект реалистичным? Вряд ли. Был ли он составной частью некоей стратегии, выстроенной и осмысленной? Вопрос риторический. Но это не значит, что у соседей дела обстояли точно так же. Они ведь искали не только точки роста, они – в первую очередь Савченко и Королев – искали экономические ниши, те региональные ценности, на которых в последующем была реализована формула успеха, алгоритм консолидации и мобилизации деловой и политической элиты. В этом, наверное, и состоял плацдарм обретения лидерства.

В 2003 году в Белгородской области начали оформляться контуры вертикально интегрированных холдингов по производству мяса птицы и свинины, причем их деятельность сопровождается развитием кормовой базы, техническими и технологическими новациями, глубокой переработкой сельхозпродукции, подъемом прикладной сельскохозяйственной науки. И мы теперь не удивляемся, почему на сегодняшний день в Воронежской области с населением в 2,3 млн человек производится 250 тыс. тонн мяса в год, а в Белгородской области – 1 млн тонн при населении 1,6 млн. Разрыв в уровнях очевиден.

В это же самое время, в середине десятилетия, руководство Липецкой области подошло к решению масштабной задачи по формированию особой экономической зоны федерального уровня. Это не просто экономическая зона – это принципиально новый подход, новый уровень, выйдя на который, в течение нескольких лет липецкие власти смогли привлечь серьезных инвесторов. К

концу 2009 года около двадцати резидентов ОЭЗ вложили в нее около семи миллиардов долларов инвестиций.

Поставить цели и наметить сроки

Верит ли население данного субъекта РФ в воронежское лидерство? Думаю, нет, да и слабо представляют себе люди, что это такое. Верит ли региональная деловая и политическая элита в этот проект? Тоже нет, как, наверное, и абсолютное большинство областных чиновников. Значит, нужно, чтобы в Стратегию воронежского лидерства поверили и элита, и лидеры общественного мнения, и население. Причем поверили по-настоящему, без соревнований в оптимизме.

Любая стратегия лидерства, рассматриваемая как идеологический документ, как политическая декларация, должна быть подкреплена стратегией социально-экономического развития области, некоей программой конкретных действий с обозначением приоритетов. Кроме того, в Стратегии воронежского лидерства должно быть обозначено время их достижения с выделением ряда периодов: периода подготовки плацдарма (2-3 года), периода экспансии (4-5 лет), периода достижения лидерства (2-3 года).

Выходит, что проверить начертанное и реализованное возможно только в 2020 году. И то – если, к примеру, более успешные соседи не осуществят дополнительных модернизационных прорывов. Впрочем, они и «не замораживались» над политическими манифестами, но стратегия в их действиях всегда и везде присутствует. Например, в Белгородской области при участии ключевых экономических департаментов совместно с учеными Белгородского государственного университета была разработана Стратегия до 2025 года. Документ выстрадан, проработан и реалистичен, а промежуточные результаты видны уже сегодня.



Стратегия до 2025 года предполагает развитие области за счет развития трех кластеров – агропромышленного, горно-металлургического и строительного. В Липецкой области аналогичный документ готовился областными управлениями при грамотной консультации столичных специалистов и тоже на реалистичной основе. Кроме того, стратегии в этих областях пошли вглубь: в 2008-2009 годах все муниципальные районы Белгородской и Липецкой областей разработали свои стратегии развития, которые базировались на выверенных точках роста, в увязке с развитием своих регионов в целом.

Таким образом, наши соседи шли от обратного: к 2007-2008 годам на основе имеющегося опыта и достижений они смогли подготовить свои стратегии со-

циально-экономического развития. Кстати, в Воронежской области тоже принимались подобные документы. Например, в 2005 году была презентована так называемая «доктрина» развития Воронежской области. Ее готовили специалисты одной из московских консалтинговых структур, которые, возможно, просто использовали ранее подготовленный аналогичный документ из другого региона, переложив его на Воронежскую область. В результате мы получили доктрину-пустышку. О ней мало кто знает, и она почти не имеет отношения к реальности. В рамках такого подхода действовала не только Воронежская область, но и, например, Курская – там разработкой стратегии тоже занимались сторонние люди.

Корректировка имиджа, инвентаризация региональных брендов, культурных и духовных ценностей

В прежние годы Воронежская область утратила не только конкурентные преимущества, за исключением интеллектуального центра, но и все региональные бренды – воронежский чернозем, футбольный клуб «Факел» и т.д. Власть в нашей области научилась не привлекать инвесторов в область, а взимать с них ренту, и не только с предпринимателей, но даже с вузов в виде ученых степеней кандидатов и докторов наук. Разумеется, это не могло не сформировать негативное отношение к местным властям у сторонних инвесторов. Главный разрушительный символ на пути обретения воронежского лидерства – это имидж региональной власти. Он не просто негативный – он отвратительный. «Благодаря» имиджу власти был сформирован негативный имидж самой территории, и сегодня он гораздо хуже, нежели состояние дел в этом многострадальном регионе России.

Формирование имиджа Воронежской области в целом может начаться только с работы над имиджем власти. Для этого она в ближайшее время должна показать, что у нее хотя бы что-то получается в создании новых производств, что она не берет ренту с инвесторов, а, напротив, убирает препятствия для нормального развития бизнеса, решает социальные проблемы населения, в принятии решений опирается на интеллектуальный слой.

На мой взгляд, необходима также инвентаризация всех существующих на данный момент региональных брендов. В свое время многие уникальные бренды были утрачены, а это означает и потерю лидерских качеств. Необходима инвентаризация того, что есть, а также концентрация усилий по созданию новых брендов и их продвижению в масштабах ЦЧР, да и России в целом. Нужна полная инвентаризация духовных и культурных ценностей Воронежского края, тщательно систематизированных и эффективно поданных в публичную среду. И, конечно же, Воронежская область должна стать территорией, с которой на федеральный уровень идут позитивные, а не негативные информационные поводы. Положительный информационный баланс региона – также важная составляющая не только в имидже территории, но и в создании психологии успешности субъекта РФ.

Сформировать психологию победителей у депрессивной элиты и разуверившегося населения крайне сложно

По большому счету, «Манифест воронежского лидерства» – документ рискованный, в том числе и для губернатора Гордеева. Обозначение стратегии лидерства уже требует жесткого следования ей, и не на краткосрочный, а как минимум на среднесрочный период. За поведением губернатора очень внимательно наблюдает местная элита, которая не слишком заинтересована в его успехе. Поэтому нужно иметь в виду, что на пути формирования психологии победителя есть очень много факторов, которые будут создавать затруднения. С одной стороны, нужны практические результаты, причем желательны уже в этом году, с другой – убежденность населения, что все получается, с третьей – последовательная мобилизация всех сил: власти, элиты,

населения. Без участия хотя бы одной из сторон лидерство невозможно.

Еще один важный момент. Реализовать Стратегию воронежского лидерства можно, только обладая психологией победителей. И здесь есть серьезная проблема. Последнее десятилетие белгородская и липецкая власть активно работала, параллельно демонстрируя успехи в экономике, над формированием у своей элиты и населения таких черт, как уверенность и успешность. Воронежская же власть этим не занималась, в результате чего у жителей региона сформировался некий комплекс неполноценности.

Кроме того, любая стратегия лидерства невозможна без опоры на мощный интеллектуальный слой. Власть, лишенная интеллектуальной поддержки, обречена. У губернатора Белгородской

области есть некий девиз, которым он руководствуется в реализации своей стратегии: «Количество умных людей, помноженное на коэффициент реализации их интеллекта». Для того, чтобы добиться успеха, власти нужно привлекать на свою сторону всех умных и неординарных людей. Эти люди могут не только высказывать свои идеи и соображения – они могут выступать в качестве проводников идеологии и позитивной энергетики. Формирование диалоговых площадок по разным направлениям необходимо для поиска конструктивных решений.

В последнее время между регионами развернулась борьба и за политические символы. Например, Нижний Новгород и Казань соревновались за звание «третьей столицы России». Липецк сейчас претендует на звание «Жемчужины Черноземья»,

Орел хочет стать «Душой Черноземья» и т.д. Несмотря на всю кажущуюся несерьезность этого аспекта, на самом деле это и есть борьба за нематериальные активы, составляющие основу лидерских позиций. Уязвимое место Стратегии воронежского лидерства заключается даже не в том, что она как бы оторвана от конкуренции с другими регионами, в то время как не может быть никакого лидерства, изолированного от этого соревнования. Она в том, что эта стратегия пока не имеет конкретных конструкций (программы, плана социально-экономического развития), проинвентаризированных ценностей, региональных брендов, скорректированного имиджа и слоя людей, грамотно и эффективно формирующих психологию победителей.