

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Южно-Уральский государственный университет»
(национальный исследовательский университет)
Высшая школа экономики и управления
Кафедра «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

РАБОТА ПРОВЕРЕНА

Рецензент, заведующий кафедрой
Экономики, финансов и бухгалтерского
учета ФГБОУ ВО «Российская Академия
народного хозяйства и государственной
службы при Президенте РФ» Челябинский
филиал, к.э.н., доцент

_____ Н.Ю. Коротина
_____ 20 ____ г.

ДОПУСТИТЬ К ЗАЩИТЕ

Заведующий кафедрой,
д.э.н., профессор
_____ И.И. Просвирина
_____ 20 ____ г.

Управление инвестиционной привлекательностью экономического
пространства муниципального образования

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА
(МАГИСТЕРСКАЯ ДИССЕРТАЦИЯ)
ЮУрГУ – 38.04.04.2017.02378.ВКР(МГ)

Руководитель работы,
доцент

_____ Т.Ю. Субботина
_____ 20 ____ г.

Автор работы,
студент группы ЭУ–325

_____ А.В. Кушнарев
_____ 20 ____ г.

Нормоконтролер,
ст. преподаватель

_____ М.И. Лаврова
_____ 20 ____ г.

РЕФЕРАТ

Кушнарев, А.В. Управление инвестиционной привлекательностью экономического пространства муниципального образования. – Челябинск: ЮУрГУ, ЭУ–325, 2017. – 122с., 22 ил., 13 табл., библиогр. список – 115 наим., 5 прил.

Объект исследования – муниципальное образование город Челябинск в составе Челябинской области.

Предмет исследования – социально-экономические и организационные ресурсы повышения инвестиционной привлекательности города Челябинска в составе Челябинской области.

Цель исследования – разработка рекомендаций по совершенствованию управления инвестиционной привлекательностью экономического пространства города Челябинска в составе Челябинской области.

В работе проведена оценка основные показатели социально-экономического развития, а также провести SWOT-анализ долгосрочного развития инвестиционной деятельности Челябинской области и города Челябинска; проанализированы меры государственной поддержки инвесторов Челябинской области и города Челябинска;

Разработаны рекомендации по совершенствованию социально-экономических и организационных ресурсов привлечения инвестиций в Челябинск и Челябинскую область и оценить их эффективность.

Практическая значимость работы заключается в том, что разработанные рекомендации могут быть использованы как методическая основа при принятии решений по мерам, направленным на повышение объема привлекаемых в регион инвестиций до необходимого уровня, а также для введения и применения на регулярной основе на территории Челябинской области.

Положительный эффект от предложенных мер составит около 18,34% от среднегодовой суммы привлеченных в экономическое пространство города и области инвестиций

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	8
1 НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА.....	12
1.1 Институциональные основы инвестиционной деятельности.....	12
1.2 Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность экономического пространства.....	17
2 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОД ЧЕЛЯБИНСК В СОСТАВЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	24
2.1 Основные показатели социально-экономического развития города Челябинска и Челябинской области.....	24
2.2 SWOT-анализ долгосрочного развития инвестиционной деятельности города Челябинска и Челябинской области.....	41
2.3 Анализ организационных ресурсов привлечения инвестиций в город Челябинск и Челябинскую область.....	48
3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ И СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПО ПОВЫШЕНИЮ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОД ЧЕЛЯБИНСК В СОСТАВЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	69
3.1 Рекомендации по совершенствованию социально-экономических и организационных ресурсов привлечения инвестиций в город Челябинск в составе Челябинской области.....	69
3.2 Организационные ресурсы привлечения инвестиций как бизнес- процесс.....	89
3.3 Эффективность рекомендаций по совершенствованию процесса управления инвестиционной привлекательностью экономического пространства.....	92
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	103

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК.....	107
ПРИЛОЖЕНИЯ	
ПРИЛОЖЕНИЕ А. Основные социально-экономические показатели Челябинской области за 2015 год.....	117
ПРИЛОЖЕНИЕ Б. Бюджет кампании по поисковому продвижению проекта (выдача по России).....	118
ПРИЛОЖЕНИЕ В. Бюджет кампании по поисковому продвижению проекта (выдача в США и Европе).....	120
ПРИЛОЖЕНИЕ Г. История показов по ключевым фразам.....	121
ПРИЛОЖЕНИЕ Д. Диаграмма Ганта. График реализации проекта.....	122

ВВЕДЕНИЕ

Повышение уровня инвестиционной привлекательности и решение задач по привлечению инвестиций в регионы и муниципалитеты Российской Федерации тесно связаны с совокупностью различных экономических, социальных, политических, инфраструктурных и других аспектов регионального развития. В условиях растущих требований со стороны населения к совершенствованию управления социально-экономическим развитием муниципальных образований особое значение имеют инвестиционные проблемы крупных городов, являющихся в российских регионах городами-миллионниками.

Практика ведущих в инвестиционном развитии регионов показывает, что существенным фактором социально-экономического развития выступают эффективные ресурсы привлечения инвестиций в экономическое пространство и удержание инвестиционной привлекательности на достаточном уровне.

Современный этап регионального и муниципального развития подтверждает гипотезу о том, что только одновременное улучшение социально-экономических условий и эффективное использование информационных технологий позволяют достичь максимального эффекта в виде притока инвестиций.

Актуальность темы исследования очевидна, в связи с чем возникает необходимость повышения социально-экономических показателей регионального и муниципального развития и максимального совершенствования организационных ресурсов привлечения инвестиций.

Объектом исследования является муниципальное образование город Челябинск в составе Челябинской области.

Предметом исследования являются социально-экономические и организационные ресурсы повышения инвестиционной привлекательности города Челябинска в составе Челябинской области.

Цель диссертационного исследования – разработка рекомендаций по совершенствованию управления инвестиционной привлекательностью экономического пространства города Челябинска в составе Челябинской области.

Достижение поставленной цели потребовало решения следующих задач:

- выявить сущность инвестиций, их виды, факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность и методику их оценки;
- оценить основные показатели социально-экономического развития, а также провести SWOT-анализ долгосрочного развития инвестиционной деятельности Челябинской области и города Челябинска;
- проанализировать меры государственной поддержки инвесторов Челябинской области и города Челябинска;
- предложить рекомендации по совершенствованию социально-экономических и организационных ресурсов привлечения инвестиций в Челябинск и Челябинскую область и оценить их эффективность.

Для решения поставленных в работе задач применялись следующие методы исследования: анализ, синтез, расчетно-аналитический и отчетно-статистический метод, функциональный, статистический и экономический анализ.

Теоретической основой исследования являются фундаментальные положения теории инвестиций, а также положения отечественных и зарубежных ученых по инвестиционной привлекательности регионов, по привлечению и анализу инвестиций в регионы, в том числе работы Бочарова В.В., Вершининой А.А., Добровольского В.П., Котлера Ф., Крутикова В.К., Смаглюковой Т.М., Хазанович Э.С., Шарпа У. и других.

Управленческие и муниципальные аспекты социально-экономического развития городов Челябинской области представлены в трудах Э.Б. Алаева, Е.Г. Анимицы, Н.Н. Баранского, М.В. Борщевского, Л.А. Велихова, О.С. Пчелинцева, А.Н. Швецова и др. Зарубежные исследования управления городами и эволюции пространственных систем нашли отражение в фундаментальных работах У. Айзерда, А. Вебера, М. Вебера, В. Кристаллера, А. Леша, М. Портера, И. Тюнена и многих др.

Информационную базу исследования составили законы и нормативные правовые акты Российской Федерации в сфере инвестиций; результаты исследований, содержащиеся в работах отечественных и зарубежных

экономистов; материалы периодических специальных изданий; данные Интернет-сайтов, специализирующихся на инвестиционной тематике и данные информационно-правовых систем «Гарант», «Консультант Плюс».

Фактологическую и статистическую базу исследования составили законодательные акты и нормативно-правовые документы России, Челябинской области, муниципальные правовые акты г. Челябинска, государственная стратегия устойчивого развития Российской Федерации, официальные материалы Росстата, материалы периодической печати, аналитические материалы общероссийских журналов «Городское управление», «Муниципальная власть».

Работа состоит из реферата, введения, трех глав, заключения, библиографического списка и приложений.

Во введении обоснована актуальность исследуемой темы, определены цель, задачи, объект и предмет исследования, раскрыты теоретические и информационные основы исследования. Представлено краткое содержание разделов.

В первой главе на основе изучения литературных источников выявлена сущность инвестиций, определены их виды, особенности и факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность регионов, рассмотрены методики оценки инвестиционной привлекательности. Освещены законодательные и нормативно-правовые акты, регулирующие отношения в сфере инвестиций.

Во второй главе исследованы основные показатели социально-экономического развития; проведен SWOT-анализ развития инвестиционной деятельности в Челябинске и Челябинской области, а также проанализированы организационные ресурсы привлечения инвестиций в регион.

В третьей главе разработаны и обоснованы пути совершенствования социально-экономических и организационных ресурсов по привлечению инвестиций в Челябинскую область.

В заключении изложены результаты исследования, сформулированы основные выводы и рекомендации по организационным ресурсам привлечения инвестиций в Челябинскую область.

Основная гипотеза и практическая значимость исследования заключается в том, что развитие региона и муниципальных образований в его составе неотделимы друг от друга. Категория инвестиционная привлекательность – это многомерная и многоэлементная категория. Развитие Челябинской области зависит от роста инвестиционного потенциала города Челябинска (и других крупных муниципальных образований в составе области).

1 НАУЧНО-МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА

1.1 Институциональные основы инвестиционной деятельности

Под инвестициями принято понимать капиталовложения в какой-нибудь актив с дальнейшей целью извлечения прибыли.

Понятие «инвестиции» в своем понимании обширно и многогранно. Анализируя различные понятия «инвестиции» можно отметить, что они не являются полными и исчерпывающими.

Инвестиции – денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные права, иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и (или) иной деятельности в целях получения прибыли и (или) достижения иного полезного эффекта [5].

В определении понятия инвестиций следует отличать общее (в широком смысле) и экономическое (в узком смысле). Общее основывается на ожидании от вложенных средств и достижении не только экономических, но и других целей, а у экономического – приращение вложенных средств. В зарубежной и отечественной литературе можно встретить различные варианты определений.

Так, Уильям Шарп предложил определение «инвестировать», как расстаться с деньгами сегодня, чтобы получить большую их сумму в будущем [89].

Советская экономическая наука использовала эквивалент «инвестиций» термин «инвестирование», т.е. капитальные вложения.

В финансово-экономическом словаре (под редакцией М.Г. Назарова) содержится понятие инвестиций, как вложений в основной и оборотный капитал с целью получения дохода. Также различает, инвестиции в материальные активы, т.е. вложения в движимое и недвижимое имущество (землю, здания, оборудование) и инвестиции в финансовые активы – вложения в ценные бумаги, банковские счета и другие финансовые инструменты» [48, 50, 87, с. 181].

Азрилиян А.Н. предложил определение инвестиции как «совокупность затрат, реализуемых в форме долгосрочных вложений капитала в промышленность, сельское хозяйство, транспорт и другие отрасли» [87, с. 182].

Игошин Н.В. считает, что инвестиции – это затраты денежных средств, направленные на воспроизводство капитала, его поддержание и расширение.

В наиболее общей форме инвестиции – это вложения свободных денежных средств в различные формы финансового и материального богатства.

Процесс инвестирования совершается в любой экономике как перераспределение денежных ресурсов от тех, кто ими располагает, к тем, кто в них нуждается [87, с. 182].

Инвестиции – это вложение временно свободных средств в бизнес с целью получения прибыли и достижения социального и экологического эффекта в перспективе. Инвестирование предполагает выбор стратегии поведения субъектов со свободными денежными средствами и желанием выгодно вложить их в финансовые активы.

Лопухов А.М. различает инвестиций как долгосрочные вложения; говорит об инвестировании капитала в производственный, торговый, банковский или иной бизнес, отрасль либо экономику в целом.

Развернутое понятие инвестициям дает Бард В.С.: «Инвестиции – это долгосрочные вложения реальных и финансовых ресурсов в проекты, осуществление которых приводит к приросту реального богатства в материально-вещественной и информационной форме, сопровождаемому приростом денежного (финансового) богатства, или только к приросту последнего (за счет перераспределения денежных средств в обществе, когда одни обогащаются на потерях других)».

Сущность инвестиций включает в себя следующие характеристики как объект экономического управления; наиболее активная форма вовлечения накопленного капитала в экономический процесс; возможность использования накопленного капитала во всех альтернативных его формах; альтернативная возможность вложения капитала в любые объекты хозяйственной деятельности; источник

генерирования эффекта предпринимательской деятельности; объект рыночных отношений; объект собственности и распоряжения; объект временного предпочтения; носитель фактора риска; носитель фактора ликвидности.

Также понятие «инвестиции» тесно связано с понятием «инвестиционная деятельность», которое характеризуют как вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта.

Инвестиционная деятельность включает в себя следующие этапы: формирование накоплений; вложение ресурсов; получение дохода.

Исходя из определений «инвестиции» и «инвестиционная деятельность», можно предположить, что «инвестиционная привлекательность» – это совокупность критериев, создаваемых государством и компаниями условий вложения капитала, гарантированности и привлекательности вложений, побуждающих инвестора относиться с предпочтением к вложению капитала в регион, отрасль экономики либо в производство.

Основными законами, определяющими основные понятия инвестиций и инвестиционной деятельности, является Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений» № 39-ФЗ от 15.07.1998 г. (в ред. от 12.12.2011 № 427-ФЗ), а также Федеральный закон «Об иностранных инвестициях в Российской Федерации» № 160-ФЗ от 02.07.1999 (ред. от 06.12.2011 № 409-ФЗ).

Под иностранными инвестициями понимается: вложение иностранного капитала в объект предпринимательской деятельности на территории Российской Федерации в виде объектов гражданских прав, принадлежащих иностранному инвестору, если такие объекты гражданских прав не изъяты из оборота или не ограничены в обороте в Российской Федерации в соответствии с федеральными законами, в том числе денег, ценных бумаг (в иностранной валюте и валюте Российской Федерации), иного имущества, имущественных прав, имеющих денежную оценку исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (собственности), а также услуг и информации.

С понятиями инвестиций тесно связаны понятия субъекта и объекта инвестиционной деятельности. Под субъектом понимаются физические и юридические лица, осуществляющие целенаправленные действия по решению поставленных задач. Субъектами являются инвесторы, заказчики, подрядчики (исполнители работ), пользователи объектов инвестиционной деятельности и другие физические и юридические лица, участвующие в реализации инвестиционного проекта.

Объектами инвестиционной деятельности являются вновь создаваемое различного вида имущество предприятий и организаций производственной и непромышленной сферы, ценные бумаги (акции, облигации, сертификаты и т.п.), научно-техническая продукция, имущественные права и права на интеллектуальную собственность, денежные вклады.

Инвестиции можно классифицировать по следующим основным признакам по объектам инвестиционной деятельности; срокам вложений; формам собственности; источникам финансирования; сферам экономики; территориальной направленности; отраслевой направленности; характеру участия в инвестиционном процессе; возможности участия в управлении.

Основной классификацией инвестиций является по объектам инвестиционной деятельности (рисунок 1).

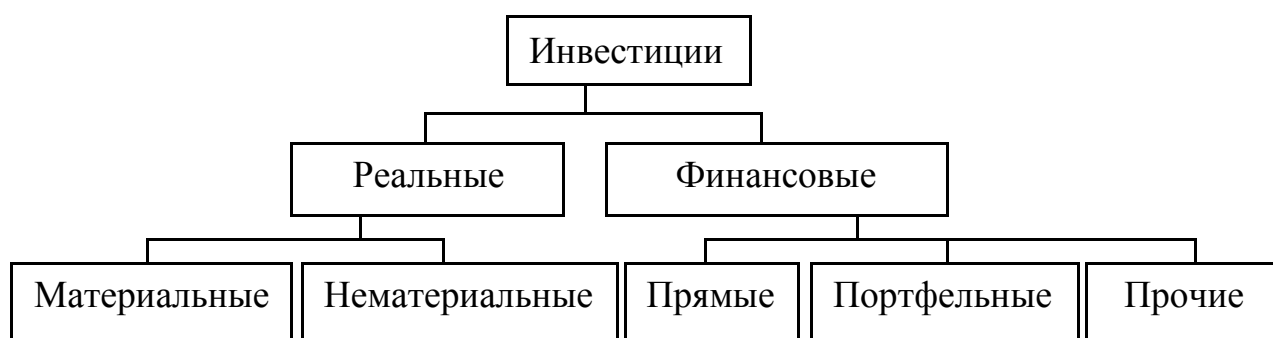


Рисунок 1 – Классификация инвестиций по объектам инвестирования

Реальные (капиталообразующие) инвестиции подразделяются на материальные и нематериальные. Первые включают инвестиции в осязаемые

объекты — в здания, сооружения, машины, оборудование и т.д., вторые (потенциальные, иногда называемые интеллектуальными) — это вложение средств на приобретение патентов, лицензий, оплату научно-исследовательских работ, реализацию программ переподготовки и повышения квалификации кадров.

Финансовые инвестиции – это вложение капитала в акции, облигации, банковские вклады, инвестиционные сертификаты и другие ценные бумаги. Подразделяют на прямые (в реальные активы), портфельные и прочие. К первым относятся вложения в акции акционерных обществ с целью получения дивидендов и приобретения права на участие в управлении. К портфельным относятся инвестиции в разные виды ценных бумаг, принадлежащие разным эмитентам, с целью повышения вероятности получения дохода от вложенных средств. Инвестиции, не подпадающие под определение прямых и портфельных, указываются как прочие – торговые кредиты, кредиты правительств иностранных государств под гарантии Правительства РФ, банковские вклады.

По срокам вложений инвестиции подразделяются на краткосрочные (на период до одного года), среднесрочные (от одного до трех лет) и долгосрочные.

По формам собственности обычно выделяют государственные, частные, иностранные и смешанные инвестиции (рисунок 2).

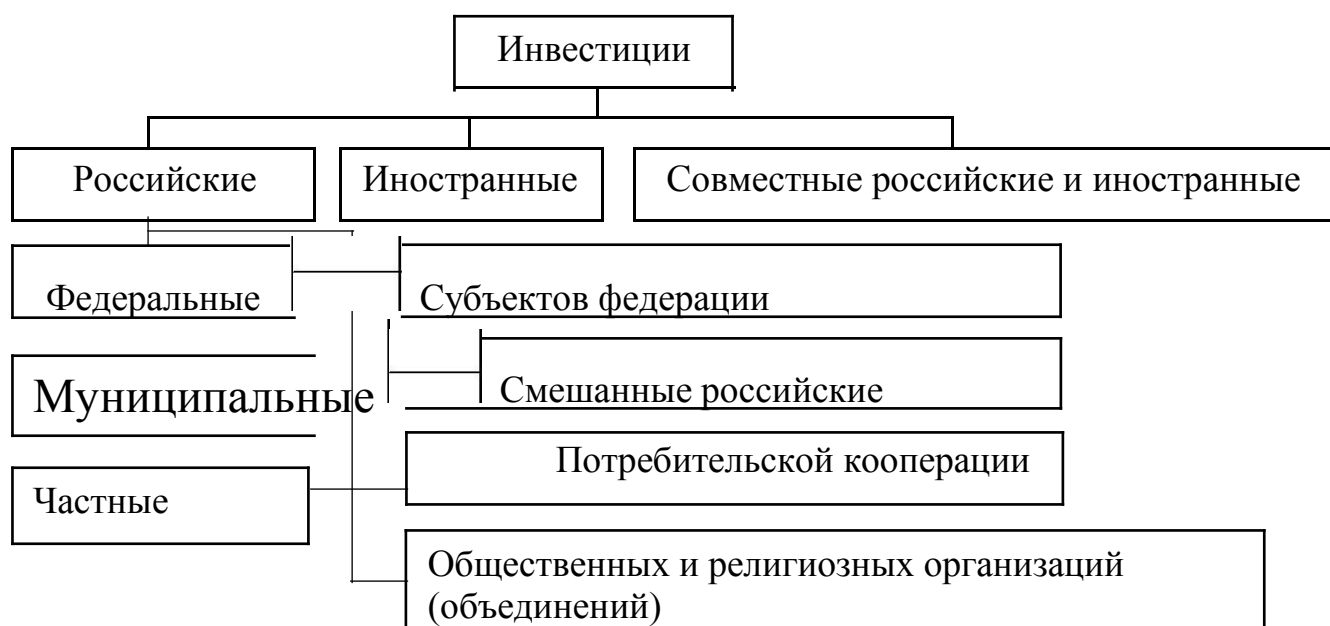


Рисунок 2 – Классификация инвестиций по формам собственности

По формам собственности обычно выделяют государственные, частные, иностранные и смешанные инвестиции. По данному признаку выделяют федеральные, субъектов федерации, также муниципальные инвестиции, инвестиции потребительской кооперации, общественных и религиозных организаций (объединений). Кроме того, смешанные инвестиции подразделяются на смешанные российские и совместные российские и иностранные.

Таким образом, под инвестициями понимается вложение денежных средств (капитала) с целью получения прибыли, обычно подразумевают долгосрочное вложение в то или иное производственное, торговое, банковское или другое предприятие, отрасль экономики либо экономику в целом. Также с понятием «инвестиции» тесно связано понятие «инвестиционная деятельность», которая характеризует вложение инвестиций и осуществление практических действий в целях получения прибыли или достижения иного полезного эффекта. Основными видами инвестиций являются реальные и финансовые, по срокам вложений подразделяются на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные, а по формам собственности бывают государственные, частные, иностранные и смешанные.

1.2 Факторы, влияющие на инвестиционную привлекательность экономического пространства

Понятие «инвестиционная привлекательность» используется для оценки целесообразности осуществления инвестиции в тот или иной проект, выбора альтернативных вариантов осуществления инвестиций и определения эффективности размещения ресурсов. Инвестиционная привлекательность конкретной территории складывается из множества факторов, которые в свою очередь, формируются из характеристик экономического пространства данной территории. Категории «инвестиционная привлекательность» и «экономическое пространство» тесно связаны между собой. Существует ряд научно-методических подходов к определению экономического пространства (государства, региона, муниципального образования).

Экономическое пространство – это совокупность экономических отношений, складывающихся на основе единых правил их регулирования и развивающихся на территории, не имеющей внутренних экономических границ для перемещения рабочей силы, капитала, товаров и услуг.

Экономическое пространство – территория, на которой действует присущая данному региону система экономических связей, постоянно развивающихся в процессе взаимного дополнения и переплетения хозяйствующих структур, между которыми имеет место устойчивое территориальное разделение труда.

Дадим собственное определение категории «экономическое пространство» относительно инвестиционной привлекательности – это совокупность социальных, экономических, политических факторов, действующих в конкретном территориальном образовании и формирующих инфраструктуру для привлечения ресурсов.

Традиционно в экономической литературе инвестиционная привлекательность рассматривалась с точки зрения инвестора, но это понятие представляется более сложным, особенно если исследовать его в содержательном аспекте в разрезе субъектов инвестиционного процесса [81, с. 217]. Выделим подходы к трактовке понятия «инвестиционная привлекательность» (рисунок 3).

Ученые первой группы не увязывают определение инвестиционной привлекательности с содержательным ее аспектом, т.е. с конкретными показателями. Вторая группа считает, что доминирующее положение занимают конкретные показатели, которые требуется изучать при ее оценке. Последняя группа делится на две подгруппы, первая из которых увязывает понятие с капиталом организации, а вторая – с показателями финансовых результатов.

Анализ мирового опыта показывает, что проблема привлечения капитала находится в прямой зависимости от уровня инвестиционной привлекательности в стране и регионе. Анализ федерального и регионального уровня позволяет определить инвесторам (в первую очередь иностранным) стабильность инвестиционной среды, в котором функционирует муниципальный объект.

Инвестиционная привлекательность

Понятие не связано с определением содержательного аспекта, т.е. с конкретными показателями (Валинурова, Казакова, Бланк, Шмидт, Савицкая,

Качественные характеристики

В определении понятия, доминирующие положение занимают конкретные показатели

Основное место занимает капитал организации (Власова, Крылова, Гиляровская, Ройзман, Гришина, Журавкова)

Количественные характеристики

Основное место занимают показатели финансовых результатов (доход, прибыль и т.д.) (Бочаров, Леонтьев, Лапухова, Шохин, Масютин, Крейнина)

Рисунок 3 – Точки зрения на понятие «Инвестиционная привлекательность»

В состав факторов, влияющих инвестиционную привлекательность входят только те, которые относятся к инвестиционной значимости, то есть которые оказывают в регионах большое влияние на инвестиционную активность.

Нефедова А.Ю. в своей работе «Факторы инвестиционной привлекательности России» на базе анализа современной научной литературы выделяет 17 основных показателей, инвестиционно значимых для определения уровня инвестиционной привлекательности в регионах и муниципальных образованиях России. Перечень факторов и краткое их содержание приводится в таблице 1.

Таблица 1 – Основные факторы инвестиционной привлекательности регионов и муниципалитетов

Наименование показателя	Краткая характеристика показателя
1. Показатели инвестиционного потенциала региона / муниципального образования	
1.1 Показатели производственно-финансового потенциала в регионе	
Объем промышленного производства	Объем промышленной продукции на душу населения
Темп изменения объема промышленного производства	Темп изменения производства за год
Уровень развития малого бизнеса	Доля активного населения, занятого в малых предприятиях в общей численности активного
Внутренние инвестиционные ресурсы предприятий	Сумма амортизационных отчислений и прибыли

Наименование показателя	Краткая характеристика показателя
Уровень развития сферы платных услуг и розничного товарооборота	Объем оборота розничных товаров и платных услуг на душу населения
Экспорт продукции в дальнее и ближнее зарубежье	Экспорт из региона на душу населения региона / муниципального образования
1.2 Показатели социального потенциала региона / муниципального образования	
Обеспеченность населения собственными легковыми автомобилями	Количество легковых автомобилей, находящихся в собственности на 1000 человек
Уровень жизни населения в регионе	Отношение средней стоимости ресурсов на душу населения региона / муниципального образования к величине прожиточного минимума
Обеспеченность региона / муниципального образования автодорогами с твердым покрытием и железнодорожными путями общего пользования	Общая протяженность дорог на единицу площади региона и душу населения региона / муниципального образования
Обеспеченность населения региона / муниципального образования жильем	Количество общей жилой площади, приходящейся на душу населения региона / муниципального образования
1.3 Показатели ресурсно-сырьевого потенциала региона / муниципального образования	
Объем углеводородных запасов (нефти и газов)	Объем запасов природных ресурсов с учетом рентабельности разработки месторождения
Объем минерально-сырьевых ресурсов	Объем запасов минерально-сырьевых ресурсов с учетом рентабельности разработки месторождений
Географическое расположение региона / муниципального образования, учитывающие выход на внутренние и внешние рынки	Оценка признака по шкале от 0 (при полном отсутствии) до 7 (при его наличии) баллов.
Общий уровень инвестиционного потенциала региона / муниципального образования (свод данных)	
2. Показатели социально-политической и экологической безопасности региона / муниципального образования	
Доля малоимущего населения	Доля населения с доходами ниже прожиточного минимума
Уровень безработицы	Отношение численности безработных к общей численности экономически активного населения, %
Уровень экологической загрязненности и дискомфорта климата	Комплексный показатель. Включает в себя нарушение среды, ущерб, экологическая частота выпускаемой продукции
Уровень преступности	Комплексный показатель, включающий в себя: – число зарегистрированных преступлений на 100 тыс. населения; – число наиболее тяжких преступлений на 100 тыс. населения.
Общий уровень социально-политической и экологической безопасности для инвестора (свод данных)	
Итого: интегральный уровень инвестиционной привлекательности региона	Интегральный коэффициент, обобщающий данные всех частных показателей

Источник: составлено автором

Мариев О.С. и Нестерова Д.В. выделяют шесть групп факторов привлечения прямых иностранных инвестиций (рисунок 4).

Группы факторов привлечения прямых иностранных инвестиций:

1. Экономические факторы, которые включают в себя три характеристики экономической конъюнктуры региона – это размер рынка, цены факторов производства, качество факторов производства.

2. Показатели, характеризующие развитость инфраструктуры региона. Данный показатель отражает уровень развития инфраструктуры региона, показывает необходимые затраты и сложность для поиска поставщиков, а также для распределения товара между рынками.

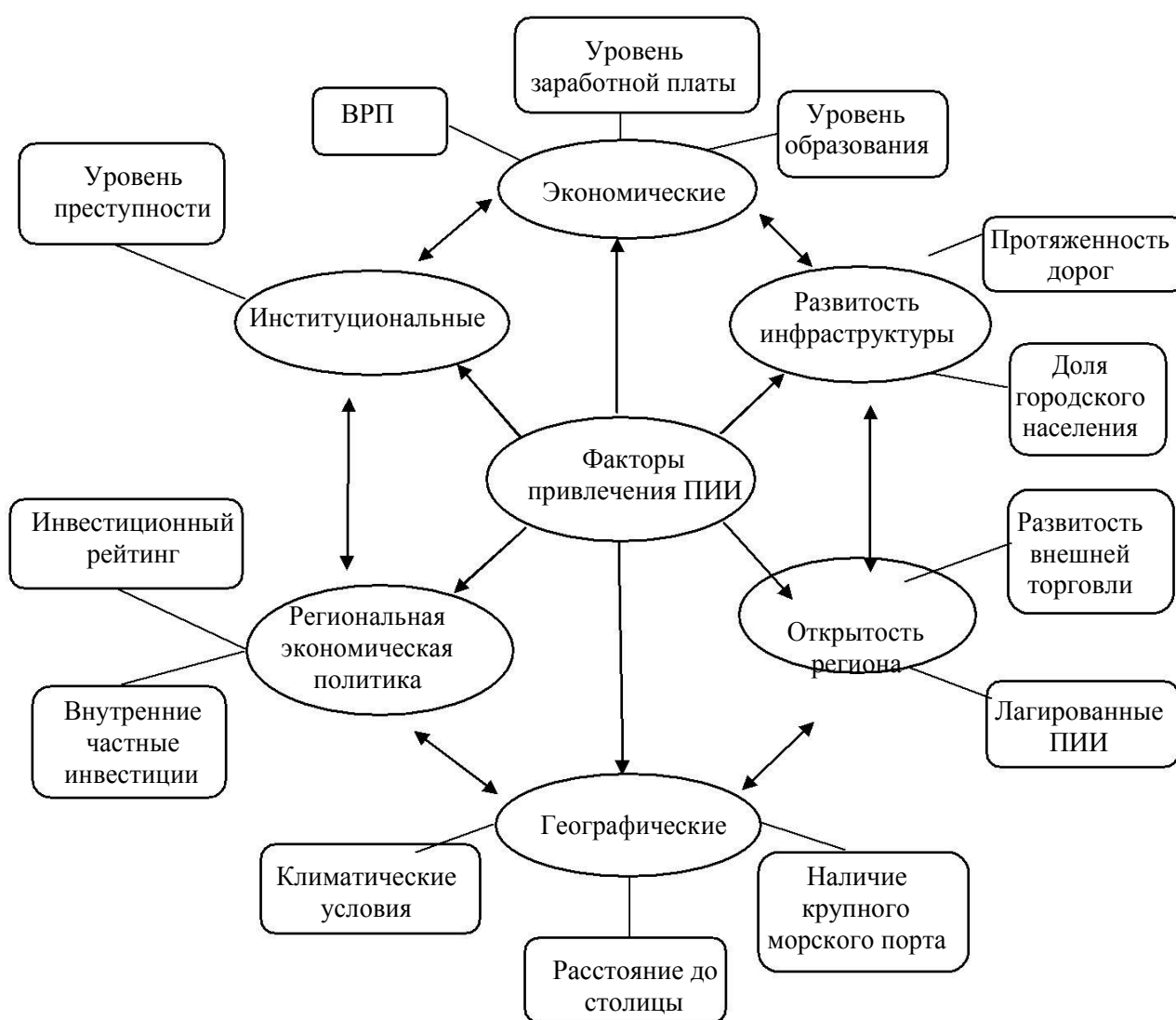


Рисунок 4 – Региональные факторы привлечения инвестиций

3. Уровень институционального развития региона. Благоприятность обстановки региона достигается при наличии развитых институтов, четкости правил и норм в принятии управленческих решений, высокого уровня сбора налогов и участия граждан в выполнении своих гражданских обязанностей.

4. Региональная экономическая политика. Важную роль в экономической активности зарубежных агентов в экономике играет политическая ситуация в регионе. Для ее определения используют два показателя – это инвестиционный рейтинг регионов России, включая рейтинг инвестиционного потенциала и риска, а также внутренние частные инвестиции, имеющие отношение к политической обстановке в регионе. Положительным сигналом для зарубежных инвесторов является активность внутренних инвесторов.

5. Открытость региона внешнеэкономическим отношениям. Данный показатель характеризуется степенью открытости региона ко внешней торговле и объемом импорта и экспорта.

6. Географические особенности региона. Показатель потенциально значим для объяснения внутристрановой структуры притока прямых иностранных инвестиций. Регионы России многообразны по своим географическим характеристикам, таким как резкость климата, выход к морю, земельные ресурсы. Вероятность вливания прямых иностранных инвестиций уменьшается с удаленностью регионов от Москвы.

В настоящий момент выделяют дополнительные три показателя для оценки инвестиционной привлекательности региона/муниципального образования с учетом прогрессивного сдвига диверсификации в экономике и увеличения значимости роли высоких технологий, которые представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Показатели оценки инвестиционной привлекательности регионов и муниципальных образований Российской Федерации

Наименование показателя	Метод оценки
Потенциал разработки и применения высоких технологий	Многомерная средняя из четырех стандартизированных душевых показателей: 1. экспорт машиностроительной продукции (долл.); 2. экспорт технологий и услуг технического характера (поступления по соглашениям, руб.);

Наименование показателя	Метод оценки
Потенциал разработки и применения высоких технологий	3. объем отгруженной инновационной продукции предприятий промышленного производства (руб.); 4. выдача патентов на изобретение (шт.)
Туристско-рекреационный потенциал	Оценка признака от 1 (при полном отсутствии) до 7 (при его наличии), в баллах
Лесные и водно-биологические природные ресурсы	Двухмерная средняя из стандартизированных значений объема лесных и водно-биологических ресурсов

Источник: составлено автором

Таким образом, основными факторами, влияющими на инвестиционную привлекательность регионов и муниципальных образований в их составе являются экономические, географические, институциональные, а также развитость инфраструктуры и открытость региона, региональная экономическая политика.

2 ОЦЕНКА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОД ЧЕЛЯБИНСК В СОСТАВЕ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ

2.1 Основные показатели социально-экономического развития города Челябинска и Челябинской области

Челябинская область – субъект Российской Федерации, входит в состав Уральского федерального округа состоящий из 16 городских округов и 27 муниципальных районов, 27 городских поселений и 247 сельских поселений.

Площадь Челябинской области равна 88,5 тысячам квадратных километров. Протяжённость области с севера на юг – 490 км, с запада на восток – 400 км. Географический центр области располагается на правом берегу реки Уй, в 3 км на юго-восток от села Нижнеусцелемово Уйского района. Челябинская область по территории занимает 5 место из 8 регионов Урала и 39 место по России. Общая протяжённость границ составляет 2750 км.

По данным Госкомстата России на 2013 год численность населения Челябинской области составляет 3 485 272 чел., плотность населения – 39,37 чел./км², городское население – 82,22 % [28].

Область – наиболее плотно населённая из регионов Урала, и вторая после Свердловской области по уровню урбанизации. По плотности населения Челябинская область – 24-й регион в РФ (без Москвы и Санкт-Петербурга), а по уровню урбанизации – 9-й (без авт. округов).

Челябинская область является одним из наиболее крупных в экономическом отношении субъектов Российской Федерации. Среди регионов РФ Южный Урал в 2015 году занимает 2 место по производству мяса птицы в сельскохозяйственных организациях, 7 место по объёму продукции в обрабатывающих производствах, 4 место по производству яиц, 14 место по вводу жилья, 13 место по обороту розничной торговли и объёму сельскохозяйственной продукции, 14 место по объёму платных услуг населению, 19 место по объёму инвестиций в основной

капитал (данный показатель значительно снизился, в 2013 году было 11 место). В регионе выпускается каждая 4-я тонна проката и стали, каждый 3-й кг макаронных изделий, 45% огнеупорных изделий, 12,5% стальных труб.

Регион обладает значительным производственным, трудовым и научным потенциалом, разнообразной ресурсной базой, развитой инфраструктурой и выгодным транспортно-географическим положением, уникальными природно-климатическими условиями. В области разработана система взаимосвязанных нормативных правовых актов, направленная на государственную поддержку и предоставление гарантий инвесторам. Большое внимание уделяется развитию малого и среднего предпринимательства, способного наиболее быстро и эффективно решать проблемы диверсификации, формирования и насыщения рынка потребительскими товарами и услугами, создания новых рабочих мест.

В области реализуются 22 соглашения о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве с органами власти и организациями зарубежных стран.

Доля стран экономических партнеров во внешнеторговом обороте Челябинской области показана в таблице 3.

Таблица 3 – Доля стран – экономических партнеров во внешнеторговом обороте в 2015 году

Страны партнеры	Характеристика	Доля во внешнеторговом обороте
Европейский союз	Стратегическая цель развития отношений «Россия-Евросоюз» – создание общего европейского экономического пространства	40,5%
Содружество Независимых Государств	Исторически сложившиеся экономические связи на постсоветском пространстве	19,1%
Страны Ближнего Востока	-----	16,9%
США	Страна высоких технологий	1,9%
Индия	Страна с высокими темпами экономического роста, в которой наблюдается избыток трудовых ресурсов	1,4%
Китай	Крупнейший в мире потребитель цветных металлов, стали и продукции машиностроения	7,8%
Япония	Страна высоких технологий	0,9%

Внешнеторговый оборот Челябинской области постоянно снижается (как видно на рисунке 5). Особенно в 2015 году наблюдается заметное снижение.

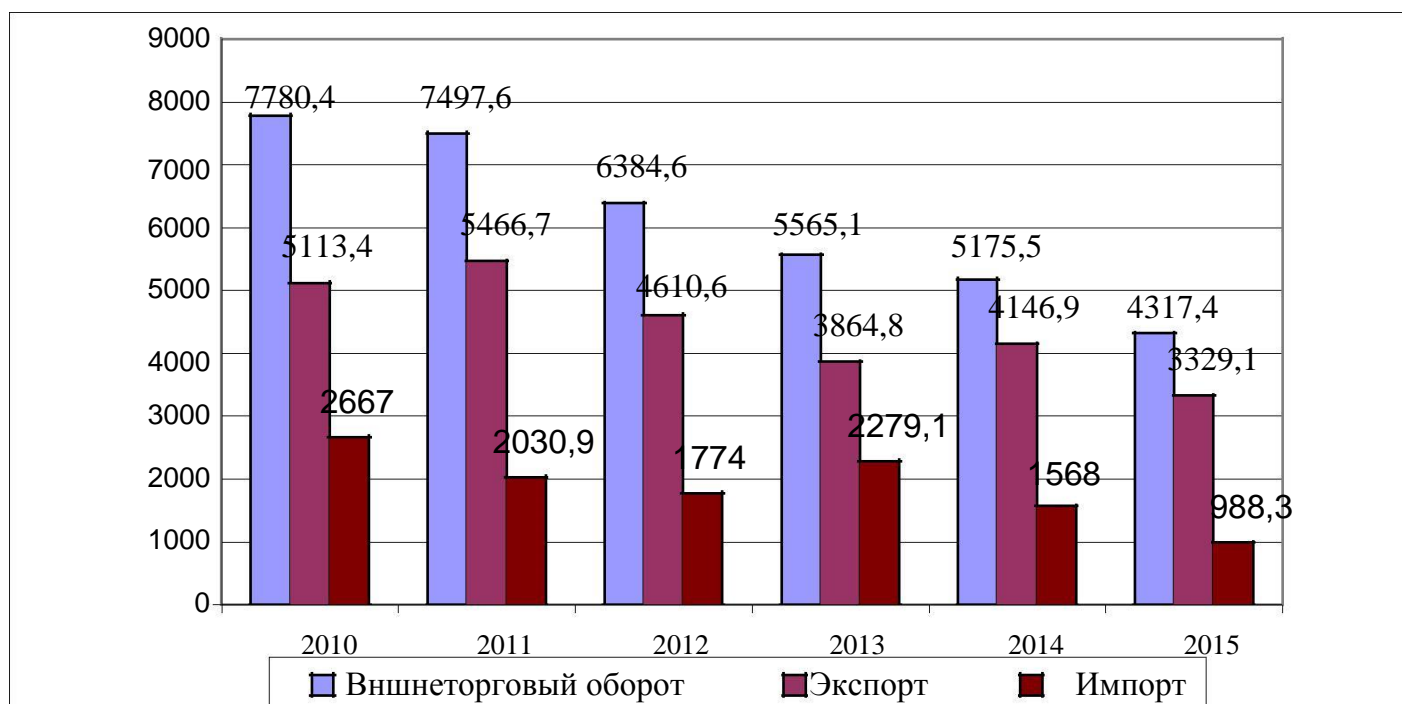


Рисунок 5 – Внешний торговый оборот Челябинской области, млн. долларов США

Внешнеторговый оборот Челябинской области за 2014г. составил \$5175,5 млн. (93% к аналогичному периоду 2013 года) в том числе: экспорт – \$4146,9млн. (107,3%), импорт – \$1568 млн. (68,8%).

Внешнеторговый оборот Челябинской области за 2015г. составил \$4317,4 млн. (74,4% к аналогичному периоду 2014 года) в том числе: экспорт – \$3329,1 млн. (80%), импорт – \$988,3 млн. (60,1%).

Внешнеторговый оборот по странам дальнего зарубежья составил \$3605,6 млн. (76,9%), экспорт – \$2693 млн. (85,6%), импорт – \$912,6 млн. (59%). Внешнеторговый оборот по странам ближнего зарубежья составил \$711,8 млн. (63,9%), экспорт составил \$636,1 млн. (62,5%), импорт – \$75,7 млн. (77,7%).

Развитие экспортного потенциала является важной задачей в сфере внешнеэкономической деятельности региона. В общем объеме внешней торговли региона преобладающим является экспорт товаров.

В товарной структуре экспорта преобладают черные и цветные металлы (89,2% от общего объема экспорта), продукция машиностроения (4,9%), товары народного потребления (1,7%), минеральная продукция (1,7%), а также продукция нефтехимического комплекса (1,5%). Структура товарного экспорта Челябинской области (рисунок 6).



Рисунок 6 – Структура товарного экспорта Челябинской области в 2015 году

Основные статьи импорта – продукция машиностроения (56,0% от общего объема импорта), черные и цветные металлы (13,3%), минеральная продукция (10,8%), продукция нефтехимического комплекса (10,0%), продукты питания (4,0%). Структура импортируемых товаров Челябинской области (рисунок 7).



Рисунок 7 – Структура импортируемых товаров Челябинской области в 2015 году

Область осуществляет экспортно-импортные операции со 123 странами мира. В десятку крупнейших стран-партнеров входят: Бельгия, Украина, Китай, Италия, Нидерланды, Турция, Иран, Германия, Узбекистан, Великобритания.

Объем инвестиций в основной капитал за 2015 год составил 212,8 млрд. рублей (в сопоставимых ценах к 2014 году – 81,9%). Основным источником инвестиций – собственные средства предприятий – более 50%.

Динамика инвестиций в основной капитал за счет всех источников финансирования с 2010 по 2015 годы представлена на рисунке 8.

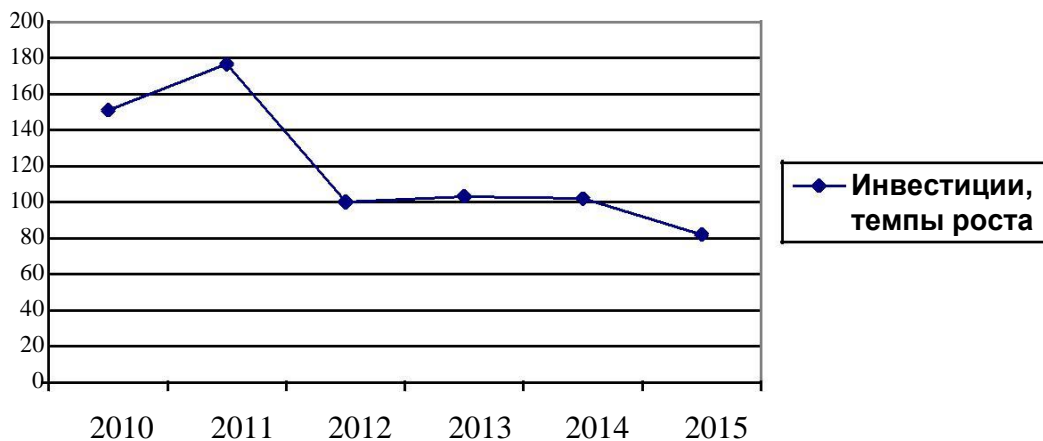
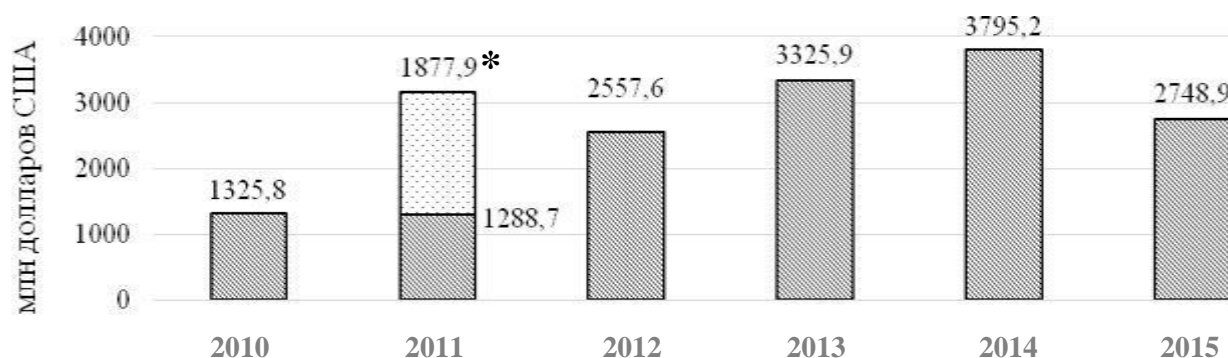


Рисунок 8 – Темпы роста инвестиций в основной капитал в Челябинской области

В течение 2015 года на территории области, по данным муниципальных образований, были введены в действие 320 новых объектов, в том числе 88 – промышленных, 47 – объектов соцкультбыта, 185 объектов малого бизнеса, на которых создано 3020 рабочих места.

Объем иностранных инвестиций в Челябинской области представлен на рисунке 9.



*большой рост в 2011 за счет покупок финским концерном «Fortum» контрольного пакета акций ОАО «ТГК-10» (1,9 млрд. долларов США)

Рисунок 19 – Объем иностранных инвестиций в Челябинской области

Снижение обусловлено:

- высокой базой предыдущих лет (индекс роста за 2010-2011 годы – 148,4%);
- окончанием реализации крупных проектов в металлургии (доля отрасли в общем объеме поступивших иностранных инвестиций – более 90%).

За последнее время произошли значительные изменения в работе с иностранными инвесторами. Кардинально изменился формат визитов делегаций области в зарубежные страны: их возглавляет Губернатор. Визиты в Италию, Германию, Австрию, Китай позволили привлечь потенциальные проекты в реальный сектор экономики Челябинской области.

Кроме того, такие крупные компании, как «Даниели», «СИМЕМ», «Скипасс Вале Исарко» из Италии, «СМС-Меер» из Германии, Eastfield и Словакии, RM-Terex из США, GHP Group из Великобритании готовы приступить к реализации инвестиционных проектов.

В регионе работает целый ряд крупных иностранных инвесторов:

- FORTUM (Финляндия) – производство тепла и электроэнергии;
- REXAM (Великобритания) – производство алюминиевых банок для напитков;
- CARBO CERAMICS (США) – производство пропантов;
- EMERSON (США) – производство интеллектуальных средств автоматизации;
- ROCKWOOL (Дания) – производство минераловатных плит;
- HENKEL BAUTECHNIK (Германия) – производство строительных смесей;
- METRO Cash & Carry (Германия) – мелкооптовая торговля;
- OMYA (Швейцария) – производство мраморной крошки;
- LAFARGE (Франция) – производство цемента;
- SMS SIEMAG (Германия) – обслуживание металлургических заводов России, в том числе производство запасных частей, используемых в металлургическом производстве;

– SAINT-GOBAIN (Франция) – производство теплоизоляционных материалов;

– AUCHAN (Франция) – сеть гипер- и супермаркетов;

– CASTORAMA (Франция) – розничная торговля товаров для дома; – CIVIDALI (Италия) – чугунно-литейной производство.

Перспективные направления сотрудничества с зарубежными странами:

1. Инвестиционное сотрудничество в сферах:

– машиностроение;

автомобилестроение;

– строительная индустрия.

2. Привлечение иностранных инвестиций в сферу сельского хозяйства и переработки сельскохозяйственной продукции:

– производство и переработка свинины, говядины и мяса птицы;

– производство комбикормов для животноводческой отрасли;

– переработка овощей и картофеля на современном оборудовании; – строительство современных овощехранилищ.

3. Привлечение технологий в сферы:

– водоподготовки и водоочистки;

производства товаров народного потребления;

– промышленного производства.

4. Увеличение экспорта продукции предприятий Челябинской области (черная и цветная металлургия, машиностроение, мукомольная промышленность).

5. Развитие сотрудничества в сфере туристической индустрии.

Ведущими отраслями промышленности Челябинской области являются черная металлургия, машиностроение, металлообработка, электроэнергетика и цветная металлургия.

Конкурентными преимуществами социально-экономического развития Челябинской области являются:

– богатый природно-ресурсный потенциал;

- мощный промышленный комплекс;
- высокий инновационный потенциал;
- развитая транспортная инфраструктура;

наличие крупнейших транспортных магистралей федерального и транснационального значения.

Основным стратегическим приоритетом социально-экономического развития Челябинской области до 2020 года будет являться диверсификация и повышение конкурентоспособности её экономики на основе инновационно-технологического и транспортно-инфраструктурного развития с целенаправленной кадровой и образовательной политикой.

Перспективным направлением развития Челябинской области является строительство городов-спутников Челябинской агломерации. Проекты в жилищном строительстве будут формировать новую структуру Челябинской агломерации, но радикальных изменений в пространственной организации экономики области не ожидается.

В топливно-энергетическом комплексе Челябинской области должны реализовываться проекты по расширению электрогенерирующих мощностей, включая строительство Южно-Уральской АЭС, расширение Южно-Уральской и Троицкой ГРЭС.

В металлургии приоритетна реконструкция уже существующих предприятий, часть из которых имеют высокую степень износа мощностей и в то же время призваны способствовать диверсификации и расширению производства. Современные проекты модернизации металлургических предприятий связаны с понятием «белая металлургия», которое отражает высочайший уровень металлургического производства, основанного на высоком качестве продукции, экологической безопасности, использовании инновационных технологий и принципиально иной квалификации сотрудников.

В перспективе в Челябинской области будут также активно развиваться отрасли сферы услуг, в том числе туризм и логистические услуги.

Также планируется строительство горно-обогатительного комбината по добыче медной руды в поселке Томино Челябинской области.

Наличие развитой промышленной базы черной металлургии в Челябинской области создает предпосылки для увеличения доли выпуска конечной продукции из стали и ферросплавов. Развитие цветной металлургии в области возможно лишь при условии глубокой и комплексной технической модернизации существующих предприятий по выпуску меди, цинка и никеля.

Необходимо отметить проект «Урал высокотехнологичный». Его основной идеей является интеграция в единую систему:

- инновационной инфраструктуры региона, состоящей из интеграторов передовых технологий и проектов (ВУЗов, НИИ, КБ и т.д.) регионального инновационного инкубатора, венчурных инновационных предприятий, отраслевых технопарков и производственных предприятий, реализующих проекты инновационного развития;

- системы финансирования, основанной на принципах государственно-частного партнерства и представленной федеральными и региональными фондами поддержки малых предприятий в научно-технической сфере, региональными целевыми программами и закрытыми паевыми инвестиционными фондами, объединяющими средства банков, инвестиционных фондов и частных инвесторов.

По данным Росстата за 2015 год основным источником инвестиционных ресурсов в Челябинской области были собственные средства предприятий и организаций, которые составили 50,7% от общего объема инвестиций в основной капитал. Доля инвестиций за счет кредитов банков составила 11,6%, заемные средства других организаций – 3,3%, бюджетные средства – 15,8%, средства внебюджетных фондов – 0,1% (рисунок 10).



Рисунок 10 – Инвестиции в основной капитал по источникам финансирования

Наибольший объём инвестиций в основной капитал был направлен в обрабатывающие производства (39%), производство и распределение электроэнергии, газа и воды (20,1%), транспорт и связь (16,7%) (рисунок 11).



Рисунок 11 – Инвестиции в основной капитал по видам деятельности

Основным объектом вложения инвестиций являются машины и оборудование – 47,9% от общего объема инвестиций в основной капитал, здания и сооружения (кроме жилых) составляют 33,0%, жилища – 17,3%.

Предприятия Челябинской области реализуют крупномасштабные инвестиционные проекты, в рамках которых осуществляется ввод в эксплуатацию

производственных объектов, направленных на техперевооружение и модернизацию производства.

Основным видом экономической деятельности, в который направляются средства иностранных инвесторов, остаётся металлургическое производство и производство готовых металлических изделий – 2,21 млрд. долларов США, или 80,2% от всего объема иностранных инвестиций; в производство и распределение электроэнергии, газа и воды направлено 0,5 млрд. долл. США (18,1 %).

География поступлений иностранных инвестиций в 2015 году разнообразна и охватывает более 40 стран мира. Основные страны-инвесторы (рисунок 12).

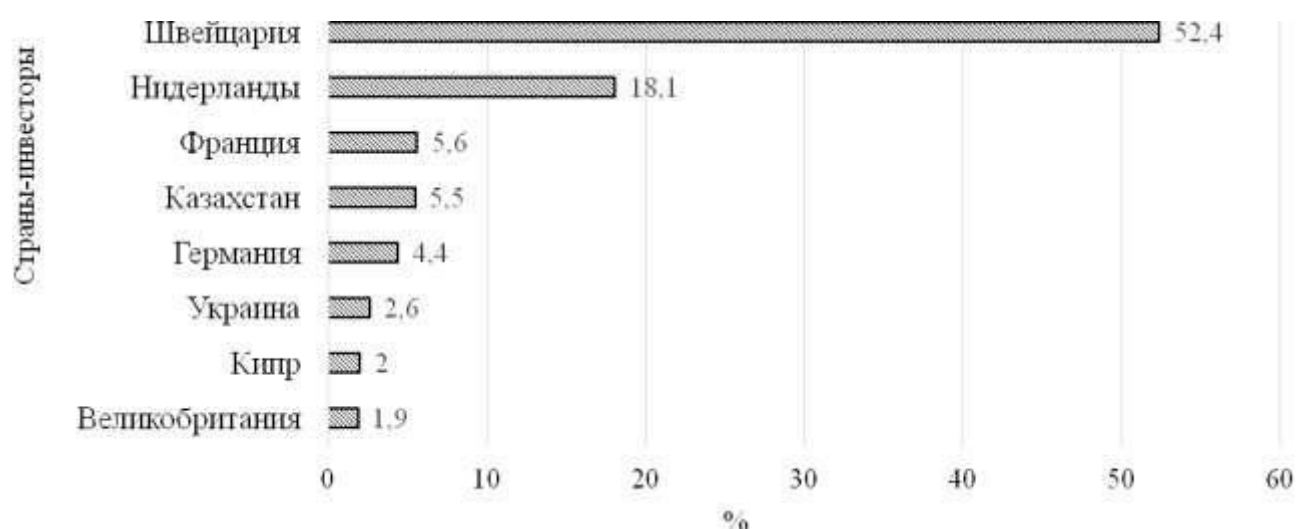


Рисунок 12 – Основные страны-инвесторы, 2015 год

Из рисунка 12 видно, что Швейцария инвестировала в Челябинскую область 1439,8 млн. долларов (52,4%), Нидерланды – 498,5 млн. долларов (18,1%), Франция – 153,5 млн. долларов (5,6%), Казахстан – 151,4 млн. долларов (5,5%), Германия – 121,7 млн. долларов (4,4%), Украина – 70,8 млн. долларов (2,6%), Кипр – 55,0 млн. долларов (2,0%), Великобритания – 53,0 млн. долларов (1,9%).

На территории области:

1. Создана система нормативных правовых актов, регулирующих инвестиционную деятельность, разработана система господдержки инвесторов.
2. Создан стартовый офис для иностранных инвесторов.

3. Создано АНО «Агентство инвестиционного развития Челябинской области» с целью административного сопровождения инвестиционных проектов.

4. Формируется парк индустриальных инноваций «Малая Сосновка»: за счет средств областного бюджета до границ участка построена автомобильная дорога, подводятся другая необходимая инфраструктура (газоснабжение, электроснабжение, водоснабжение и водоотведение).

5. Заключено соглашение между Правительством области, «Агентством стратегических инициатив по продвижению новых проектов» и ООО «Деловая Россия» о внедрении Стандарта деятельности органов исполнительной власти субъекта Российской Федерации по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе.

Челябинская область вошла в 12 пилотных регионов по внедрению Стандарта деятельности органов исполнительной власти области по обеспечению благоприятного инвестиционного климата в регионе. На 15.03.2016 г. из 15 базовых требований Стандарта 14 признаны Экспертной группой по мониторингу внедрения Стандарта выполненными полностью, 1 – частично. В том числе:

1. Создан Совет при Губернаторе области по улучшению инвестиционного климата, деятельность которого будет направлена на создание условий для повышения инвестиционной привлекательности области;

2. Разработан проект Инвестиционной стратегии Челябинской области до 2020 года, проведено её общественное обсуждение;

3. Утверждена Инвестиционная декларация региона, устанавливающая принципы взаимодействия органов власти с инвесторами;

4. Действует веб-сайт «Инвестиционный портал Челябинской области», на котором размещены интерактивные карты:

– инфраструктурных объектов области с объектами инфраструктуры, строительство которых ведется в рамках целевых программ и инвестиционных программ естественных монополий;

– свободных энергомощностей (загрузки центров питания 35–110 кВ);

– свободных земельных участков для размещения новых производств.

Карты помогут инвесторам оценить возможности территорий при выборе места размещения будущего предприятия, а также четко планировать развитие бизнеса на ближайшие годы;

5. Внедрена одними из первых в России оценка регулирующего воздействия нормативно-правовых актов, влияющих на предпринимательскую и инвестиционную деятельность.

Результатом мероприятий по созданию благоприятного инвестиционного климата является экспертная оценка области в различных рейтингах.

В ноябре 2012 года корпорация Fitch Ratings присвоила Челябинской области Российской Федерации долгосрочные рейтинги в иностранной и национальной валюте «BB+», краткосрочный рейтинг в иностранной валюте «B» и национальный долгосрочный рейтинг «AA(rus)», прогноз по долгосрочным рейтингам – «Позитивный».

Но 19 октября 2015 года агентство Fitch Ratings подтвердило Челябинской области высокий кредитный рейтинг (аналогичный рейтингу России), но уже на менее привлекательном для инвесторов уровне «BBB-»

Согласно рейтингу инвестиционной привлекательности регионов, проводимому «Эксперт РА», Челябинская область входит в зону инвестиционного климата 2В (средний потенциал – умеренный риск), наряду с Пермским краем, Республикой Башкортостан, ХМАО-Югра.

Таким образом, Челябинская область отмечена как регион, добившийся некоторого успеха в решении проблем повышения инвестиционной привлекательности, в том числе в повышении уровня открытости власти, и практически не вызывающий нареканий в уровне развития транспортной инфраструктуры.

Но при этом отмечен достаточно высокий инвестиционный риск Челябинской области в 2016 году, согласно рейтингу «Эксперт РА». В 2015 году ранг был равен 27 место, в 2016 уже 30 место, при инвестиционном потенциале 10 ранга (для сравнения, Свердловская область опережает Челябинскую на пять рангов)

Наибольшие ранги составляющих инвестиционного риска принадлежат социальному риску (43 балла) и экологическому риску (64 балла).

На уровне региона в 2015 году были реализованы следующие инвестиционные проекты: комплекс автоматизированных сборочных линий для производства шаровых шарниров шасси автомобилей (ЗАО НПО «БелМаг», г. Магнитогорск); - комплекс по производству высокопрочной холоднодеформированной арматуры (ОАО «ММК-Метиз», г. Магнитогорск); комплект колпаковой печи для термообработки бунтового проката (ОАО «ММК-Метиз»); участок по выпуску изделий из серебра (ООО «Арт-граница», г. Златоуст); участок лазерного раскроя листа (ООО ПКФ «Элвин», г. Миасс); кузнечно-литейный цех в с. Ларино (ООО «Гидромехсервис», Уйский район); цех по изготовлению микроизмельченного мрамора (ЗАО «Коелгамрамор»); цех по производству пищевой продукции (ООО «Янус», Красноармейский район); производственное здание (ООО «Златко», г. Златоуст); линия по производству минеральной ваты и минераловатных плит (ООО «Коркинский стеклотарный завод»); производственно-складской комплекс для выпуска автомобильного утеплителя и огнеупорных матов (ИП Сулян М.С., Сосновский район); завод по производству извести (ООО «Варненский ДСК»); свиноводческий комплекс, 1 этап – 2520 голов продуктивного маточного поголовья и 65 тысяч голов с откорма ежегодно, (ООО Мясоперерабатывающая корпорация «Ромкор», Троицкий район); фермы по разведению свиней, крупного рогатого скота (КФХ Резник А.А., Чебаркульский район); ферма по разведению свиней (КФХ Таматаров С.М., Чебаркульский район); производственные мощности по выпуску мясной продукции птицеводства (мясо утки) (ООО «Утиные фермы», Красноармейский район); цех упаковки продукции с административно-бытовым корпусом (ООО Агрофирма «Ильинка», Красноармейский район); производство мяса птицы на Бектышской птицефабрике (ООО «Бектыш», Еткульский район); газопоршневая станция для выработки электрической и тепловой энергии для обеспечения предприятия ЗАО «Михеевский горнообогатительный комбинат» (ООО «ГазЭнерго», Варненский район); модульная когенерационная энергетическая установка г.

Касли (ООО «Перспектива»); 6 котельных; физкультурно-оздоровительный комплекс с искусственным льдом (администрация Златоустовского городского округа); транспортно-логистический комплекс «Южноуральский» (ООО «Ресурс», Увельский район).

Экономическая ситуация в городе Челябинске 2015 году складывалась под влиянием экономических санкций со стороны ЕС и США и тенденции снижения инвестиционной активности. По итогам 2015 года индекс промышленного производства в городе Челябинске составил 93,9%. Кроме санкций, причиной снижения индекса стала высокая база 2014 года и снижение внутреннего спроса на сталь и другую продукцию металлургии, в том числе на трубы.

За 2015 год объем инвестиций в основной капитал (без субъектов малого предпринимательства и объема инвестиций, не наблюдаемых прямыми статистическими методами) составил 78,7 млрд. руб., в расчете на 1 жителя – 57 164 руб., или 90,8 % к 2014 году.

Несмотря на непредсказуемость внешних факторов, в городе Челябинске продолжается инвестирование важнейших проектов и ввод новых производств.

Согласно Инвестиционной стратегии Челябинской области в период с 2017 по 2020 год планируется инвестирование в создание 634 объектов в Челябинской области, из которых 7 крупных объектов в Челябинске являются коммерческими. Планируется построить 118 объектов здравоохранения, в Челябинске будет возведено 5 из них. Из 89 школ и 150 детских садов, которые планируется построить, 13 школ и 18 детских садов будут построены в Челябинске.

Согласно отчету о реализации инвестиционной стратегии Челябинской области до 2020 года, в 2015 году на территории области были завершены инвестиционные проекты стоимостью свыше 7 млн.руб. в количестве 111 проектов, в том числе в Челябинске было реализовано 26 проектов, из которых 6 – это социально значимые (строительство детских садов, спортивных площадок)

Промышленная группа «Метран» завершила строительство нового офисно-производственного здания в Челябинске, инвестором которого выступила корпорация Emerson.

Произведен запуск новой технологической линии по производству минеральных плит на «Заводе ТЕХНО», входящем в корпорацию «ТехноНИКОЛЬ».

Промышленной группой «Конар» создан индустриальный парк. На его территории запущены и успешно работают центр механообработки, а также современный сталелитейный завод БВК. Кроме того, «СПК Чимолаи» (совместное российско-итальянское предприятие группы «КОНАР» и Группы компаний SIMOLAI S.p.A (Порденоне, Италия) запущен новый завод по изготовлению уникальных крупногабаритных металлоконструкций.

ООО «БВК» реализует инвестиционный проект «Увеличение действующих производственных мощностей с целью замещения иностранных технологий в области нефтегазовой отрасли, в области машиностроения и судостроения». Срок реализации проекта 2015-2016 годы.

ОАО «Фортум» – завершен первый этап инвестиционного проекта по модернизации газовой турбины энергоблока № 3 ЧТЭЦ-3. Второй этап планируется реализовать в 2016 году. Кроме того, в 2016 году ОАО «Фортум» планирует завершить крупнейший инвестиционный проект стоимостью более 30 млрд. руб. - комплексную реконструкцию Челябинской ГРЭС со строительством двух энергоблоков ПГУ по 247,5 МВт.

ОАО ЧТПЗ совместно с ОАО РОСНАНО построили металлургический завод «ЭТЕРНО» по производству штампосварных соединительных деталей трубопроводов с использованием наноструктурированных материалов - новый проект «белой металлургии».

ОАО «Тепличное хозяйство» – построена третья очередь тепличного комплекса площадью 4,8 га для выращивания овощных культур.

ОАО «ЭНЕРГОПРОМ – Челябинский электродный завод» завершена реализация инвестиционного проекта по производству обожженных анодов для алюминиевой промышленности.

ОАО «Челябинское авиапредприятие» осуществляет реализацию инвестиционного проекта «Реконструкция аэровокзального комплекса аэропорта города Челябинска».

ФГУП «Завод «Прибор» – в рамках выполнения федеральной целевой программы осуществляет техническое перевооружение и реконструкцию производства. Срок реализации проекта 2013-2017 годы.

Администрация города проводит активную политику формирования благоприятного инвестиционного климата в городе. В 2015 году Челябинск вошел в число пилотных территорий по реализации успешных практик, направленных на создание благоприятного инвестиционного и бизнес-климата.

В рамках Соглашения о взаимодействии между Агентством стратегических инициатив, Правительством Челябинской области и Администрацией города Челябинска разработана дорожная карта, в соответствии с мероприятиями которой внедрены 10 лучших практик.

Информация для инвесторов публикуется на официальном сайте Администрации города, размещен и ежеквартально актуализируется инвестиционный паспорт города. Создан Совет по улучшению инвестиционного климата, который решает задачи повышения эффективности инвестиционной политики, проводимой органами местного самоуправления Челябинского городского округа и внутригородскими районами, разработки механизмов их реализации, обеспечивается взаимодействие ресурсоснабжающих организаций (монополистов), застройщиков с предпринимательской общественностью, рассматриваются инвестиционные проекты. По итогам заседания Совета одобренные к реализации проекты получают административное сопровождение.

Работа Администрации города по внедрению успешных муниципальных практик высоко оценена экспертной группой из представителей предпринимательского сообщества, проектным офисом Правительства Челябинской области. Агентством стратегических инициатив (г. Москва) Администрации города Челябинска вручено благодарственное письмо.

Для оценки инвестиционного потенциала Администрацией города сформирована база данных инвестиционных проектов, реализуемых на территории города. Посредством ведения реестра инвестиционных объектов города осуществляется мониторинг по реализации инвестиционных намерений организаций города.

2.2 SWOT-анализ долгосрочного развития инвестиционной деятельности города Челябинска и Челябинской области

Одним из самых распространенных методов, оценивающих в комплексе состояние субъекта, является SWOT-анализ.

SWOT-анализ является необходимым элементом исследований, обязательным предварительным этапом при составлении любого уровня стратегических планов. Данные, полученные в результате данного анализа, служат базисными элементами при разработке стратегических целей и задач развития территории Челябинской области (табл. 4)..

Иначе говоря, SWOT-анализ – это анализ сильных и слабых сторон территории, и возможностей, и угроз со стороны внешней окружающей территорию среды. «S» и «W» относятся к внутреннему состоянию территории, а «O» и «T» к внешнему окружению территории. По результатам ситуационного анализа можно оценить, обладает ли территория внутренними силами и ресурсами, чтобы реализовать имеющиеся возможности и противостоять угрозам, и какие внутренние недостатки требуют скорейшего устранения.

По своей сути, SWOT-анализ является одной из важнейших процедур диагностики состояния системы, которая позволяет оценить ее исходное состояние, незадействованные ресурсы и систематизировать проблемные ситуации.

Неотъемлемыми частями SWOT-анализа можно назвать внутренний аудит территории (Челябинской области) и аудит внешней среды территории Челябинской области.

Таблица 4 – Матрица SWOT-анализа факторов, влияющих на инвестиционную привлекательность Челябинской области

Конкурентные преимущества (сильные стороны)	Внутренние сдерживающие факторы (слабые стороны)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие стратегии регионального развития. 2. Географическое расположение Челябинской области. 3. Транспортная инфраструктура. 4. Природные ресурсы. 5. Наличие квалифицированной рабочей силы. 6. Наличие свободных земельных, водных, лесных ресурсов. 7. Наличие крупных товаропроизводителей. 8. Положительный опыт взаимодействия с доходами инвесторами. 9. Высокий уровень предпринимательской активности и развития финансовой инфраструктуры. 10. Наличие высокого научно-технологического потенциала и системы подготовки высококвалифицированных кадров. 11. Демографическая ситуация в Челябинской области. 12. Наличие отелей бизнес-класса и класса «люкс». 13. Уникальные природно-климатические ресурсы. 14. Устойчивые позиции в рейтингах. 15. Наличие нормативно-правовой базы в инвестиционной сфере. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура экономики с преобладанием металлургического производства. 2. Зависимость крупнейших предприятий от конъюнктуры мировых рынков. 3. Недостаточный приток инвестиций в инфраструктурные отрасли. 4. Недостаточное развитие сферы услуг. 5. Негативный экологический имидж региона. 6. Недостаточное развитие географии авиарейсов. 7. Опережающий рост расходов над
Возможности внешней среды	Угрозы со стороны внешней среды
<ol style="list-style-type: none"> 1. Усиление инвестиционно-привлекательного имиджа. 2. Увеличение товарооборота. 3. Диверсификация экономики и повышенной инвестиционной активности. 4. Расширение возможностей для сбыта продукции. 5. Увеличение средней продолжительности жизни. 6. Превращение Челябинской области в крупный российский туристический центр. 7. Улучшение экологической обстановки в регионе. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры. 2. Экспансия импортных товаров. 3. Техногенные аварии, связанные с высокой степенью износа. 4. Рост нелегальной миграции. 5. Колебание рыночной конъюнктуры цен, валютных курсов, изменение налогового законодательства. 6. Снижение деловой активности вследствие экономического кризиса «еврозоны». 7. Невысокие международные инвестиционные рейтинги Российской Федерации в целом.

Источник: составлено автором

SWOT-анализ проведен по Челябинской области. Результаты данного анализа позволили оценить уровень инвестиционной привлекательности исследуемой территории. Согласно методике SWOT-анализа, был проведен анализ внешней и внутренней среды функционирования Челябинской области, составлена матрица SWOT-анализа.

На основании анализа внутренней среды были выявлены следующие факторы, характеризующие сильные стороны инвестиционной привлекательности Челябинской области:

1. Наличие стратегии регионального развития и нацеленность руководства Челябинской области на повышение инвестиционной привлекательности, что позволит привлекать инвестиции и развивать регион.

2. Расположение Челябинской области в географическом центре России, обеспечивающее доступ к рынкам Урало-Сибирского региона и Средней Азии, а также позволяющее использовать транзитное движение товаров, услуг, капиталов. Наличие внешней границы. Географическое положение: связующий регион в построении Евразийских экономических связей, близость других региональных центров: Екатеринбург (200 км от Челябинска), Уфа (400 км), Тюмень (400 км), Курган (300 км). Исторически пересечение международных транспортных путей. Наличие крупных городов и удобных мест для развития логистики.

3. Наличие развитой транспортной инфраструктуры (Южно-Уральская железная дорога, федеральные автомобильные трассы М5, М36 и М51, международные аэропорты в городах Челябинске и Магнитогорске).

4. Более 300 месторождений полезных ископаемых (железная руда, медно-цинковые руды, золото, огнеупорное сырье, тальк, графит, кварц, каолин, барит, фосфориты и прочее), а также приближенность переработки к источникам этого сырья.

5. Наличие квалифицированной рабочей силы, занятость в экономике Челябинской области около 1,7 млн. человек.

6. Наличие свободных земельных, водных, лесных ресурсов.

7. Наличие крупных конкурентоспособных товаропроизводителей продукции – предприятия Челябинской области производят 26 процентов всероссийского выпуска стали и 27 процентов проката, 11 процентов российских стальных труб, 24 процента российских макаронных изделий (по итогам 2012 года).

8. Положительный опыт взаимодействия с иностранными инвесторами при реализации ряда проектов: «Фортум» (Финляндия), «Рексам» (Великобритания), «Карбокерамикс» (США), «Омиа» (Швейцария), «Хенкель-Баутехник» (Германия), «СМС-Челтек» (Германия) и другие.

9. Высокий уровень предпринимательской активности и развития финансовой инфраструктуры.

10. Наличие высокого научно-технологического потенциала и системы подготовки высококвалифицированных кадров.

11. Демографическая ситуация в Челябинской области приобретает устойчивую положительную тенденцию.

12. Наличие отелей бизнес-класса и класса «люкс», такие как Гранд Отель Видгоф, «SmolinoPark».

13. Уникальные природно-климатические ресурсы: в Челябинской области насчитывается около 20 горнолыжных комплексов, более 3 тыс. озер, свыше 450 памятников археологии, истории и культуры, природных достопримечательностей, более 150 особо охраняемых природных территорий.

14. Устойчивые позиции в рейтингах

15. Наличие нормативно-правовой базы в инвестиционной сфере (гарантии прав инвесторов, льготный налоговый режим, предоставление областных государственных гарантий).

К слабым сторонам инвестиционной привлекательности Челябинской области, можно отнести:

1. Структура экономики с преобладанием металлургического производства, что приводит к зависимости от конъюнктуры цен на мировом рынке металлов.

Деятельность металлургических предприятий производителей (ЗАО «Карабашмедь», ЗАО «Кыштымский медеэлектролитный завод», ОАО

«Уфалейникель», ОАО «Челябинский цинковый завод») – цветных металлов напрямую зависит от котировок на бирже. В то время как предприятия металлургической отрасли являются основными налогоплательщиками Челябинской области.

2. Зависимость крупнейших предприятий от конъюнктуры мировых рынков может привести к ухудшению экспорта.

3. Недостаточный приток инвестиций в инфраструктурные отрасли, что приводит к недостаточному развитию транспортной инфраструктуры, нехватке подготовленных производственных площадок для компаний, сложным разрешительным процедурам для предприятий – все это сдерживает приток инвестиций.

4. Недостаточное развитие сферы услуг в Челябинской области может привести к снижению заинтересованности потенциальных инвесторов.

5. Негативный экологический имидж региона – получен после аварии 1957 года на ФГУП «ПО «Маяк», также сбросов радиоактивных отходов в реку Теча, в результате которых произошло радиоактивное загрязнение определенных территорий Челябинской области. Еще одной проблемной точкой в Челябинской области является город Карабаш.

6. Недостаточное развитие географии авиарейсов снижает интерес потенциальных инвесторов в сфере туризма.

7. Опережающий рост расходов над доходами. Бюджет Челябинской области 2015 года имеет дефицит в 415,1 млн. рублей.

Анализ внешней среды позволил выявить следующие возможности для развития системы привлечения инвестиций в Челябинской области:

1. Усиление инвестиционно-привлекательного имиджа Челябинской области за счет вхождения в число 15 наиболее развитых регионов России.

2. Увеличение товарооборота со странами Центральной и Средней Азии за счет создания логистического кластера.

3. Диверсификация экономики Челябинской области за счет сформированного агрокластера по производству мяса птицы, свинины и мясопереработки, а также

повышенной инвестиционной активности в агросекторе и вовлечения неиспользуемых земельных и водных ресурсов.

4. Расширение возможностей для сбыта продукции Челябинской области за счет вступления России в ВТО и в другие международные организации (Шанхайская организация сотрудничества, Азиатско-Тихоокеанское экономическое сотрудничество, БРИКС и другие).

5. Увеличение средней продолжительности жизни не менее чем до 75 лет, снижение смертности населения, особенно в трудоспособном возрасте, повышение рождаемости.

6. Превращение Челябинской области в крупнейший российский туристический центр на уровне мировых стандартов (горнолыжный туризм, рекреационные услуги).

7. Улучшение экологической обстановки в регионе позволит привлечь инвесторов для развития санаторно-курортной, оздоровительной и туристической сферы.

Также, анализ внешней среды позволил выявить следующие угрозы для развития системы привлечения инвестиций в Челябинской области:

1. Ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры, снижение уровня спроса на продукцию металлургического комплекса Челябинской области в результате роста металлургического производства в Китае.

2. Экспансия импортных товаров на внутреннем рынке Челябинской области, связанная с вступлением России в ВТО.

3. Техногенные аварии, связанные с высокой степенью износа основных фондов на отдельных производствах.

4. Рост нелегальной миграции, функционирование наркотрафика из-за приграничного расположения Челябинской области и приближенности к государствам Центральной Азии.

5. Колебание рыночной конъюнктуры цен, валютных курсов, изменение налогового законодательства (не в интересах субъектов Российской Федерации).

6. Снижение деловой активности вследствие экономического кризиса.

7. Невысокие международные инвестиционные рейтинги Российской Федерации в целом.

В таблице 5 ниже представлен SWOT-анализ города Челябинска

Таблица 5 – SWOT-анализ факторов социально-экономического потенциала и внешней среды города Челябинска

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1. Выгодное географическое положение и статус административного центра мощного промышленного региона.</p> <p>2. Высокий научный, образовательный и профессиональный уровень населения, а также наличие одной из наиболее развитых в России региональной системы высшего, прежде всего, технического образования, имеющей сильные научные школы и образовательные традиции</p> <p>3. Рост инвестиционной привлекательности Челябинска в составе Челябинской области, как со стороны российского инвестора, так и иностранного</p> <p>4. Растущее благосостояние населения, формирование среднего класса</p>	<p>1. Город по-прежнему остается одним из наиболее опасных и загрязненных среди городов миллионников России</p> <p>2. Высокий уровень износа основных фондов по отдельным видам деятельности на ряде предприятий</p> <p>3. Ухудшение демографической ситуации, низкая продолжительность жизни населения</p> <p>4. Нежелательная для современного города диспропорция в структуре экономики с существенным преобладанием металлургии и машиностроения</p>
Возможности	Угрозы
<p>1. Рост внешнеэкономической активности России и экспансия российского крупного бизнеса на рынках зарубежных стран</p> <p>2. Сохранение внутреннего экономического роста России и региона, рост доходов населения и развитие внутреннего рынка.</p> <p>3. Рост инвестиционной привлекательности экономики России, сохранение политической и экономической стабильности, повышение качества государственного и муниципального управления, разработка законодательной базы, способствующей привлечению инвестиций и развитию инновационного сектора экономики</p> <p>4. Декларация органов государственного и муниципального управления об ориентации в решении социальных вопросов на стандарты качества жизни наиболее развитых стран</p>	<p>1. Мощное конкурентное давление со стороны административных центров соседних регионов (Екатеринбург, Уфа) по перераспределению ресурсов: федерального бюджета, инвестиций, интеллекта, логистики.</p> <p>2. Растущая конкуренция на рынке металла со стороны Китая, а также изменение конъюнктуры на мировом рынке нефти и газа.</p> <p>3. Вступление России в ВТО и последующая экспансия импортных товаров и услуг на региональном и федеральном рынках, ведущая к свертыванию соответствующих отечественных производств.</p> <p>4. Техногенные и экологические катастрофы, как следствие примитивных бизнес-стратегий получения прибыли за счет экстенсивного развития и использования многократно амортизированного оборудования и устаревших, низкопроизводительных и экологически «грязных» технологий</p>

Таким образом, по результатам проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод, что в Челябинской области и городе Челябинске существует достаточно благоприятных факторов, улучшающих уровень инвестиционной привлекательности региона. Среди них и удачное географическое расположение, и развитая транспортная инфраструктура, природные ресурсы, наличие квалифицированной рабочей силы, наличие крупных товаропроизводителей и много другое, что может привлечь потенциальных инвесторов. Также, у области широкие возможности для развития системы привлечения инвестиций в регион. Но есть и слабые стороны, которые могут отпугнуть потенциальных инвесторов. В число слабых сторон входит: негативный экологический имидж региона, недостаточное развитие сферы услуг, жесткая ценовая политика естественных монополий при технологическом присоединении объектов и так далее. Существуют и внешние угрозы развития инвестиционной привлекательности региона. К ним можно отнести экспансия импортных товаров на внутреннем рынке области, связанную с вступлением России во Всемирную торговую организацию, ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры, снижение деловой активности наших партнеров из стран европейского союза, вследствие экономического кризиса, невысокие международные инвестиционные рейтинги Российской Федерации в целом и многое другое.

2.3 Анализ организационных ресурсов привлечения инвестиций в город Челябинск и Челябинскую область

Стимулирование инвестиционной активности региона в целом – одно из важнейших направлений деятельности Правительства Челябинской области. Сегодня ведется работа над созданием условий для прихода инвесторов в регион:

1. Разработана и реализуется система нормативно-правовых актов, направленная на государственную поддержку инвесторов:

– принята Программа по привлечению инвестиций в экономику Челябинской области на 2010-2012 годы (распоряжение Правительства Челябинской области от 04.08.2010 г. № 176-рп);

– внесены изменения в Закон Челябинской области от 28.08.2003 г. № 175-ЗО «О стимулировании инвестиционной деятельности в Челябинской области» (Закон Челябинской области от 23.09.2010 г. № 631-ЗО);

– постановлением Правительства области от 27.07.2010 г. № 60-П внесены изменения в Порядок предоставления субъектам инвестиционной деятельности части затрат на оплату процентов по кредитам банков и лизинговых платежей по договорам лизинга (постановление Правительства Челябинской области от 21.02.2008 г. № 28-П);

– внесены изменения в Закон Челябинской области от 28.08.2008 г. № 297-ЗО «О предоставлении государственных гарантий Челябинской области» (Закон Челябинской области от 23.09.2010 № 630-ЗО);

– принято постановление Правительства Челябинской области «О перечне документов для предоставления областной государственной гарантии» от 10.12.2010 г. № 289-П.

2. Предоставлены областные государственные гарантии на реализацию инвестиционных проектов по созданию производственных мощностей:

– ООО «Уральская мясная компания» (проект «Создание производственных мощностей по выпуску животноводческой мясной продукции птицеводства», Кунашакский район);

– ЗАО «Уралбройлер» (проект «Увеличение производственных мощностей по выпуску птицеводческой мясной продукции», Аргаяшский район);

– ООО «Нагайбакский птицеводческий комплекс» (проект «Строительство птицеводческого комплекса производительностью 50 тыс. тонн мяса в живом весе в год», Нагайбакский район).

3. Создаются инвестиционные площадки, оснащенные инфраструктурой. Разрабатывается областная целевая программа «Создание Парка индустриальных

инноваций», в рамках которой планируется создание участков с подведенной инфраструктурой для размещения новых производств.

4. Создан стартовый офис для иностранных инвесторов, который предназначен для иностранных инвесторов, еще не имеющих собственного рабочего помещения, но уже приезжающих на деловые встречи в столицу Южного Урала;

5. Возмещается часть процентной ставки по инвестиционным кредитам, часть лизинговых платежей по договорам лизинга.

В 2015 г. оказана финансовая бюджетная поддержка 13 предприятиям-инвесторам на сумму 12,5 млн. рублей путем возмещения за счет средств областного бюджета части процентной ставки по привлекаемым кредитам банков и лизинговым платежам по договорам лизинга.

6. Планируется предоставление инвесторам льгот по налогам на имущество и прибыль, зачисляемых в региональный бюджет. Рассмотрение проектов законов в первом чтении планируется на заседании Законодательного Собрания Челябинской области в мае текущего года.

7. Разработан веб-сайт «Инвестиционный портал Челябинской области», на котором вниманию инвесторов представлены каталоги свободных земельных участков, инвестиционных проектов.

8. Подготовлены и размещены на сайте Минэкономразвития области:

– инвестиционная Карта-Каталог земельных участков «Челябинская область: инвестиционные предложения и приглашения к сотрудничеству» на русском и английском языках, содержащие информацию в разрезе всех муниципальных образований области о 286 свободных земельных участках, 34 промышленных площадках, 141 производственном помещении предприятий для продажи или аренды, 2 помещениях госказны для продажи или аренды, 22 месторождениях полезных ископаемых;

– каталог свободных земельных участков на озерах Челябинской области; – каталог инвестиционных проектов на русском и английском языках; паспорта муниципальных образований;

– презентация инвестиционной привлекательности Челябинской области на русском, английском, итальянском, французском, немецком языках;

– памятка инвесторам для ускорения прохождения согласований для получения разрешительной документации на пяти языках (размещена на сайте Минэкономразвития).

9. Подготовлен презентационный фильм «Челябинская область: время инвестиций» на русском, английском, немецком, итальянском, китайском языках.

10. Выпущен буклет о Челябинской области на русском и английском языках.

11. Действует система взаимодействия с инвесторами по принципу «Одного окна», в рамках которой Правительством области заключены соглашения с основными естественными монополиями (ЮУЖД, «Челябэнерго», «Челябинскгазком», «Челябрегионгаз») об оказании содействия инвесторам в реализации инвестиционных проектов, в том числе по оформлению разрешительной документации в максимально сжатые сроки.

12. Осуществляется административное сопровождение инвестпроектов, предоставление государственной поддержки инвесторам, в том числе информационно-методической.

13. Осуществляется мониторинг реализации соглашений об инвестиционном сотрудничестве между Правительством области, муниципальными образованиями и инвесторами.

В результате за последние годы на Южном Урале уже реализован ряд совместных проектов с ведущими мировыми компаниями, среди которых «Карбо Керамикс», «Хенкель», «Метро Кэш энд Керри», «Рексам», «Омия», «Фортум», «Лафарж», «Эмерсон», «Кнауф Гипс». Реализуются мега-проекты, направленные на импортозамещение: «Высота 239» (ОАО «ЧТПЗ»), рельсы 100 м (ОАО «ЧМК»), стан 2000 (ОАО «ММК»), реконструкция сталеплавильного и литейного производств (ОАО «Ашинский металлургический завод»). Среди реализованных особое место занимает крупнейший в России толстолистовой стан «5000» ОАО «ММК».

Для выявления факторов, негативно влияющих на привлечение потенциальных инвесторов посредством сети Интернет, а также мешающих поисковому продвижению, необходимо провести аудит инвестиционного портала Челябинской области.

Аудит – это комплекс мероприятий, направленных на анализ слабых сторон веб-ресурса и поиск способов их устранения. В процессе проверки становится известно, насколько хорошо оптимизирован сайт в поисковых системах, насколько удобны дизайн и навигация, а также насколько ресурс конкурентоспособен.

Аудит включает в себя обширный комплекс мероприятий, направленный на проверку огромного числа параметров сайта, поэтому анализ принято делить на несколько видов.

1. Базовый аудит сводится к определению основных характеристик веб-ресурса, к которым относятся следующие:

- тематический индекс цитирования (ТИЦ), Page Rank (PR);
- количество проиндексированных страниц в поисковиках;
- количество внешних ссылок с сайта и на сайт;
- наличие сайта в популярных каталогах;
- определение количества посетителей, просмотров, ядра аудитории и т.д.; – возраст домена и сайта.

2. Технический аудит – комплекс мероприятий, направленных на выявление технических ошибок и изъянов сайта, к которым относятся следующие:

- валидность (исправность, грамотность) html-кода и css-стилей;
- валидность скриптов и внешних форм (feedburner, smartresponder, опросы, голосования);
- валидность ссылок (отсутствие «битых» и нерабочих);
- валидность файлов robots.txt и sitemap.xml;
- быстрота загрузки страниц и файлов
- сайта; отсутствие вирусов;

- валидность настройки 301-редиректа и ошибки «404»;
- наличие уникальных фавикон и логотипа;
- удобство дизайна и навигации сайта.

Технический анализ – один из самых важных аудитов сайта. Он выявляет ошибки, которые влияют не только на позиции сайта в поисковых системах, но и на отношение посетителей к сайту. Поведенческие факторы, качество индексации страниц, траст сайта – все это может быть улучшено благодаря техническому аудиту сайта.

3. SEO-аудит – комплекс работ, направленных на выявление ошибок, непосредственно или косвенно тормозящих поисковое продвижение сайта, увеличение посетителей, рост траста и т.д. Проверяются следующие параметры:

- качество контента (степень оптимизации, уникальность, объем и т.д.);
- семантическое ядро сайта;
- качество и количество внешних ссылок, ведущих на сайт;
- траст сайта и страниц;
- грамотность анкор-листа (отсутствие «заспамленных» ключевых фраз, использование безанкорных запросов и т.д.);
- грамотность использования тегов noindex nofollow;
- позиции сайта в поисковых системах.

Для того, чтобы лучше понимать результаты аудита инвестиционного портала Челябинской области, необходимо, для сравнения, также провести аудит какого-нибудь еще регионального инвестиционного портала.

27 декабря 2015 года, на заседании Государственного совета «О повышении инвестиционной привлекательности субъектов Российской Федерации и создании благоприятных условий для развития бизнеса», Президент РФ приводил в пример, в недавнем прошлом дотационный субъект Федерации, не имеющий запасов углеводородов, который смог стать одним из лидеров по темпам роста экономики и по объёму привлечения иностранных инвестиций. Речь шла о Калужской области. Президент предложил главам регионов использовать опыт Калужской области. Исходя из этого, результаты аудита инвестиционного портала

Челябинской области сравним с результатами аудита инвестиционного портала Калужской области.

Инвестиционный портал Калужской области далеко не идеальный веб-ресурс – он также имеет множество серьезных ошибок и недоработок. По данным рейтингового агентства «Эксперт РА», согласно последнему рейтингу инвестиционных порталов субъектов РФ на март 2015 года, инвестиционный портал Калужской области занимает третье место, уступая инвестиционным порталам Свердловской и Костромской областей [105].

Учитывая вышеописанное, совершенно справедливо будет сравнивать результаты аудита инвестиционного портала Челябинской области с результатами аудита инвестиционного портала Калужской области – таким образом, оценка результатов будет более объективна.

Приведем результаты аудита инвестиционных порталов Челябинской и Калужской областей в таблице 6.

Таблица 6 – Результаты аудита инвестиционных порталов Челябинской и Калужской областей

Базовый аудит инвестиционных порталов		
Показатели	Челябинский портал	Калужский портал
тематический индекс цитирования (ТИЦ)	30	30
Page Rank (PR) (от 0 до 10)	0	5
Alexa Traffic Rank	11 024 607	4 004 384
количество проиндексированных страниц в ПС Яндекс	814	879
количество проиндексированных страниц в ПС Google	1 670	1 040
наличие сайта в каталоге «Яндекс Каталог»	нет	нет
наличие сайта в каталоге «DMOZ.org»	нет	нет
регион, присвоенный Яндексом	не присвоен	Калужская область
возраст доменного имени	11.02.2015	25.08.2015
заспамленность ссылками (от 0 до 5)	1,7	0,2
уровень траста сайта (от 0 до 10)	3	6

Показатели	Челябинский портал	Калужский портал
оценка трафика (от 0 до 5)	0	2
Технический аудит инвестиционных порталов		
Показатели	Челябинский портал	Калужский портал
валидность html-кода	80 ошибок	63 ошибки
валидность css-стилей	30 ошибок	7 ошибок
валидность ссылок	24 битых ссылки	1 битая ссылка
валидность файла robots.txt	не заполнен	заполнен корректно
валидность файла sitemap.xml	настроен корректно	настроен корректно
валидность настройки 301-редиректа	настроен корректно	настроен корректно
валидность настройки ошибки «404»	настроена верно	настроена верно
размер страницы, Кб	30,48	24,02
скорость загрузки главной страницы	0,46 сек	0,32 сек
скорость загрузки сайта	5,02 сек	4,89 сек
удобство дизайна и навигации сайта (от 0 до 5)	3	5
SEO-аудит инвестиционных порталов		
Показатели	Челябинский портал	Калужский портал
вхождений слов из заголовка в тексте страницы	не найден	3,69 %
плотность слов относительно текста страницы	0 %	5,16 %
плотность всех ключевых слов относительно текста страницы	0 %	4,42 %
теги H1-6	не найдены	не найдены
оценка семантического ядро сайта (от 0 до 5)	0	3
количество внешних ссылок, ведущих на сайт	778	18 006
использования тегов noindex и nofollow	0	5
количество просмотров на посетителя	2	3,4

Источник: составлено автором

Задачей проведения аудита является анализ качества работы инвестиционного портала Челябинской области, его удобства для посетителей и эффективности.

Для объективности результатов проверки использовались только общедоступные, некоммерческие инструменты и сервисы анализа.

Согласно результатам аудита, инвестиционный портал Челябинской области имеет ряд серьезных ошибок и недоработок. Среди них:

- низкий тематический индекс цитирования (ТИЦ) и низкий Page Rank (PR); – слишком высокий показатель Alexa Traffic Rank;
- значительная разница в количестве проиндексированных страниц в поисковых системах Яндекс и Google;
- отсутствие в таких каталогах, как «Яндекс Каталог» и «DMOZ.org»;
- отсутствие региональной привязки;
- имеется заспамленность ссылками;
- низкий уровень траста;
- низкое качества трафика;
- большое количество ошибок html-кода и стилей css;
- большое количество «битых» ссылок;
- не заполнен файл robots.txt;
- большой размер страницы;
- низкий уровень восприятия инвестиционного портала внешними пользователями;
- неудобная навигация;
- низкая плотность всех ключевых слов относительно текста страницы;
- отсутствие применений тегов H1-6;
- низкая оценка семантического ядра портала;
- малое количество внешних ссылок, ведущих на сайт;
- неиспользование тегов noindex и nofollow;
- низкое количество просмотров на одного посетителя.

Тематический индекс цитирования (ТИЦ) определяет «авторитетность» интернет-ресурсов с учетом качественной характеристики ссылок на них с других сайтов. Эту качественную характеристику называют «весом» ссылки. Рассчитывается она по специально разработанному алгоритму. Большую роль играет тематическая близость ресурса и ссылающихся на него сайтов. Само по

себе количество ссылок на ресурс также влияет на значение его ТИЦ, но ТИЦ определяется не количеством ссылок, а суммой их весов.

Инвестиционный портал Челябинской области имеет очень низкое значение ТИЦ – 30. Для того, чтобы стало понятно насколько это маленькое значение, приведем в пример сайт Президента РФ – <http://kremlin.ru/>. Тематический индекс цитирования kremlin.ru равен 25 000. Конечно же, инвестиционный портал Челябинской области менее авторитетный портал, чем портал Президента РФ, и совершенно справедливо, что он имеет меньший индекс цитирования, но в данном случае ТИЦ меньше в 833 раза – это очень низкий показатель.

Также, как и ТИЦ, инвестиционный портал Челябинской области имеет низкий Page Rank (PR) – 0. Page Rank – это числовая величина, характеризующая «важность» веб-страницы, по версии поисковой системы Google. Показатель Page Rank (PR) изменяется от 0 до 10, причем показатель 4-5 считается отличным показателем для сайта, к которому надо стремиться. Приведенный для сравнения инвестиционный портал Калужской области имеет PR равный 5.

Инвестиционный портал Челябинской области имеет слишком высокий показатель Alexa Traffic Rank. Alexa Traffic Rank – это мировой рейтинг сайтов, который показывает сравнительную посещаемость сайта относительно других сайтов во всем интернете. Оценивается не только количество, но и качество посещений. Чем дольше посетитель находится на сайте и чем больше страниц он просматривает, тем ниже этот показатель и тем выше сайт в рейтинге.

Проведенный аудит инвестиционных порталов Челябинской и Калужской областей, показал плохие результаты, по этому показателю. Особо плохой результат у портала Челябинской области – его показатели почти в 3 раза хуже, чем у Калужского портала.

Разница более чем в два раза, в количестве проиндексированных страниц в поисковых системах Яндекс и Google, говорит о низком качестве контента. Если ПС Google индексирует почти все страницы без особых требований к содержимому, то ПС Яндекс, наоборот, старается индексировать только качественный контент. Как правило, если на сайте количество

проиндексированных страниц между поисковыми системами отличается друг от друга – это говорит о низком качестве содержимого сайта. И, соответственно, чем больше эта разница, тем хуже контент. В этом легко убедиться, побывав на ссылочных биржах, SEO-агрегаторах или различных инструментах статейного маркетинга – стоимость площадок с меньшей разницей проиндексированных страниц, при прочих одинаковых параметрах, значительно выше, и наоборот.

Также, очевидно, что если поисковые системы видят только 50% страниц сайта, то вполне вероятно, что ресурс недополучает большую долю трафика. Добившись на 100% корректной и своевременной индексации страниц, автоматически увеличится число посетителей.

Географическая принадлежность сайта может учитываться при его ранжировании по геодеpendимым запросам, когда предпочтение в выдаче отдаётся местным сайтам.

Если сайт ориентирован на геодеpendимые запросы, то необходимо корректно определить региональность сайта, так как она может учитываться при определении релевантности сайта запросам из того или иного региона.

Инвестиционный портал Челябинской области не имеет региональной принадлежности, даже не смотря на то, что он представляет регион – это негативно сказывается на его отображении в поисковой выдаче и как следствие снижению числа целевых посетителей.

Заспамленность ссылками – отношения общего числа исходящих ссылок к входящим, и отношения по уровням вложенности – например отношения количества исходящих ссылок с главной к количеству входящих ссылок с главных страниц. Аналогично и по другим уровням.

Уровень заспамленности инвестиционного портала Челябинской области равен 1,7 балла из 5 возможных – это слишком высокий уровень заспамленности. К примеру, инвестиционный портал Калужской области имеет всего 0,2 балла, по уровню заспамленности. В идеале показатель заспамленности сайта должен стремиться к нулю. Этот показатель сказывается на уровне доверия поисковых систем к сайту, что в свою очередь учитывается при ранжировании в поиске.

Уровень траста сайта – это степень доверия к ресурсу со стороны, как поисковых систем, так и посетителей. Сайт с высоким показателем траста относится к категории стабильных, качественных и безопасных. Уровень траста определяется с помощью сервиса xtool.ru, по 10-балльной шкале.

У инвестиционного портала Челябинской области уровень траста равен 3. Как определяет сам сервис по проверке траста, 3 балла – это граница между средним уровнем доверия (от 4 до 7 баллов) и уровнем недоверия (менее 3 баллов) к ресурсу. Для сайта, перед которым стоят такие серьезные задачи, как привлечение инвесторов в регион, это непозволительно низкий показатель.

Оценка трафика сайта отвечает за способность конвертировать посетителя сайта в лид. Лид – это целевое действие от посетителя ресурса, которое может быть в виде регистрации на сайте, загрузки приложения или оформления заказа. Оценка трафика инвестиционного портала Челябинской области равна нулю. Это говорит о том, что каких бы действий руководство региона не ждало от посетителей инвестиционного портала, посетители этого все равно не сделают.

Технический аудит инвестиционного портала Челябинской области помог выявить множество ошибок html-кода и css-стилей, которые напрямую влияют на скорость загрузки сайта, на отображение страниц в различных браузерах и на ухудшение позиций в поисковой выдаче.

Обнаружено 24 «битых» ссылки, при переходе по которым посетитель попадает на страницу с ошибкой. Такие ссылки, также, негативно влияют на позиции ресурса в поисковой выдаче. Сравнивая с тем же инвестиционным порталом Калужской области – там всего 1 «битая» ссылка.

Файл robots.txt не заполнен. Это текстовый файл, расположенный на сайте, который предназначен для роботов поисковых систем. В этом файле вебмастер может указать параметры индексирования своего сайта как для всех роботов сразу, так и для каждой поисковой системы по отдельности.

Необходимо понимать, что не все содержимое веб-ресурса (файлы и директории и т.д.), созданного на каком-либо движке, должно быть доступно роботам поисковых систем. Если не прописать определенные правила поведения

в robots.txt для роботов, то в индекс поисковых систем попадет множество страниц, не имеющих отношения к значимому содержимому ресурса, а также может произойти многократное дублирование контента (по разным ссылкам будет доступен один и тот же, либо сильно пересекающийся контент), что поисковые системы не любят – это повышает уровень риска попасть под их фильтры.

Скорость загрузки сайта оказывает весомое влияние не только на поисковые системы, но и на пользователей. Чем быстрее загружается страница на сайте, тем легче пользователю найти интересующую его информацию.

Среднее время загрузки страницы составляет 5,02 секунды и является удовлетворительной. Приемлемой скоростью загрузки считают 2 секунды.

Чтобы увеличить скорость загрузки сайта, необходимо оптимизировать изображения и html-код на сайте, также использовать технологию кэширования страниц и изображений, сжатия .js скриптов и .css файлов, а также вынести их из html области в отдельный файл, чтобы они не препятствовали загрузке страницы.

Размер страницы Челябинского инвестиционного портала равен 30,48 Кб. Это нормальный результат для сайта, но если сравнивать с размером страницы инвестиционного портала Калужской области, то у последнего он составит 24,02 Кб, при том, что в отличие от Челябинского портала, он имеет много графики, которая значительно увеличивает размер страниц.

Удобство дизайна и навигации по сайту оценивалось рейтинговым агентством «Эксперт». Восприятие инвестиционного портала внешним пользователем определялось, с одной стороны, степенью быстроты поиска самого портала через поисковые системы, с другой стороны, удобством внутреннего функционала сайта (внутренние поисковики, навигация между разделами и прочее). По данному критерию выставлялась балльная оценка от 0 до 5.

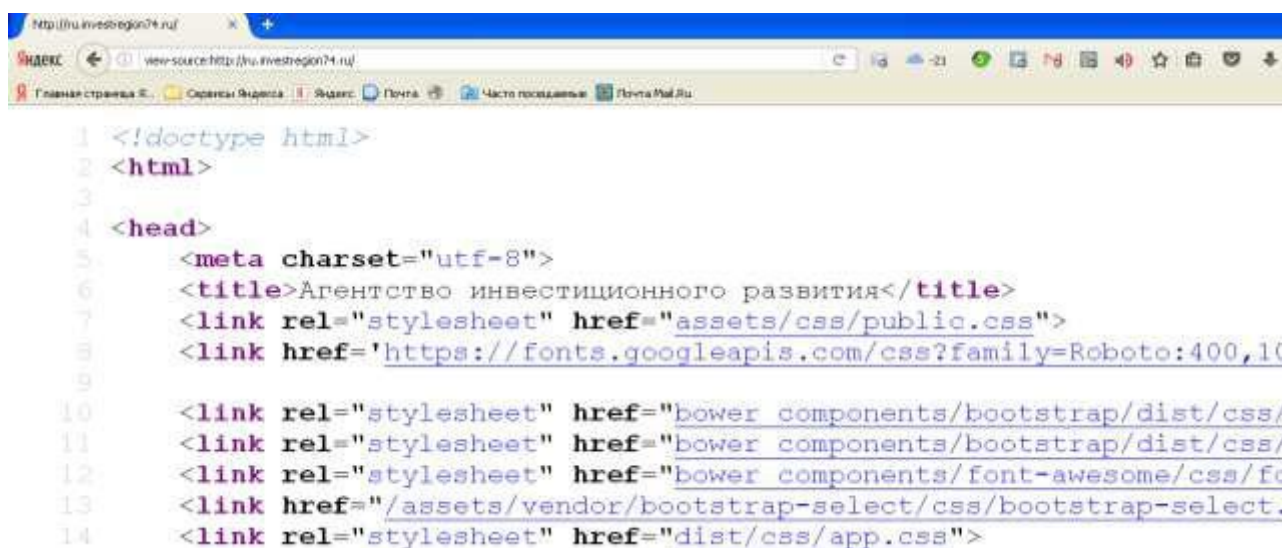
Челябинский инвестиционный портал получил оценку 3, а Калужский – 5.

SEO-аудит можно считать расширенной версией базового аудита, включающей в себя множество нюансов, влияющих на поисковое продвижение. Tag title – самый важный тег для внутренней оптимизации html-кода страниц.

Поисковые системы придают очень большое значение тексту, заключённому в title, поэтому следует использовать этот фактор максимально эффективно.

Содержание тега title – это название страницы, которое отображается в самом верхнем поле браузера. Также содержание title отображается в выдаче поисковых систем по запросам пользователей. Поэтому заголовок страницы должен максимально ёмко отражать её суть и обязательно содержать ключевые слова. Для каждой страницы содержание title должно быть уникальным.

Title инвестиционного портала Челябинской области заполнен, но нет корректного указания на Челябинскую область (рисунок 13).



```
1 <!doctype html>
2 <html>
3
4 <head>
5   <meta charset="utf-8">
6   <title>Агентство инвестиционного развития</title>
7   <link rel="stylesheet" href="assets/css/public.css">
8   <link href='https://fonts.googleapis.com/css?family=Roboto:400,100,300,700,900'>
9
10  <link rel="stylesheet" href="bower_components/bootstrap/dist/css/bootstrap.min.css">
11  <link rel="stylesheet" href="bower_components/bootstrap/dist/css/bootstrap-theme.min.css">
12  <link rel="stylesheet" href="bower_components/font-awesome/css/font-awesome.min.css">
13  <link href="/assets/vendor/bootstrap-select/css/bootstrap-select.min.css" rel="stylesheet">
14  <link rel="stylesheet" href="dist/css/app.css">
```

Рисунок 13 –Тег «title» инвестиционного портала Челябинской области

Незаполненный title сильно усложняет процесс продвижения сайта в сети, делая его значительно более затратным и долгим.

Продолжая сравнивать инвестиционные порталы, приведем в пример тег title инвестиционного портала Калужской области (рисунок 14)



```
21     window.location = "/en/";
22   }
23 </script>
24   <title>Инвестиционный портал Калужской области</title>
25   <meta http-equiv="Content-Type" content="text/html;
charset=UTF-8">
26   <meta property="og:title" content="Инвестиционный портал
Калужской области"/>
```

Рисунок 14 –Тег «title» инвестиционного портала Калужской области

Как видно из рисунка 14, у Калужского портала тег title заполнен корректно.

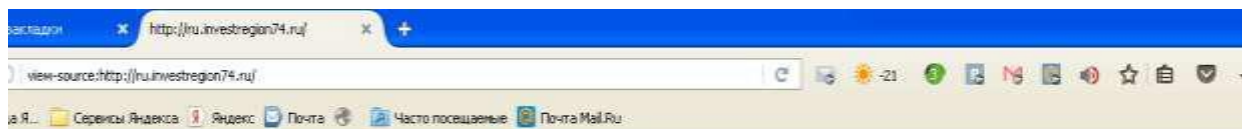
Вторыми по значимости, после тега title, являются мета-теги «keywords» и «description».

Мета-тег description – краткое описание страницы. Содержание этого мета-тега поисковые системы часто используют в качестве сниппета в результатах поиска. Пользователи сайта не могут увидеть содержание мета-тега description, только если откроют исходный код страницы, но это не повод недооценивать его. Предназначение description иное – привлекать людей из поисковых систем. Большинство пользователей при выборе страницы из результатов поиска опираются на ее описание, за которое и отвечает мета-тег description.

Мета-тег keywords содержит ключевые фразы, указываемые через запятую. Указанные слова обязательно должны встречаться в тексте страницы. Отношение поисковиков к этому мету-тегу весьма спорное. Например, Google в своих рекомендациях даже не упоминает о нем. Если раньше по нему поисковые системы определяли тематическую принадлежность страницы, то сейчас они могут его воспринимать негативно. Не стоит указывать слишком много слов в мета-теге keywords, иначе это будет воспринято как спам и к ресурсу могут быть применены санкции со стороны поисковых систем. Сначала необходимо указывать самые важные ключевые фразы, потом менее значимые.

Оба мета-тега являются важной составляющей внутренней поисковой оптимизации ресурса, поэтому им, как и тегу title, следует уделять особое внимание.

Мета-тег description у Челябинского портала, также, как и мета-тег keywords, вообще не заполнены (рисунок 15).



```
<meta name="viewport" content="width=device-width, initial-scale=1" />
<script type="text/javascript" src="bower components/jquery/dist/jquery.js"></script>
<script type="text/javascript" src="bower components/jquery-mousewheel/jquery.mousewheel.js"></script>
<script type="text/javascript" src="bower components/bootstrap/dist/js/bootstrap.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/js/jresig/inheritance.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/js/public/dialogs/main.js"></script>
<script type="text/javascript" src="/assets/vendor/bootstrap-select/dist/js/bootstrap-select.js"></script>
<script type="text/javascript" src="dist/js/app.js"></script>
```

Рисунок 15 – Скриншот мета-тегов «keywords» и «description» у инвестиционного портала Челябинской области

Как правильно должен быть заполнен мета-тег description, лучше всего показать на примере его заполнения в инвест-портале Калужской области (рисунок 16). На рисунке 16 видно, что мета-тег description, у инвестиционного портала Калужской области заполнен правильно и ориентирован на посетителей, которые хотели бы инвестировать свои деньги.

Помимо мета-тегов, для поисковой оптимизации сайта, необходимо уделять должное внимание и многим другим, важным, как для посетителей, так и для поисковых систем, моментам. Один из них – это плотность ключевых слов относительно текста страницы.

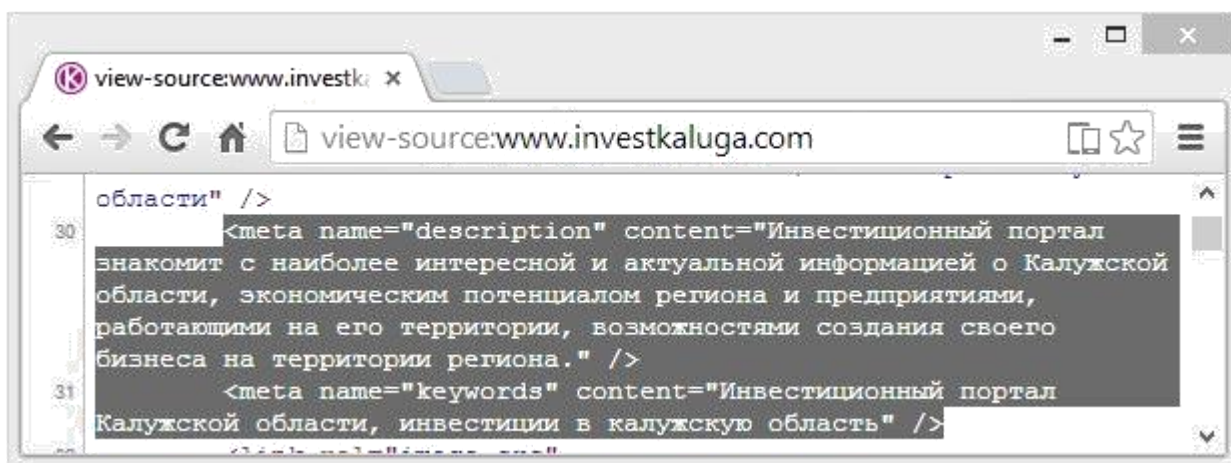


Рисунок 16– Скриншот мета-тегов «keywords» и «description» у инвестиционного портала Калужской области

Плотность ключевых слов – это один из тех параметров, с помощью которых поисковые системы вычисляют релевантность страниц сайта (уровень соответствия поисковому запросу). Под выражением «плотность» подразумевается процентное соотношение количества ключевых слов к объёму текста на странице.

У поисковых систем, есть специальная программа-анализатор «Indexer», которая является мозгом всей системы. Она раскладывает весь контент по полочкам, анализирует, вычисляет плотность ключевых слов и определяет общую релевантность документа запросу пользователя. После этого руководствуясь всеми факторами ранжирования, система формирует поисковую выдачу.

По мнению ведущих специалистов в области поискового продвижения, для оптимальной плотности количество ключевых слов на странице должно быть в пределах 4-6% от общего контента, расположенного на основной части документа.

Если плотность определённых слов на странице сайта превышает пороговое значение, «Indexer» может отсеять такую страницу или сильно понизить её позицию в выдаче, применив санкции за «переспам». Слишком низкая плотность приведет к тому, что поисковая система не придаст должного значения этому слову.

У инвестиционного портала Калужской области средняя плотность ключевых слов относительно текста страниц составляет 4,42% – это идеальный показатель.

У Челябинского инвест-портала этот показатель равен нулю. С такой плотностью ключевых слов, Челябинский инвестиционный портал останется «невидимым» для потенциальных инвесторов.

Теги H1-6 (от англ. header – заглавие) – теги, использующиеся для заголовков.

Шесть уровней заголовков отличаются важностью и величиной шрифта. H1 – самый важный и большой, H6 – самый маленький. Обычно заголовок кратко описывает смысл раздела, которому он предшествует.

Поисковые системы придают большое значение словам, обозначенным, как заголовки. Самый большой вес имеет заголовок первого уровня – тег H1. Он должен быть на странице в единственном экземпляре.

У обоих анализируемых порталов, как у Калужского, так и у Челябинского, следы использования этих тегов не найдены.

Семантическое ядро сайта – это набор поисковых слов, их морфологических форм и словосочетаний, которые наиболее точно характеризуют вид деятельности, товар или услугу, предлагаемые сайтом. Ключевые слова (поисковые запросы) для семантического ядра подбираются путём строгого анализа услуг или товаров компании, анализа статистики поисковой системы, статистики сайта и конкурентов на рынке. Запросы в семантическом ядре должны максимально соответствовать представлениям посетителей о сайте.

По оценкам поискового аудита, инвестиционный портал Калужской области набрал 3 балла из 5, а инвест-портал Челябинской области – ноль. При создании Челябинского инвестиционного портала, семантическое ядро не составлялось – такой подход значительно усложняет процесс привлечения целевых посетителей на сайт, делая его более дорогим и менее эффективным.

Внешние ссылки на сайт играют одну из самых важных ролей в его раскрутке. От того, кто, с каких страниц, в каком количестве ссылается на веб-ресурс, – будет зависеть его положение в поисковых системах.

Поисковый аудит показал, что на инвестиционный портал Калужской области ссылаются более 18 000 ресурсов, а на инвестиционный портал Челябинской области всего 778. Эти числа говорят об авторитетности ресурсов, как для людей, так и для поисковых систем.

Правильное использование тега и атрибута `noindex`, `nofollow` – важный шаг в грамотной поисковой оптимизации. Ведь `noindex` и `nofollow` играют огромную роль при передаче веса с одного сайта на другой.

Как показал поисковый аудит, Челябинский инвестиционный портал не пользуется тегами `noindex` и `nofollow`, опять же, усложняя процесс продвижения.

Показатель среднего количества просмотров на одного посетителя, также говорит не в пользу Челябинского портала – если Калужский портал имеет 3,5 страницы, то Челябинский всего 2. Помимо приведенных в таблице 5 показателей, также анализировались и другие, не менее важные параметры инвестиционного портала Челябинской области. Среди них: определение цели сайта; видимость в поисковых системах; посещаемость; кроссбраузерность; юзабилити сайта.

Также, как и с предыдущими показателями, инвестиционный портал Челябинской области сильно отстает от Калужского портала. Можно долго перебирать каждый показатель и объяснять каким образом и на что он влияет, но, пожалуй, самым объективным показателем будет позиция сайта в поиске.

По запросу «инвестиционный портал», в выдаче поисковой системы Яндекс, инвестиционный портал Калужской области занимает 6-ое место, уступая инвестиционным порталам города Москвы, Московской, Ростовской и Свердловской областям (рисунок 17). Что касается инвестиционного портала Челябинской области, то он на 70-ом месте в той же выдаче (рисунок 18). Насколько это плохой результат, можно понять, вспомнив, что Челябинский инвест-портал, на сегодняшний день, конкурирует только с 30-ю аналогичными порталами.

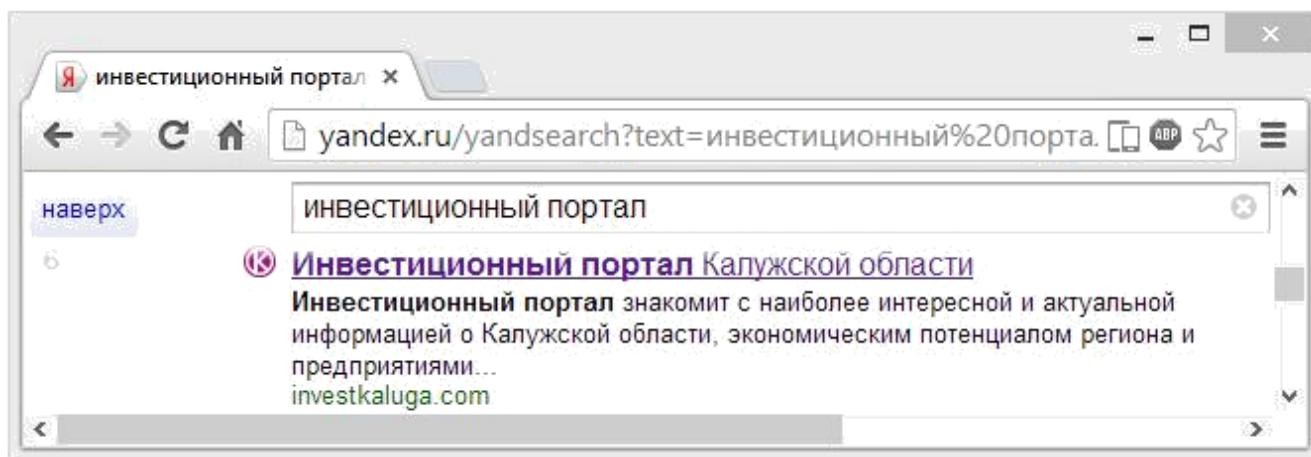


Рисунок 17 – Позиция Калужского инвестиционного портала в поисковой

Как видно из рисунка 17 инвестиционный портал Калужской области в поисковой выдаче Яндекса занимает 6 место, по поисковому запросу «инвестиционный портал» – это хороший результат.

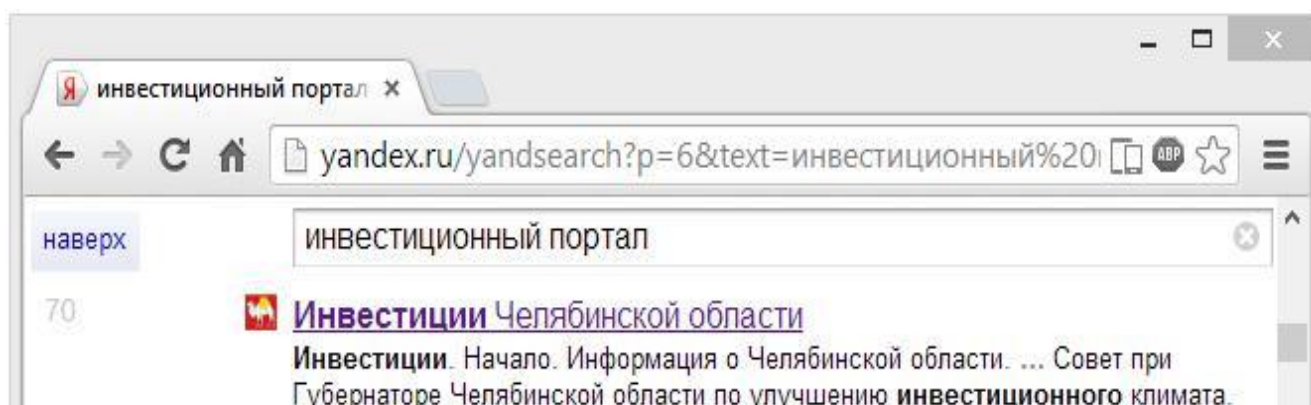


Рисунок 18 – Позиция Челябинского инвестиционного портала в поисковой системе

После проведения комплексного анализа обоих инвестиционных порталов, становится понятно, что действующий на сегодняшний день инвестиционный портал Челябинской области, перед которым стоят задачи по привлечению инвесторов, не отвечает современным требованиям. Он абсолютно не ориентирован, как на посетителей, так и на поисковые системы.

Конструкция сайта, используемые на сайте инструменты, система навигации, информационное содержание, стиль подачи информации, общее оформление – все

это говорит, о том, что веб-ресурс создавался без определенной цели. Создатели отнеслись несерьезно и недооценили весь возможный потенциал единого регионального инвестиционного портала. Челябинский инвестиционный портал был создан «для галочки», только потому, что этого требует региональный инвестиционный стандарт, а не для реального привлечения инвесторов в регион.

Челябинской области, для привлечения инвесторов, нужен совершенно другой инвестиционный портал. Созданный с четкой целью – привлечения инвесторов в регион и отвечающий всем современным требованиям, как интернет-маркетинга, так и поисковому продвижению веб-ресурса в сети.

Таким образом, в ходе анализа организационных ресурсов привлечения инвестиций в Челябинскую область были выявлены следующие положительные моменты для стимулирования и привлечения потенциальных инвесторов – это предоставление льгот по налогообложению (по налогу на имущество организаций и налогу на прибыль), предоставление льготных условий по пользованию земельными участками, находящимися в государственной собственности Челябинской области с возможностью последующего выкупа, а также предоставлению субсидий сельскохозяйственным товаропроизводителям, гарантий и поручительств Челябинской области. Также, следует отметить, что анализ организационных ресурсов привлечения инвестиций в Челябинскую область позволил выявить и слабые места, в частности, не уделяется должного внимания привлечению новых инвесторов в регион по средствам сети Интернет, а сам инвестиционный портал Челябинской области не соответствует современным, как техническим, так и маркетинговым требованиям.

3 СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ И СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ

3.1 Рекомендации по совершенствованию социально-экономических и организационных ресурсов привлечения инвестиций в город Челябинск в составе Челябинской области

Изменение политической и социально-экономической системы общества неизбежно влечет изменение функциональных доминант экономики городов, которые в настоящее время аккумулируют значительный интеллектуальный, научно-технический, экономический, финансовый и демографический потенциал общества. Изменения, происходящие в России в 2000-е годы, обусловили необходимость пересмотра ряда проблем управления социально-экономическим развитием муниципальных образований в свете новой парадигмы инвестиционной привлекательности региона.

Исходя из анализа показателей функционирования и развития города Челябинска и Челябинской области необходимо управлять их инвестиционной привлекательностью в двух плоскостях: социально-экономической и организационной.

Социально-экономический потенциал города Челябинска является достаточным для устойчивого роста, но существуют угрозы, которые могут препятствовать его реализации. Требуется разработка концепции для эффективного обеспечения социально-экономического развития города с целью использования сильных сторон факторов внутренней среды города.

Правительству Челябинской области и Администрации города Челябинск необходимо проработать Инвестиционную стратегию с учетом следующих моментов:

1. Анализ показателей социальной сферы показал, что есть проблемы обеспечения развития образования, науки, здравоохранения, социальной защиты населения, уровня благосостояния населения Челябинска.

2. Ситуация в развитии инфраструктуры Челябинска характеризуется тем, что в течение длительного времени основное внимание уделялось новому строительству, а реконструкция зданий и сооружений, проведение текущих ремонтно-строительных работ осуществлялись при низком уровне контроля со стороны администрации города.

3. В условиях низкой рентабельности, неэффективности и недостаточной производительности капитала в инженерно-социальной инфраструктуре города используются дорогостоящие экономические механизмы, способствующие постоянному росту затрат на содержание этой сферы.

4. В функционировании инженерно-социальной инфраструктуры города в направлении всестороннего развития экономических инструментов института общественно-частного партнерства, эффективного муниципального менеджмента и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг.

5. Существует реальная опасность, что партнерские отношения между публичной властью и хозяйствующими субъектами могут неправильно использоваться для реализации исключительно частных интересов предпринимателей и чиновников.

6. Неблагоприятные экологические условия отрицательно влияют на привлекательность области и города.

Также необходимо использовать инновационный тип развития территории, максимально облегчая налоговое бремя и одновременно привлекая максимальное количество инвесторов в экономическое пространство.

Интенсификации привлечения инвестиции в экономическое пространство любой территории невозможна без создания комфортных условий для ведения бизнеса.

Исходя из результатов проведенного анализа организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион, Правительству Челябинской области рекомендуется принять следующие меры:

1. Организовать, на базе Агентства инвестиционного развития Челябинской области, отдел по привлечению инвестиций.

2. Создать новый единый инвестиционный портал Челябинской области, размещать информацию о рейтингах города, области, о снижении или повышении уровня инвестиционной привлекательности в связи с какими-либо факторами.

Для привлечения инвесторов с помощью сети Интернет, необходимо организовать, на базе Агентства инвестиционного развития Челябинской области, отдел по привлечению инвестиций, в основные задачи которого будет входить:

- развитие, техническое сопровождение и продвижение инвестиционного портала Челябинской области;
- прием и обработка заявок и обращений с инвестиционного портала Челябинской области;
- прием и обработка входящих звонков от потенциальных инвесторов, а также работа с базой инвесторов и совершение холодных звонков;
- принимать, обрабатывать и размещать на инвестиционном портале Челябинской области, инвестиционные проекты;
- анализ изменения рыночной конъюнктуры.

Подразумевается, что отдел будет состоять из 3 секторов:

1. Сектор по работе с инвестиционным порталом Челябинской области.
2. Сектор анализа рисков и скоринга.
3. Центр обработки звонков (call center).

Схема отдела по привлечению инвестиций (рисунок 19).



Рисунок 19 – Схема отдела по привлечению инвестиций

Как видно из схемы, в секторе по работе с инвестиционным порталом Челябинской области, должны работать 2 специалиста – это специалист по технической поддержке и сопровождению веб-ресурса, и специалист по продвижению веб-ресурса. В их задачи входит развитие, техническое сопровождение и продвижение инвестиционного портала Челябинской области, а также прием и обработка заявок и обращений от инвесторов.

В сектор анализа рисков и скоринга необходимо 2 специалиста, которые будут принимать, обрабатывать и размещать на инвестиционном портале Челябинской области инвестиционные проекты.

Для работы центра обработки телефонных звонков нужны 3 оператора колл-центра. В их обязанности будет входить: прием и обработка входящих звонков и заявок с веб-ресурса от потенциальных инвесторов, а также работа с базой инвесторов и совершение холодных звонков.

За организацию работы всех трех секторов будет отвечать начальник отдела по привлечению инвестиций. В его обязанности будет входить: анализ изменения рыночной конъюнктуры; ведение отчетности работы отдела; разработка и внедрение программ мотивации; разработка и внедрение партнерских программ; анализ эффективности рекламной стратегии; осуществление контроля.

На начало 2015 года 36% регионов Российской Федерации обладали собственными инвестиционными порталами. Наиболее информативным и удобным для использования является инвестиционный портал Свердловской области. В целом по субъектам Российской Федерации наиболее информационно насыщенными являются разделы региональных порталов, посвященные текущей инвестиционной деятельности. Хуже всего представлена информация о ценах и тарифах в регионе, о планах по созданию инфраструктурных объектов, а также упрощенные схемы получения поддержки от региональных властей.

После введения с 2015 года обязательной процедуры внедрения Стандарта АСИ (который в том числе предполагает создание специализированных порталов) в России наблюдается «бум» создания сайтов об инвестиционной деятельности в субъектах. На начало 2015 года уже 30 регионов Российской Федерации обладали

полноценными и самостоятельными инвестиционными порталами в сети Интернет.

От качества содержания инвестиционных порталов во многом зависит привлекательность для инвесторов самого региона. С целью сопоставления регионов России по качеству наполнения их инвестиционных сайтов в Интернете рейтинговым агентством «Эксперт РА» был составлен первый рейтинг качества инвестиционных порталов субъектов РФ [105].

Рейтинг показал, что наиболее информативным и удобным для использования является инвестиционный портал Свердловской области. Также в числе лучших сайтов оказались инвестиционные порталы Костромской, Калужской, Вологодской, Кемеровской областей, Пермского края и Республики Башкортостан. В числе отстающих находятся регионы Сибири и Дальнего Востока. Собственный инвестиционный портал отсутствует у ряда развитых регионов Поволжья (Нижегородская, Самарская и Саратовская области). Это делает данные регионы менее конкурентоспособными в привлечении инвестиций.

Наиболее информационно насыщенными являются разделы региональных порталов, посвященные текущей инвестиционной деятельности. В 25 из 30 случаев на сайте представлен перечень инвестиционных предложений в регионе (проекты, в которых бизнесу предлагается выступить соинвестором), на 23 сайтах присутствует перечень реализующихся или получивших государственную поддержку инвестиционных проектов.

В разделах, посвященных мерам господдержки, в большинстве случаев представлена информация о доступных в регионе инвестиционных площадках (только на трех сайтах данной информации нет) и инвестиционном региональном законодательстве (также за исключением трех сайтов). При этом менее половины инвестиционных порталов содержат пошаговую схему получения поддержки со стороны региональных властей.

В разделах, посвященных дополнительной информации о регионе и текущих приоритетах инвестиционной политики, хуже всего представлена информация о

ценах и тарифах (только на 9 сайтах), а также о планах по созданию инфраструктурных объектов (на 7 сайтах).

Инвестиционный портал Челябинской области занимает 11 место в рейтинге инвестиционных порталов субъектов РФ. 11-ое место среди всего 30 аналогичных инвестиционных порталов – это очень плохой результат, для региона, который стремится к привлечению новых инвесторов. Инвестиционный портал Челябинской области может и должен занимать первое место в подобных рейтингах, отвечать современным требованиям, «говорить» на одном языке с инвесторами, показывать высокую эффективность, за счет выполнения своей главной задачи – привлечения новых инвесторов в регион.

На сегодняшний день это не так трудно сделать, так как абсолютно все инвестиционные порталы субъектов Российской Федерации, находятся на достаточно низком уровне, содержат множество ошибок и недоработок.

Чем быстрее будут исправлены все факторы, мешающее Челябинскому portalу стать лучшим инвестиционным порталом в Российской Федерации, тем лучше. Во-первых, Челябинской области не придется пропускать через «фильтр» 10-ти регионов, потенциальных инвесторов, и довольствоваться оставшимися вариантами. Во-вторых, по самым скромным подсчетам, хорошо выполненный, согласно всем современным требованиям и оптимизированный под посетителей и основные поисковые системы, инвестиционный портал, способен привлечь около 30 000 потенциальных инвесторов в год. В-третьих, со временем порталы других регионов будут совершенствоваться, что сделает борьбу за инвестора намного сложнее, затратнее и не такой эффективной.

Для того, чтобы сайт вызывал доверие у пользователей, поисковых систем и хорошо конвертировался, необходимо на страницах сайта размещать качественный графический, уникальный и структурированный текстовый и по возможности видео контент. Это поможет привлечь дополнительных целевых посетителей по низкочастотным запросам, как коммерческого, так и информационного характера.

Также, необходимо периодически обновлять информацию на сайте, ссылаться на тематические ресурсы, создать структуру текста в статьях, чтобы они были читабельными.

Тот инвестиционный портал Челябинской области, который существует сегодня, требует полной переработки, но исправлять все недочеты и доводить сайт до необходимого уровня – нецелесообразно, так как дешевле и быстрее будет создать новый портал «с нуля», сразу учитывая все нюансы будущего продвижения веб-ресурса.

Целью нового инвестиционного портала должно стать – привлечение максимального количества целевых посетителей и конвертация их в лиды с максимально возможной конверсией.

Для реализации данной цели, новый инвестиционный портал Челябинской области должен выполнять ряд важных задач:

- реализовывать системный подход привлечения инвестиций в регион;
- привлекать потенциальных инвесторов в систему;
- привлекать партнеров по поиску потенциальных инвесторов;
- повышать узнаваемость и формировать положительный имидж региона;
- предоставлять исчерпывающую и актуальную информацию, по всем вопросам, связанным с инвестициями в Челябинской области;
- заниматься продвижением проектов и инициатив среднего и крупного бизнеса в социальной сфере;
- быть удобным средством коммуникации между потенциальными инвесторами и руководством региона;
- стать лучшим веб-ресурсом в своей категории.

В рамках создания нового инвестиционного портала Челябинской области предстоит пройти 7 этапов:

1. Веб-аналитика.
2. Разработка правильного позиционирования онлайн.
3. Анализ сайтов-конкурентов.
4. Создание концепции эффективного сайта.

5. Разработка маршрутов.
6. Разработка стратегии продвижения.
7. Внедрение инструментов анализа эффективности сайта.

Разберем подробнее каждый этап:

Этап 1. Веб-аналитика. Первоочередная задача перед созданием нового инвестиционного портала – это анализ статистики действующего инвестиционного портала. Важно понимать, как именно работает сайт, какова его конверсия, откуда поступает трафик, насколько он качественный, какие страницы пользуются популярностью, на каких страницах теряются посетители и т.д.

Для проведения работ по веб-аналитике необходимо использовать бесплатные сервисы от главных игроков российского поискового рынка – Яндекс (Яндекс.Метрика) и Google (Google Analytics). Вся основная аналитическая работа выполняется благодаря Google Analytics, а с помощью Метрики (Webvisor) можно получить карту кликов, карт внимания и карт скроллинга, а также просмотр видео с записью поведения посетителей.

На данном этапе следует обратить внимание на:

- общую статистику (кол-во посетителей, длительность пребывания на сайте, глубину просмотра, показатель отказов, конверсию сайта);
- статистика основных страниц (пути входа, распределение кликов по странице, карты внимания, карты кликов);
- источники трафика: поисковые системы, контекстная реклама, ссылки на сайтах партнеров, и т.д. (количество просмотренных страниц, длительность пребывания на сайте, конверсия каждого источника, конверсия запросов).

Сбор данных о распределении кликов по страницам даст понимание, какой контент наиболее интересен посетителям, а на какой они не обращают внимание.

Карты внимания и карты кликов наглядно покажут, на каких фрагментах страниц посетители больше концентрируются, какие фрагменты игнорируют, по каким фрагментам пытаются безуспешно кликнуть.

Анализируя источники трафика, можно понять, какие из них приводят наиболее заинтересованных и мотивированных к совершению сделки

посетителей, какие из них не работают вовсе, какие поисковые запросы обладают наиболее высокой конверсией, от каких ключевых слов следует отказаться.

Этап 2. Разработка правильного позиционирования онлайн. Следующим шагом после веб-аналитики является разработка позиционирования.

Позиционирование в бизнесе – это определение его уникального места на рынке и в умах потенциальных клиентов, или «Что он делает для клиентов?».

Позиционирование онлайн – это суженное определение позиционирования в бизнесе, в условиях конкуренции в сети Интернет, или «Что делается для клиентов посредством этого сайта?».

В большинстве случаев задача по позиционированию сводится к созданию уникального торгового предложения (УТП), которое впоследствии трансформируется в слоган-подстрочник для использования на сайте, в рассылках, в интернет-рекламе и т.д.

Прежде чем сочинять уникальное торговое предложение, необходимо провести работу по анализу позиционных заявлений, используемых ближайшими конкурентами.

Затем попробовать описать весь бизнес-процесс привлечения инвестиций в регион по формуле Боба Блая:

[Название компании] – [тип компании], которая помогает [краткое описание целевой аудитории] достигать [важные для клиента преимущества]. В отличие от других [тип компании], [название компании] специализируется на [основное отличие от конкурентов].

А после, из полученного результата, сжать его до одного предложения.

Почему это важно сделать именно на этапе подготовке к созданию нового инвестиционного портала?

Во-первых, этот этап сможет привести к новым бизнес-идеям, способным превратить веб-сайт из обычного в эффективный и продающий, пользующийся огромным спросом.

Во-вторых, позиционирование – это основа будущей активности в Интернете.

Все остальное – дизайн, сервисы, целевые действия и т.д. – будет «насажено» на эту основу.

В-третьих, оставляя этот этап «на потом», значительно повышается риск оставить его «навсегда».

Будущий сайт станет для клиентов всего лишь «одним из» десятка открытых вкладок с одинаковыми сервисами. Для потенциальных клиентов это станет первым сигналом к тому, чтобы начать сравнивать предложения веб-ресурса с предложениями ресурсов конкурентов.

Этап 3. Анализ сайтов-конкурентов – следующий важный этап в рамках создания нового инвестиционного портала – получение объективной оценки состояния рынка, уровня его развитости в интернет-среде. На этом этапе необходимо подробно разобрать «горячую десятку» конкурентов в поисковой выдаче основных поисковых систем. Изучить, как устроен их интернет-маркетинг как они позиционируются, как привлекают целевых посетителей, каким образом устроена архитектура их сайтов, на каком уровне находится дизайн и юзабилити. Проанализировать полезные сервисы. Отдельное внимание стоит уделить контенту: какие письма рассылаются подписчикам, каково качество контента, показатели его распространения в социальных сетях и многое другое.

Для чего это нужно? Во-первых, для того, чтобы перенять все самое лучшее, что уже было придумано. В некоторых случаях нет никакой необходимости заново изобретать велосипед.

Во-вторых, для того, чтобы избежать ошибок, допущенных конкурентами и реализовать их задумки еще более интересным и привлекательным для потенциальных инвесторов способом.

К примеру, у того же инвестиционного портала Калужской области превосходная реализация карты инвестиционных проектов. При разработке Челябинского инвестиционного портала, совершенно точно необходимо будет внедрять нечто похожее, но уже с более лучшей реализацией.

После сбора всех понравившиеся идеи, приемов, инструментов и прочих «фишек», в формате мозгового штурма можно попробовать «примерить» их на

будущий инвестиционный портал. Будут ли они способствовать достижению целей или, напротив, будут только отвлекать посетителей?

Этап 4. Создание концепции эффективного сайта.

Все концепции присутствия в сети можно условно разделить на два типа:

- информационно-презентационные;
- продающие.

В интернете подавляющее большинство веб-ресурсов – это Информационно-презентационные сайты. Даже если на этапе создания сайта компания планировала использовать его как помощника при продажах, чаще всего на выходе он получается информационно-презентационным. Просто потому, что создатели не имеют представления о том, как нужно продавать в Интернет. Эти компании, как правило, просто выкладывают на своих сайтах огромное количество информации, размещают где-нибудь номер телефона и ждут звонков. Днями, месяцами, годами.

Новый инвестиционный портал Челябинской области необходимо разрабатывать с такой концепцией, которая непосредственно измерима в реальных цифрах и влияет на продажи – концепцией «продающего сайта».

За продающим сайтом скрывается система, включающая в себя привлечение целевых посетителей на сайт, «крючки» для получения от посетителей контактных данных, схемы вовлечения этих посетителей в предоставляемые услуги и конвертация их в клиентов.

В основе продающих сайтов лежат целевые действия – те самые «крючки», позволяющие собрать с целевых посетителей электронные адреса и другие необходимые данные – процесс «генерацией лидов» (lead generation).

Основная идея концепции – на какую бы страницу не пришел целевой посетитель, сайт должен вести его к выполнению необходимых целевых действий.

Как правило, посетитель не знает, что от него хотят. Поэтому лучше всего направить посетителя, сказав, что ему необходимо сделать в данный момент и если посетители действительно заинтересованы, то они сделают это: подпишутся

на рассылку, зададут вопрос в форме обратной связи, скачают каталог или презентацию, оставят заявку или совершат звонок.

Этап 5. Разработка маршрутов.

Разработка маршрутов (сценариев поведения) для разных целевых аудиторий на разных этапах принятия решений.

Допустим, на этапе позиционирования был составлен портрет целевой аудитории и у нас есть четкое представление об идеальном клиенте. Допустим, с точки зрения стратегической целесообразности и экономической эффективности стоит задача привлечения инвестиций в строительную отрасль региона и наш идеальный клиент – это директор строительной компании с оборотом в 100 миллионов рублей в месяц.

Этот самый директор может находиться на разных этапах принятия решения:

1. Он вообще не задумывается о инвестировании средств.
2. Он начал осознавать, что в компании есть проблема в виде свободных денег, которые не участвуют в обороте, а лежат мертвым грузом, обесцениваясь инфляцией и не принося никакой прибыли.
3. Он уже инвестировал часть свободных средств в строительные проекты другой компании, но по какой-то причине не доволен процессом строительства.
4. Он находится на стадии сравнения инвестиционных предложений от различных строительных компаний.
5. Он точно знает, что ему нужно вложить свободные средства в строительство жилого комплекса, и он ищет наиболее выгодные условия для своих инвестиций.

Стадий в процессе принятия решений может быть больше, и они могут сильно отличаться от бизнеса к бизнесу, но их нужно знать и предусматривать при разработке маршрутов перемещения посетителей по веб-сайту и соответствующих целевых действий.

Подавляющее большинство сайтов разрабатывается под одну последнюю («шестую») стадию принятия решения – «Я уже все знаю и очень хочу отдать вам деньги. Где касса?». Увы, но даже в том случае, если привлечь на сайт толпу,

состоящую из одних лишь «идеальных клиентов», реальными клиентами станет не более 5%.

Поэтому для каждой стадии необходимо разработать свои «крючки» и маркетинговые материалы.

Для первой стадии из примера выше таким «крючком» может быть брошюра или статья на сайте «Задумывались ли вы об инвестировании? Узнайте куда лучше всего инвестировать сегодня!».

Для «захвата» посетителей со второй стадии можно использовать обучающую брошюру «Почему выгодно инвестировать в строительство?» с описанием различных вариантов решения проблемы, делая особый акцент на свое решение.

На третьей стадии можно предложить посетителю мини-консультацию, в ходе которой он сможет высказать мнение, почему он недоволен инвестиционными проектами, в которых участвует, а затем рассказать, как с его проблемами поможет справиться предлагаемое нами решение.

На четвертой стадии можно предложить обзорную статью по разным предложениям, в которой поведать читателю о достоинствах и недостатках решений, предлагаемых конкурентами. Естественно, предлагаемое решение должно быть по-настоящему особенным.

Пятая стадия – ситуация, когда клиент думает, что все инвестиции одинаковы, поэтому предпочитает сэкономить и ищет такой инвестиционный инструмент, при котором минимальные вложения на короткий срок дают максимум дохода. Задача – дать ему понять, что предлагаемое решение включает ряд дополнительных выгод, которые конкуренты предоставить не могут. Сделать это можно, например, при помощи брошюры или статьи на сайте «Почему мы?» с описанием всех достоинств предлагаемого решения.

Что касается именно маршрутов, то необходимо заранее предугадывать, какие именно посетители будут на сайте.

Например, наиболее частыми посетителями главной страницы являются потенциальные клиенты первых стадий, которые хотят получить максимум общей информации по волнующей их проблеме – решение их пока не особо интересует.

С другой стороны, на главную страницу может попасть и сильно мотивированный клиент, который ищет кнопку «Подать заявку» – поэтому необходимо заранее запланировать такую кнопку, сделав ее поменьше и разместить на втором плане.

Если главная страница все-таки должна быть оптимизирована под разные аудитории, то большинство внутренних страниц должны быть сфокусированы на конкретных стадиях.

Примерный маршрут перемещения посетителей по новому инвестиционному portalу, может быть таким:

1. Главная страница – для тех, кто начал осознавать, что часть своих средств нужно инвестировать, но еще не знают, как именно это можно делать.

2. Страница «Инвестиционные проекты» – перечень инвестиционных проектов с обязательным перечислением необходимого объема инвестиций, срока инвестирования и всех выгод, которые получает инвестор.

3. Страница «Истории успеха» – страница реальных кейсов от реальных инвесторов, с примерно такой схемой: вид инвестиций – объем инвестиций – срок инвестирования – доход от инвестиций – подробная история с фотографиями, именами, названиями компаний и контактами инвесторов.

4. Страница «Инвестиционная стратегия» – страница, с описание стратегии инвестиционного развития региона, станет полезной, как для крупных инвесторов, желающих инвестировать свои средства на длительный срок, так и для владельцев среднего бизнеса, которые легко смогут сверить планы развития своего бизнеса со стратегией развития региона и вовремя, в случае необходимости, подкорректировать их.

5. Страница «Регистрация» – конечный пункт маршрута – страница, на которой пройдя легкую процедуру регистрации (например, заполнив 3 поля: «Имя», «Номер телефона» и «Email»), посетитель получает доступ к личному кабинету, также получает возможность разместить свой инвестиционный проект, если он ищет инвесторов, или подать заявку на участие в проекте, если он

инвестор. Также, получает возможность обращаться с вопросами или предложениями к руководству региона.

Этап 6. Разработка стратегии продвижения. На этом этапе прорабатываются все элементы привлечения целевых посетителей на сайт.

В соответствии с выбранной стратегией подбираются и прорабатываются релевантные каналы привлечения. При этом учитывается специфика каналов и их возможности по работе с различными категориями посетителей. При разработке стратегии важно воздействовать на потребителя на всех его стадиях принятия решения.

Работая с каждым каналом по отдельности, формируются группы запросов для SEO и контекстной рекламы, подбираются настройки сегментов для таргетированной рекламы в социальных сетях, исследуются подходящие рекламные площадки, и многое другое.

Разрабатываются тактики привлечения для каждой группы запросов, каждого сегмента аудитории в разрезе каждого из каналов. В результате этих действий на выходе получается четкий план работы с каждым из подобранных каналов. Параллельно строятся прогнозы объемов привлекаемого трафика.

Детальная проработка тактик использования каждого канала требует достаточно больших усилий. Однако эта работа крайне важна, поскольку в разы облегчает и ускоряет последующий запуск рекламных кампаний.

Для нового инвестиционного портала Челябинской области, каналами привлечения могут быть:

- поисковые системы Яндекс и Google;
- реферальная партнерская программа по привлечению инвесторов.

Список примерных ключевых фраз для продвижения в поисковых системах представлен в приложениях (ПРИЛОЖЕНИЯ В, Г).

Семантическое ядро из ключевых фраз составляется для каждой из стадий принятия решения инвестора, учитывая поисковые запросы.

Разработка и использование реферальных партнерских программ по привлечению инвесторов даст дополнительный, высококачественный и

мотивированный трафик, который легче и с большим процентом конверсии можно конвертировать сначала в лидов, а затем в инвесторов.

Условия реферальной партнерской программы могут быть примерно такими: Регион готов платить 500 руб. за каждого лида. Время жизни cookies – 0,5 года. Время холда – 30 дней. Геотаргетинг: РФ, Европа, США.

Среди запрещенного вида трафика: Email-рассылки (по согласованию); ClickUnder-реклама; SMS-рассылки; спам-рассылки (мессенжеры); Социальные сети; контекстная реклама; Push-реклама и Cookie-Dropping.

Штрафы за нарушения: в случае нарушения положений о запрете участник исключается из партнерской программы. Выплата партнерского вознаграждения за отчетный период не производится. Регион оставляет за собой право потребовать возврата выплаченных вознаграждений за весь период сотрудничества.

Критерии некачественных заявок:

- отсутствуют контактные данные пользователя;
- мошеннические заявки;

введенные в поля анкеты данные не существуют или не позволяют корректно идентифицировать пользователя.

Этап 7. Внедрение инструментов анализа эффективности сайта.

При планировании целевых действий важно сделать так, чтобы их выполнение можно было отслеживать счетчиками систем веб-аналитики.

Обычно, при создании веб-сайтов этот момент игнорируется. В итоге, сам механизм работает как надо, но оценить эффективность при этом невозможно.

В новый инвестиционный портал Челябинской области необходимо внедрить такие инструменты для оценки посещаемости ресурса и эффективности рекламных усилий, как «Яндекс.Метрика» и «Google Analytics».

Примерная формула создания успешных метрик:

1. Первая страница маршрута – считаются уникальные посетители.
2. Все промежуточные страницы – считаются уникальные посетители, перешедших с предыдущих страниц маршрута.

3. Страница благодарности («Thank You Page») – благодарность за заявку, регистрацию, подписку – считаются посетители, прошедшие весь маршрут.

4. Подсчитывается конверсии на каждой этапе.

5. Подсчитывается стоимость посетителя на каждом этапе.

Что нового должно войти в разрабатываемый инвестиционный портал Челябинской области, чего нет на действующем сегодня портале? Новый инвестиционный портал должен содержать в себе:

1. Продающий контент, ориентированный для всех стадий принятия решений у потенциального инвестора.

2. Биржа инвестиционных проектов.

3. Карта инвестиционных проектов

4. Истории успеха.

5. Участвовать в реферальных партнерских программах.

6. Адаптация под различные мобильные устройства на базе iOS и Android.

Разберем более подробно каждый из перечисленных пунктов:

1. Продающий контент, ориентированный для всех стадий принятия решений у потенциального инвестора.

К продающему контенту относятся: продающий текст и продающая графика.

Продающий текст – это рекламный текст с коммерческим предложением, основная задача которого донести до читателя информацию о том или ином товаре, или услуге, а также мотивировать его сделать покупку.

Продающий текст может включать в себя фото и видео материалы, слайд-шоу презентации и аудиозаписи. Комбинирование форматов позволяет воздействовать на максимальное количество людей в нужной целевой аудитории.

Прежде всего, рекламный текст должен помочь читателю осознать, что он нуждается в рекламируемом товаре или услуге. Самый простой и распространенный способ сделать это – описать проблему и тут же предложить ее решение. Также в тексте обязательно должны быть описаны не только преимущества рекламируемого товара или услуги, но и те выгоды, которые клиент может получить от их покупки.

Основная часть продающего текста – это уникальное торговое предложение. Как правило, уникальное торговое предложение состоит из краткого перечисления выгодных условий, подарков и бонусов, которые сулит сделка.

Рекламный текст должен быть написан на понятном для клиента языке и побуждать к действию – предлагать купить товар или заказать услугу, причем сделать это прямо сейчас, не откладывая.

Подготовка продающего контента – не простая задача. Вряд ли с ней сможет справиться рядовой сотрудник обычной веб-студии. За такими услугами необходимо обращаться в специализированные фирмы. На рынке существует множество фирм, со штатом профессиональных копирайтеров, которые предлагают услуги по подготовке продающего контента. Написания статей и подбор необходимой графики, для нового портала, лучше доверить им.

1. Биржа инвестиционных проектов – это электронная платформа, ориентированная на поиск инвесторов и предназначенная для презентации проектов, требующих привлечения инвестиций. Разместив свои проекты на бирже, инициаторы получают возможность сообщить о них потенциальным инвесторам и, тем самым, привлечь новых партнеров для их реализации.

В сети Интернет есть подобные биржи. На них размещены множество проектов, требующих инвестиций и обещающих определенные выгоды. Без всякого сомнения, на этих же биржах, есть и инвесторы, желающие вложить свои деньги в какой-нибудь стоящий проект. И все вроде бы выглядит хорошо, не хорошо только то, что результата нет и хороших кейсов катастрофически мало.

Обычно такие проблемы возникают по двум причинам:

– во-первых, подавляющее большинство тех, кто ищет инвестиции, бизнеса ни разу не создавали – не имеют опыта зарабатывания денег;

– во-вторых, сами инвесторы ищут такие проекты, которых, в реализованном виде, еще нет – что-то новое, уникальное, инновационное. Они готовы вкладывать свои деньги в людей, которые денег еще ни разу не заработали, в надежде, что те вдруг как-то магическим образом «выстрелят».

В предлагаемой бирже инвестиционных проектов эту ситуацию необходимо изменить. Нужна совершенно другая методология. Необходимо понимать, что для того, чтобы получился инвестиционный проект, нужно чтобы человек, как минимум, имел опыт зарабатывания денег, чтобы он мог ответить, зачем ему нужны деньги, то есть показать свою финансовую модель, показать, что он уже «окупаем», уже в прибыли (уже зарабатывает деньги). И только после этого он сможет подать инвестиционную заявку, чтобы ответить на вопрос инвестору, что будет с теми деньгами, которые он инвестирует и во сколько раз эти деньги приумножаться.

Для реализации идеи с биржей инвестиционных проектов, потребуется отдел скоринга, который будет заниматься отбором и размещением на площадке, инвестиционных проектов.

2. Карта инвестиционных проектов. У инвестиционного портала Калужской области есть, и замечательно реализована, карта «Инвестиционная карта Калужской области».

Инвестиционная карта калужской области позволяет комплексно оценить инвестиционный потенциал региона, посмотреть на развитие окружающей инфраструктуры, ознакомиться с конкурентными преимуществами региона и найти нужные контакты.

Новому инвестиционному portalу Челябинской области также можно разработать подобную инвестиционную карту.

Среди основных возможностей такой карты, могли бы быть: отображение инвестиционных проектов и площадок с окружающей инфраструктурой; подробная информация о выбранном инвестиционном проекте; поиск инвестиционных проектов; возможность оценки географического положения объектов инвестиций и в целом региона; опыт успешных инвестиционных проектов на территории региона; план развития инфраструктуры; достопримечательности; интерактивные презентации региона.

3. Истории успеха – раздел кейсов успешных инвестиционных проектов. Как правила, отзывы, кейсы и прочие истории успеха увеличивают конверсию в 2 раза.

Успешные кейсы повышают уровень доверия посетителей. При их составлении, необходимо написать все сомнения, которые могут возникнуть у потенциального инвестора и закрыть каждое из них кейсом или положительным отзывом.

Каждый отзыв должен быть с фамилией и именем, фотографией, номером телефона, адресом электронной почты, городом и названием компании.

4. Участвовать в реферальных партнерских программах.

Реферал – это участник партнерской программы, приглашенный другим участником партнерской программы.

Реферальная программа – это программа, в которой человек пригласивший реферала, может получать денежные вознаграждения за конкретное его действие.

Особенностью партнерской программы является организация сотрудничества между веб-мастерами и новым инвестиционным порталом в рамках проекта по привлечению инвесторов. При этом оплата идет в формате PPA (pay-per-action), другими словами, веб-мастер получает оплату исключительно за конкретные действия пользователя на инвестиционном портале.

5. Адаптация под различные мобильные устройства.

Все больше и больше людей предпочитают выходить в сеть через современные мобильные устройства. Чтобы веб-ресурс корректно работал на этих устройствах, необходимо целенаправленное создание или адаптация веб-сайта под смартфоны.

Необходимо создать удобный инвестиционный портал, чтобы инвестор без труда должен находить интересующую его информацию с любого смартфона.

Количество абонентов сотовой связи, использующих мобильный интернет-доступ со смартфонов, выросло в России в 2015г. на 88%, до 22,5 млн. Прогнозируется ежегодное увеличение роста в среднем на 60% в год [106].

Адаптация веб-ресурса под мобильные устройства – не совсем сложная и не очень затратная, но эффективная и достаточно дальновидная процедура.

3.2 Организационные ресурсы привлечения инвестиций как бизнес-процесс

Предлагаемые, в рамках совершенствования организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион, отдел по привлечению инвестиций и инвестиционный портал Челябинской области, – это целый бизнес-процесс, способный с максимальной эффективностью привлекать инвесторов в регион.

Под понятием «бизнес-процесс» понимается регулярно повторяющаяся последовательность взаимосвязанных мероприятий (операций, процедур, действий), при выполнении которых используются ресурсы внешней среды, создается ценность для потребителя и выдается результат, соответствующий поставленным задачам.

Представим в виде схемы комплекс процессов, составляющих бизнес-процесс, (рисунок 20)

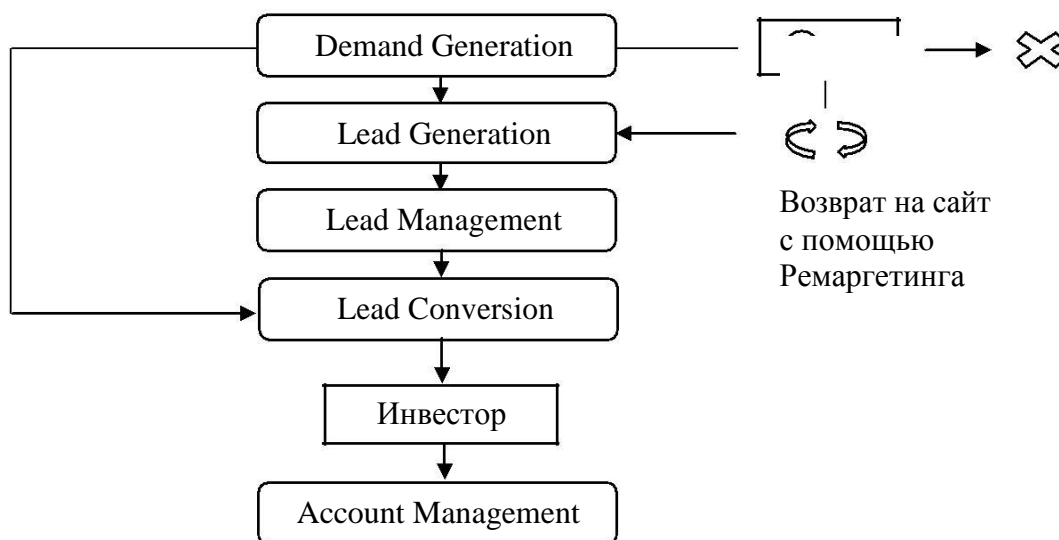


Рисунок 20 – Бизнес-процесс инвестиционного портала

1. Demand Generation – Генерация спроса – любая деятельность ведущая к привлечению целевых посетителей на Landing pages («страница посадки», на которую попадает интернет пользователь из разных источников). Любая

деятельность по продвижению, как правило, вкладывается в понятие «Demand Generation».

2. Lead Generation – Генерация лида (лидогенерация) – это маркетинговая стратегия, направленная на генерацию целевого действия от посетителя, которое в потенциале может быть, в краткосрочной, среднесрочной или долгосрочной перспективах, коммерчески значимым. Такими целевыми действиями, применимыми для инвестиционного портала, могут быть «звонок», «заполнение контактной информации» или «заявка с сайта».

3. Lead Conversion – Конвертация лида – это процесс преобразования потенциальных клиентов (в данном случае инвесторов) в реальные.

В инвестиционной деятельности процесс принятия решения не только долгий, но еще и очень сложный, поэтому этот этап (Lead Conversion), сам по себе не происходит быстро. Для ускорения «Lead Conversion», существует специальный процесс – «Lead Management».

4. Lead Management – это процесс работы с потенциально заинтересованными посетителями (с лидами), который необходим для построения более эффективных продаж (в данном случае для заключения сделок).

Для инвестиционного портала, на первом этапе развития, «Lead Management» – это «Social media marketing» (продвижение в социальных медиа), «телемаркетинг» (стратегия наиболее эффективного приема и обработки звонков-заявок по заданному сценарию с целью назначить с потенциальным инвестором встречу) и «Email marketing» (процесс распространения писем с маркетинговой информацией посредством электронной почты, но только с согласия получателей).

5. Account Management – это процесс взаимодействия с текущими клиентами.

Реакция на покупку – этап процесса принятия решения о покупке, на котором потребитель предпринимает дальнейшие действия после заключения сделки, основываясь на чувстве удовлетворенности или неудовлетворенности.

Работа с инвесторами не заканчивается в тот момент, когда они заключают сделку по инвестированию того или иного проекта. После сделки он может испытывать либо чувство удовлетворения, либо неудовлетворения.

Какое из этих чувств будет испытывать инвестор определяется соотношением между его ожиданиями и тем, как он воспринимает результат сделки.

Если сделка не оправдывает ожиданий, то инвестор не удовлетворен, если соответствует им – удовлетворен, если результаты сделки превосходят ожидания, то инвестор останется доволен. Чем больше расхождение между ожиданиями и фактическим результатом, тем сильнее разочарование. Зная об этой особенности восприятия, на этапе предоставления информации о преимуществах предлагаемых услуг необходимо немного преуменьшить достоинства. Таким образом, после совершения сделки, инвестора ждет приятный сюрприз, о котором он расскажет своим знакомым, что в свою очередь, послужит хорошей рекламой и повышению позитивного имиджа региона.

Почему необходимо уделять так много внимания удовлетворения потребителя? Потому что необходимо ориентироваться на две группы инвесторов: новых и старых. Привлечь нового гораздо труднее, чем удержать старого. Известно, что удовлетворенный клиент рассказывает об удачной сделке минимум трем знакомым, а неудовлетворенный расскажет о неудачном опыте уже минимум одиннадцати знакомым. Поэтому для поддержания необходимого уровня спроса необходимо уделять особое внимание удовлетворенности инвесторов. Для этого следует исследовать причины неудовлетворенности потребителей и своевременно их устранять.

Внимание к потребителю во всех отношениях, понимание всех оттенков его желаний и настроений – основной принцип бизнеса, работающего на перспективу. Подобное внимание к потребителям оборачивается повторными заказами, прорастанием круга постоянных клиентов и наилучшей формой рекламы – рекламы из уст в уста, от одних потребителей к другим. Платить за такую рекламу уже никому не нужно. Все это применимо и к привлечению инвесторов.

Таким образом, на выходе получается целый бизнес-процесс, включающий в себя: веб-сайт, готовый к захвату контактных данных посетителей на всех этапах принятия решения о сотрудничестве; стабильный поток целевых посетителей; прозрачную, управляемую и масштабируемую систему интернет-маркетинга.

3.3 Эффективность рекомендаций по совершенствованию процесса управления инвестиционной привлекательностью экономического пространства

Экономическая эффективность – это соотношение полезного результата и затрат факторов производственного процесса. Для количественного определения экономической эффективности используется показатель эффективности, также это результативность экономической системы, выражающаяся в отношении полезных конечных результатов её функционирования к затраченным ресурсам. Складывается как интегральный показатель эффективности на разных уровнях экономической системы и является итоговой характеристикой функционирования национальной экономики и получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов. Для этого нужно постоянно соотносить выгоды (блага) и затраты. Рациональное поведение заключается в том, что производитель и потребитель благ стремятся к наивысшей эффективности и для этого максимизируют выгоды и минимизируют затраты.

Обычно, для измерения эффективности используются такие показатели, как производительность труда, рентабельность, прибыльность, окупаемость.

Для государственной сферы необходимы специальные критерии соответствия затрат и результатов деятельности государства требованиям общества.

В сфере государственного управления используется понятие бюджетной эффективности. Бюджетная эффективность – относительный показатель эффекта для бюджета в результате осуществления государственной функции, реализации программы, инвестиционного проекта, определяемый как отношение полученного бюджетом результата к затратам, обеспечившим его получение.

Эффективность проекта оценивается с целью определения привлекательности проекта для возможных участников и поисков источников финансирования.

На реализацию предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион, согласно диаграмме Ганта, потребуется 27 недель (ПРИЛОЖЕНИЕ Е).

Каждый этап реализации предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион, сопровождается определенными бюджетными тратами – оттоком бюджетных средств.

Необходимо точно определить те издержки (отток), которые понесет бюджет Челябинской области, при внедрении предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион.

Для начал рассмотрим единовременные затраты на реализацию предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций.

Единовременные затраты – это затраты одноразового характера, необходимые для достижения какой-либо конкретной цели.

Планируемые единовременные затраты на запуск предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион представлены в таблице 7.

Таблица 7 – Планируемые единовременные затраты

Статья затрат	Затраты, руб.
Техническое оснащение рабочего помещения, в том числе:	455 332
– покупка офисной мебели	174 652
– покупка офисной техники	271 200
– покупка канцелярии	9 480
Затраты на создание веб-сайта	3 000 000
Прочие затраты	100 000
Итого единовременные затраты	3 555 332

Согласно таблице 7 планируемые единовременные затраты на запуск предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион составляют 3 555 332 руб.

Также необходимо определить и уровень переменных затрат, связанных с поддержанием функционирования, предложенных в рамках совершенствования организационных ресурсов, инвестиционного портала Челябинской области и отдела по привлечению инвестиций.

Переменные затраты – это затраты, величина которых зависит от объема выпуска продукции. Противопоставляются постоянным затратам, с которыми в сумме составляют общие затраты. Основным признаком, по которому можно определить, являются ли затраты переменными, является их исчезновение при остановке производства.

Планируемые переменные затраты на поддержание предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион представлены в таблице 8.

Таблица 8 – Планируемые переменные затраты

Статья затрат	Затраты, руб.
Расходные материалы	16 400
Затраты на электроэнергию	11 800
Премии персонала	100 000
Прочие затраты	25 000
Общие переменные затраты	153 200

Источник: составлено автором

Согласно таблице 8 планируемые затраты переменные на поддержание инвестиционного портала Челябинской области и отдела по привлечению инвестиций, составляют 153 200 руб.

Также необходимо определить и планируемый уровень постоянных затрат.

Постоянные затраты — это затраты, которые не меняются с изменением объема производства. Они связаны с постоянными издержками в каждый период времени, то есть зависят не от объема производства, а от времени.

Планируемые постоянные затраты на поддержание предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в Челябинскую область, представлены в таблице 9.

Таблица 9 – Планируемые постоянные затраты

Статья затрат	Затраты, руб.
Заработная плата основного персонала	250 000
Аренда помещения (48,5 кв.м.) *	37 400
Амортизация	5 420
Расходы на поисковое продвижение веб-сайта	92 171
Заработная плата вспомогательного персонала	15 000
Прочие затраты	25 000
Общие постоянные затраты	424 991

* в соответствии с СанПиН 2.2.2/2.4.1340-03 требованием к помещениям для работы с ПЭВМ является площадь, которая должна составлять на одно рабочее место минимум 4,5 кв.м.

Согласно таблице 9 планируемые постоянные затраты, связанные с поддержанием функционирования, предложенных в рамках совершенствования организационных ресурсов, инвестиционного портала Челябинской области и отдела по привлечению инвестиций, составляют 424 991 руб.

Общие затраты (валовые издержки) – экономическая категория, являющая собой необходимые издержки для производства продукции, оказания услуг, выполнения работ, состоящая из суммы переменных и постоянных затрат. Общие затраты на поддержание, предложенных в рамках совершенствования организационных ресурсов, инвестиционного портала Челябинской области и отдела по привлечению инвестиций, представлены в таблице 10. Таблица 10 – Планируемые общие затраты

Статья затрат	Затраты, руб.
Общие (текущие) затраты, в том числе:	578 191
– затраты переменные	153 200
– затраты постоянные	424 991

Источник: составлено автором

Согласно таблице 10 общие затраты, связанные с поддержанием функционирования, предложенных в рамках совершенствования организационных ресурсов, инвестиционного портала Челябинской области и отдела по привлечению инвестиций, составляют 578 191 руб.

Путем сложения общих и единовременных затрат, получаем необходимую для реализации, предложенных в рамках совершенствования организационных ресурсов, инвестиционного портала Челябинской области и отдела по привлечению инвестиций, сумму $578\,191 + 3\,555\,332 = 4\,133\,523$ руб.

Основным показателем, который позволяет контролировать изменения в работе с клиентами, приходящими из интернета, является конверсия.

В общенаучном смысле конверсия – это изменение, превращение, преобразование чего-либо. Этот термин широко используется в химии, физике, экономике, медицине.

В интернет-маркетинге конверсия – это отношение числа посетителей, которые совершили некое целевое действие на веб-сайте, к общему количеству посетителей данного ресурса. Целевые действия могут ставиться разные: от простой регистрации на веб-сайте до покупки предлагаемого продукта. В нашем случае, целевое действие – подача заявки на участие в инвестиционном проекте или «звонок с веб-сайта» посетителя, заинтересованного в участии в инвестиционном проекте.

Обычно уровень конверсии рассчитывается в процентах.

По экспертным оценкам, в российском сегменте сети Интернет, средний процент конверсии, для среднестатистического продающего веб-сайта, в зависимости от занимаемой ниши, составляет от 2% до 10% [15]. Это общие данные, основанные на продажах относительно недорогих товаров и услуг. В данном случае речь идет о достаточно крупных суммах. Справедливо было бы предположить, что это значительно снизит процент конверсии. Исходя из этого, для прогнозирования будущих доходов, возьмем 1% конверсии.

В интернет-маркетинге существует множество методов увеличения процента конверсии, но они не будут включены в расчеты, для сохранения высокого уровня перспектив развития предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион.

Для того чтобы прогнозировать будущее количество привлеченных инвесторов, необходимо знать число лидов и процент конвертации лида в

инвестора. Для того чтобы прогнозировать будущее количество лидов, необходимо знать число уникальных целевых посетителей и процент конвертации посетителей в лидов.

Чтобы узнать будущее число уникальных целевых посетителей, необходимо знать число людей, совершающих релевантные запросы в поисковых системах и процент их конвертации. Для того, чтобы узнать количество людей, который желают инвестировать свои средства, необходимо составить семантическое ядро и с помощью сервисов Wordstat.Яндекс и, например, Wizard.Sape выявить количество запросов по каждой из ключевых фраз (ПРИЛОЖЕНИЯ Б, В).

Опираясь на результаты прогноза бюджета кампаний по поисковому продвижению (ПРИЛОЖЕНИЯ Б, В) и учитывая средний показатель кликабельности (2,5%), можно предположить, что ежемесячный трафик, от поисковой системы Яндекса, составит $639\,141 \times 0,025 = 15\,679$ уникальных целевых посетителей из России и $560\,615 \times 0,025 = 14\,015$ уникальных целевых посетителей из стран СНГ, Европы, Азии и Америки. Итого $15\,679 + 14\,015 = 29\,694$ уникальных целевых посетителя в месяц от поисковой системы Яндекс. Но инвестиционный портал Челябинской области будет продвигаться не только в поисковой системе Яндекс – он также будет оптимизирован и под поисковую систему Google.

На ноябрь 2016 года, доля поисковых систем, в русскоязычном сегменте сети Интернет, такая: Яндекс – 61,6%; Google – 26,3%; прочие поисковые системы – 9,9%. Учитывая этот факт, можно рассчитать примерное количество посетителей от поисковой системы Google: $((29\,694/61,6) \times 100) \times 0,263 = 12\,678$ уникальных целевых посетителя.

Путем сложения трафика от двух самых популярных, в русскоязычном сегменте сети Интернет, поисковых систем, получим $12\,678 + 29\,694 = 42\,372$ уникальных целевых посетителя в месяц.

Таким образом, общее ежемесячное число привлеченных в рамках предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов

привлечения инвестиций в регион, уникальных целевых посетителей, у инвестиционного портала Челябинской области будет 42 372.

Учитывая 1%-ю конверсию, 42 372 уникальных целевых посетителя конвертируются в 423,72 потенциальных инвесторов в месяц.

Средняя конверсия грамотно выстроенной системы приема и обработки входящих звонков и заявок, находится в пределах от 7% до 21%, в зависимости от вида деятельности [105]. Для снижения риска ошибочного расчета, при прогнозировании будет применяться еще ниже процент конверсии – 1%.

Таким образом, конвертируя общее число потенциальных инвесторов, мы получим $423,72 \times 0,01 = 4,2372$ реальных инвесторов в месяц.

Как правило, многие виды бизнеса имеет свою сезонность. Например, у строительной отрасли, в зимний период, под влиянием климатических условий, темпы строительства значительно замедляются. Логично было бы ожидать некую сезонность и в инвестиционной деятельности – сезонный спад интереса к предлагаемым инвестиционным проектам, но изучение истории показов поисковой выдачи, по основным ключевым фразам, говорит об обратном (ПРИЛОЖЕНИЕ Г). Из приложения мы видим, во-первых, что интерес к инвестициям не зависит от времени года, а во-вторых, с каждым годом число заинтересованных в инвестировании своих средств, стабильно растет.

Исходя из этого, можно сделать вывод, что прогнозируемая число инвесторов не будет уменьшаться в зависимости от времени года, поэтому умножим привлеченных инвесторов на количество месяцев в году и получим:

$4,2372 \times 12 = 51$ привлеченного в рамках предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов, отделом по привлечению инвестиций, через инвестиционный портал Челябинской области, инвестора в год.

Для того, чтобы представить примерную сумму привлеченных инвестиций, сначала рассчитаем средний объем привлеченных инвестиций (без учета государственных и муниципальных) в основной капитал, за 12 прошедших лет, затем определим среднее число привлеченных, за 6 прошедших лет инвесторов, а

после разделим среднегодовой объем инвестиций на среднегодовое число привлекаемых инвесторов.

Таким образом, опираясь на опыт прошлых лет, мы сумеем определить среднюю сумму инвестиций в основной капитал от одного инвестора. Обозначим объемы привлеченных инвестиций по годам в таблице 11. Таблица 11 – Инвестиции в основной капитал по годам

Год	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Сумма, млрд.руб.	14,6	56,9	69,7	99,2	107,6	192,8	211	229,1	212,8

Источник: по данным Федеральной службы государственной статистики

Сложив все перечисленные в таблице 11 суммы инвестиций и разделив их на количество представленных в ней лет, мы получим среднегодовой объем привлекаемых инвестиций, равный 210,5 млрд. руб.

Теперь необходимо выявить среднегодовое число привлекаемых инвесторов. Для этого составим таблицу 12, в которой обозначим число привлеченных инвесторов по годам.

Таблица 12 – Число привлеченных инвесторов по годам

Год	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Количество инвесторов	116	147	247	262	289	268

Источник: составлено автором

Сложив всех перечисленные инвесторов и разделив их на количество представленных в ней лет, мы получим среднегодовое число привлеченных инвесторов, которое равно 278. Теперь разделим среднегодовой объем инвестиций на среднегодовое число привлеченных инвесторов и получим средний объем инвестиций на одного привлеченного инвестора: $210\,500 \text{ млн. руб.} : 278 = 757 \text{ млн. руб.}$ Умножим эту сумму на количество привлеченных, в рамках предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов, отделом по привлечению инвестиций с помощью инвестиционного портала Челябинской области, инвесторов $757 \text{ млн. руб.} \times 51 = 38\,607 \text{ млн.руб.}$

Таким образом, ожидаемая годовая сумма инвестиций, привлеченных в рамках предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов, равна

38 607 млн руб. – это 18,14% от суммы привлеченных инвестиций за 2015 год.

Денежные потоки в виде прогнозируемых затрат и привлеченных инвестиций представлены в таблице 13.

Таблица 13 – Денежный поток

Период	Статья затрат	Денежный отток, руб.	Денежный приток, руб.	Сальдо млн руб.
1 месяц	- создание веб-сайта - прочие затраты	850 000	0	-0,85
2 месяц	- создание веб-сайта	750 000	0	-0,75
3 месяц	- создание веб-сайта - поисковое продвижение веб-сайта	842 171	0	-0,84
4 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	842 171	0	-0,84
5 месяц	- поисковое продвижение веб-сайта - аренда помещения - техническое оснащение помещения	357 237	0	-0,36
6 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	357 237	0	-0,36
7 месяц	- поисковое продвижение веб-сайта - аренда помещения	141 371	0	-0,14
8 месяц	- те же, что и в предыдущем месяце - заработная плата персонала - электроэнергия - расходные материалы - амортизация - прочие расходы	489 991	0	-0,48
9 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	489 991	0	-0,48
10 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	489 991	0	-0,48
11 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	489 991	0	-0,48
12 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	489 991	0	-0,48
13 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	489 991	0	-0,48
14 месяц	- те же, что и в предыдущем месяце - премии персонала	589 991	3 217 250 000	3 216,66
15 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
16 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
17 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
18 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
19 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
20 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
21 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
22 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
23 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
24 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
25 месяц	те же, что и в предыдущем месяце	589 991	3 217 250 000	3 216,66
Итого		14 160 025	38 607 000 000	38 592,84

Источник: составлено автором

Диаграммы финансовых потоков прогнозируемых затрат и привлеченных инвестиций представлены ниже (рисунки 21, 22).

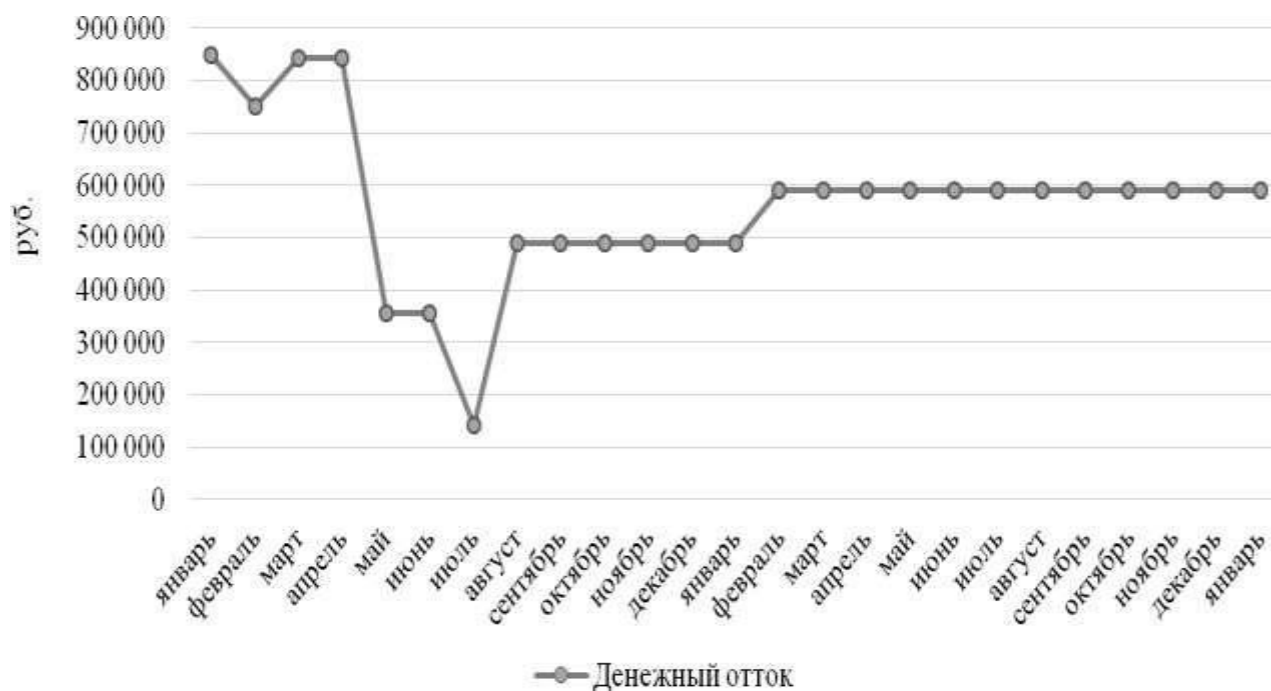


Рисунок 21 – Диаграмма денежных оттоков

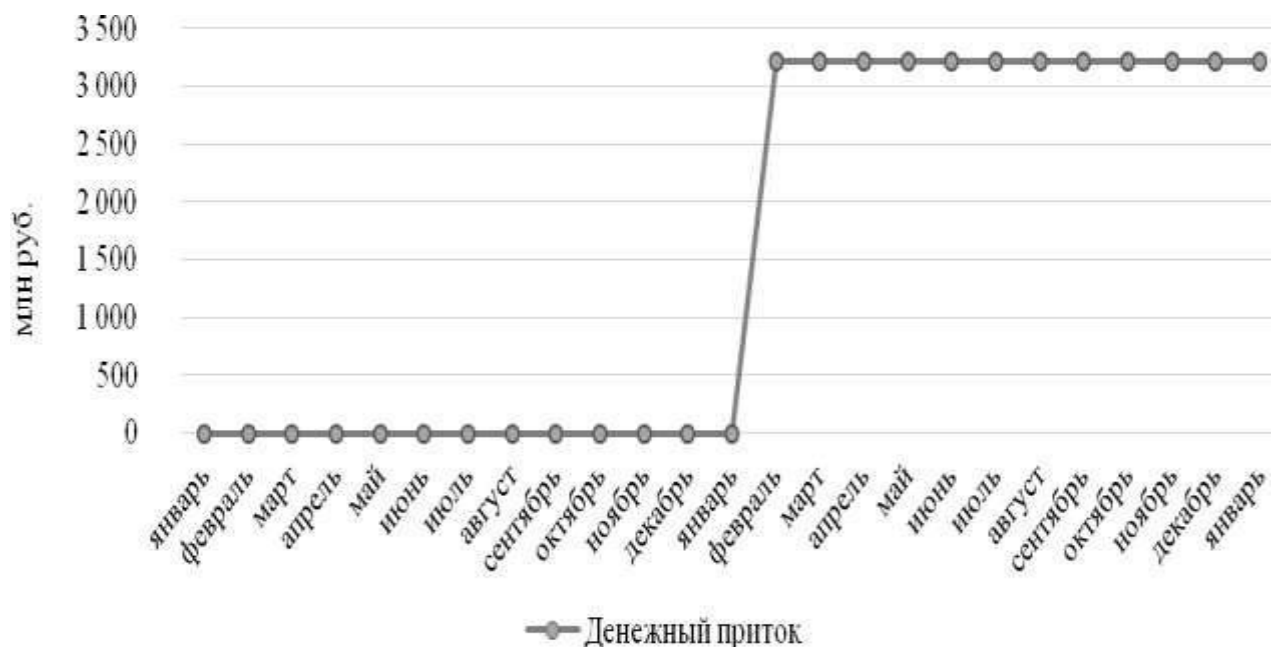


Рисунок 22 – Диаграмма денежных притоков

Таким образом, в результате внедрения предложенных мер по совершенствованию организационных ресурсов привлечения инвестиций в Челябинскую область, ожидаемый среднегодовой объем привлеченных инвестиций составит 38 607 млн руб. – это 18,14% от суммы привлеченных инвестиций за 2015 год и 18,34% от среднегодовой суммы привлеченных инвестиций.

Для реализации предложенных мер, согласно таблице 12, потребуется 14 160 025 руб. и, согласно диаграмме Ганта (ПРИЛОЖЕНИЕ Д), 25 месяцев работы по внедрению предложенных мер.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В ходе решения поставленных задач были получены следующие выводы и результаты.

Инвестиции являются неотъемлемой частью современной экономики и занимают важное место в развитии регионов и страны в целом.

Под инвестициями следует понимать денежные средства, ценные бумаги, иное имущество, в том числе имущественные и иные права, имеющие денежную оценку, вкладываемые в объекты предпринимательской и иной деятельности в целях получения прибыли и достижения иного полезного эффекта.

Понятие «инвестиции» тесно связано с понятием «инвестиционная деятельность», которое характеризуется как инвестирование и совокупность практических действий по реализации данных инвестиций в целях получения прибыли и достижения иного полезного эффекта. Также тесно связанным понятием является «инвестиционная привлекательность», характеризующая совокупность критериев гарантированности и привлекательности вложений, побуждающих инвестора относиться с предпочтением к вложению капитала в регион, отрасль либо в производство.

Классифицировать инвестиции можно по срокам вложений; объектам инвестиционной деятельности; формам собственности; сферам экономики; источникам финансирования; территориальной направленности; отраслевой направленности; характеру участия в инвестиционном процессе; возможности участия в управлении. Основными видами являются реальные и финансовые инвестиций, по срокам вложений подразделяются на краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные, а по формам собственности бывают государственные, частные, иностранные и смешанные.

Существует множество методик оценки инвестиционной привлекательности: на основе разного рода рейтингов, интегрального показателя надежности, при помощи агрегированного показателя, с использованием экономических и рискованных компонентов, на основе территориальных факторов и отраслевых

условий развития региона. Основными факторами, влияющими на инвестиционную привлекательность регионов и муниципальных образований как экономического пространства являются экономические, географические, институциональные, а также развитость инфраструктуры и открытость региона, региональная экономическая политика.

По результатам проведенного SWOT-анализа можно сделать вывод, что в Челябинской области и городе Челябинске существует достаточно благоприятных факторов, улучшающих уровень инвестиционной привлекательности региона. Среди них и удачное географическое расположение, и развитая транспортная инфраструктура, природные ресурсы, наличие квалифицированной рабочей силы, наличие крупных товаропроизводителей и много другое, что может привлечь потенциальных инвесторов. Также, у области широкие возможности для развития системы привлечения инвестиций в регион. Но есть и слабые стороны, которые могут отпугнуть потенциальных инвесторов. В число слабых сторон входит: негативный экологический имидж региона, недостаточное развитие сферы услуг, жесткая ценовая политика естественных монополий при технологическом присоединении объектов и так далее. Существуют и внешние угрозы развития инвестиционной привлекательности региона. К ним можно отнести экспансия импортных товаров на внутреннем рынке области, связанную с вступлением России во Всемирную торговую организацию, ухудшение внешнеэкономической конъюнктуры, снижение деловой активности наших партнеров из стран европейского союза, вследствие экономического кризиса, невысокие международные инвестиционные рейтинги Российской Федерации в целом и многое другое.

Исходя из анализа показателей функционирования и развития города Челябинска и Челябинской области необходимо управлять их инвестиционной привлекательностью в двух плоскостях: социально-экономической и организационной.

Социально-экономический потенциал города Челябинска является достаточным для устойчивого роста, но существуют угрозы, которые могут

препятствовать его реализации. Требуется разработка концепции для эффективного обеспечения социально-экономического развития города с целью использования сильных сторон внутренней среды города.

Правительству Челябинской области и Администрации города Челябинск необходимо проработать Инвестиционную стратегию с учетом следующих моментов:

1. Анализ показателей социальной сферы показал, что есть проблемы обеспечения развития образования, науки, здравоохранения, социальной защиты населения, уровня благосостояния населения Челябинска.

2. Ситуация в развитии инфраструктуры Челябинска характеризуется тем, что в течение длительного времени основное внимание уделялось новому строительству, а реконструкция зданий и сооружений, проведение текущих ремонтно-строительных работ осуществлялись при низком уровне контроля со стороны администрации города.

3. В условиях низкой рентабельности, неэффективности и недостаточной производительности капитала в инженерно-социальной инфраструктуре города используются дорогостоящие экономические механизмы, способствующие постоянному росту затрат на содержание этой сферы.

4. В функционировании инженерно-социальной инфраструктуры города в направлении всестороннего развития экономических инструментов института общественно-частного партнерства, эффективного муниципального менеджмента и поддержки малого предпринимательства в сфере услуг.

5. Существует реальная опасность, что партнерские отношения между публичной властью и хозяйствующими субъектами могут неправильно использоваться для реализации исключительно частных интересов предпринимателей и чиновников.

6. Неблагоприятные экологические условия отрицательно влияют на привлекательность области и города.

Также необходимо использовать инновационный тип развития территории, максимально облегчая налоговое бремя и одновременно привлекая максимальное количество инвесторов в экономическое пространство.

Анализ и оценка ресурсов привлечения инвестиций в Челябинскую область позволил выявить как положительные моменты для стимулирования и привлечения потенциальных инвесторов – это предоставление льгот по налогообложению (по налогу на имущество организаций и налогу на прибыль), предоставление льготных условий по пользованию земельными участками, находящимися в государственной собственности Челябинской области с возможностью последующего выкупа, а также предоставление субсидий сельскохозяйственным товаропроизводителям, гарантий и поручительств Челябинской области, так и слабые места, в частности, не уделяется должного внимания привлечению новых инвесторов в регион по средством сети Интернет, а сам инвестиционный портал Челябинской области не соответствует современным, как техническим, так и маркетинговым требованиям.

Для преодоления выявленных проблем в сфере организационных ресурсов привлечения инвестиций в регион, Правительству Челябинской области было предложено: организовать на базе Агентства инвестиционного развития Челябинской области, отдел по привлечению инвестиций и создать новый единый инвестиционный портал Челябинской области. Эффект от предложенных мер составит около 18,34% от среднегодовой суммы привлеченных инвестиций.

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК

- 1 Конституция Российской Федерации // Рос. газета. – 2009. – № 7. – 21 янв.
- 2 Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 26.01.1996г. № 14-ФЗ // Собрание законодательства РФ. – 1996. – № 5. – 29 янв.
- 3 Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998г. № 145-ФЗ // Рос. газета. – 1998. – № 153-154. – 12 авг.
- 4 О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений»: Федеральный закон от 02.01.2000г. № 22-ФЗ // Рос. газета. – 2000. – №6. – 11 янв.
- 5 Об инвестиционной деятельности в Российской Федерации, осуществляемой в форме капитальных вложений: Федеральный закон от 25.02.1999г. № 39-ФЗ // Рос. газета. – 1999. – №41–42. – 4 мар.
- 6 Об иностранных инвестициях в Российской Федерации: Федеральный закон от 09.07.1999г. № 160-ФЗ // Рос. газета. – 1999. – №134. – 14 июл.
- 7 Конвенция о защите прав инвесторов от 28.03.1997г. // Вестник ВАС РФ. – 1997. – № 8.
- 8 О Правительственной комиссии по инвестиционным проектам, имеющим общегосударственное, региональное и межрегиональное значение: Постановление Правительства РФ от 23.11.2005г. № 695 // Собрание законодательства РФ. – 2005. – № 48. – 28 ноя.
- 9 Об утверждении Методики расчета показателей и применения критериев эффективности инвестиционных проектов, претендующих на получение государственной поддержки за счет средств Инвестиционного фонда Российской Федерации: Приказ Минрегиона РФ от 30.10.2009г. № 493 // Рос. газета. – 2010. – №18. – 29 янв.
- 10 О бюджетной политике в 2014-2016 годах: Бюджетное послание Президента РФ Федеральному собранию от 13.06.2013 // Солидарность. – 2013. – № 23. – 26 июн.

11 Об утверждении Положения об Инвестиционном паспорте города Челябинска: Постановление Администрации города Челябинска от 09.01.2013г. №1-П. – Официальный сайт Администрации города Челябинска. – <http://cheladmin.ru>.

12 О стимулировании инвестиционной деятельности в Челябинской области: Закон Челябинской области от 28.08.2003г. №175-ЗО.– Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

13 О снижении налоговой ставки налога на прибыль организаций для отдельных категорий налогоплательщиков: Закон Челябинской области от 28.11.2016г. №453-ЗО. – Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

14 О Порядке формирования перечня приоритетных инвестиционных проектов Челябинской области: Постановление Правительства Челябинской области от 28.09.2011г. №332-П. – Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

15 О предоставлении государственных гарантий Челябинской области: Закон Челябинской области от 28.08.2008г. №297-ЗО. – Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

16 О Порядке проведения конкурсного отбора инвестиционных проектов субъектов инвестиционной деятельности, претендующих на получение государственных гарантий Челябинской области: Постановление Правительства Челябинской области от 15.06.2011г. №177-П. – Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

17 О Комиссии по инвестициям: Постановление Правительства Челябинской области от 24.06.2013г. №60-П. – Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

18 О составе Совета при Губернаторе Челябинской области по улучшению инвестиционного климата: Распоряжение Губернатора Челябинской области от 14.10.2016г. №1070-р. – Агентство инвестиционного развития. – <http://investregion74.ru>

- 19 Абалкин, Л. Судьба России: связь времен: учебник / Л. Абалкин. – М.: Институт экономики РАН, 2010. – 268 с.
- 20 Абчук, В.А. Менеджмент: учебник / В.А. Абчук. – СПб.: Союз, 2012. – 463 с.
- 21 Авдашева, С. Промышленное и конкурентная политика: проблемы взаимодействия и уроки для России / С. Авдашева, А. Шаститко // Вопросы экономики. – 2009. – № 9. – С. 11-13.
- 22 Агафонов, В.А. Инновационная стратегия развития региона / В.А. Агафонов // ЭНСР. – 2009. – №3. – С. 25-29.
- 23 Айзенберг, Б. Добавьте в корзину. Ключевые принципы повышения конверсии: учебное пособие / Б.Айзенберг, Дж.Айзенберг. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2015. – 370 с.
- 24 Аксенова, Н. Государственное регулирование иностранных инвестиций / Н. Аксенова // Проблемы теории и практики управления. – 2010. – №9. – С.85-93.
- 25 Алексеев, В.Н. Финансовая инфраструктура России. Проблемы развития в условиях глобализации: монография / В.Н. Алексеев. – М.: Дашков и К, 2013. – 220 с.
- 26 Барабанов, А. Оценка конкурентоспособности региона / А. Баранов // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №3. – С. 69-81.
- 27 Бард, В.С. Инвестиционный потенциал российской экономики: учебник / В.С. Бард, С.Н. Безулуков. – М.: Экзамен, 2015. – 320 с.
- 28 Блинов, А. Инновационно-технологическое развитие экономики России: современные задачи / А. Блинов // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – № 1. – С. 20-26.
- 29 Богданов, И. Я. Экономическая безопасность России: теория и практика: учебник / И. Я. Богданов. – М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2012. – 352 с.
- 30 Бочаров, В.В. Инвестиции: учебник для вузов. 2-е изд. / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер Пресс, 2014. – 384 с.

31 Бочаров, В.В. Инвестиции: инвестиционный портфель. Источники финансирования. Выбор стратегии: учебник / В.В. Бочаров. – СПб.: Питер Пресс, 2014. – 286 с.

32 Вадель, О.А. Управление эффективностью инвестиционного проекта в концепции инвестиционного проекта в концепции стоимостного подхода / О.А. Вадель // Менеджмент в России и за рубежом. – 2011. – № 6. – С. 35-42.

33 Валинурова, Л.С. Управление инвестиционной деятельностью: учебник для ВУЗов / Л.С. Валинурова, О.Б. Казакова. – М.: КноРус, 2012. – 384 с.

34 Василенко, И.А. Имидж России. Концепция национального и территориального брендинга: учебник / И.А. Василенко, В.Н. Ляпоров, А.Н. Люлько. – М.: Экономика, 2012. – 222 с.

35 Вершинина, А.А. Прямые иностранные инвестиции и особенности их привлечения в экономику страны и региона / А.А. Вершинина // Экономика, статистика и информатика. – 2011. – № 3. – С. 23-29.

36 Вечканов, Г.С. Экономическая безопасность: учебник / Г.С. Вечканов. – СПб.: Вектор, 2016. – 374 с.

37 Воронина, Н.В. Особенности инвестиционного климата России на современном этапе / Н.В. Воронина // Финансы и кредит. – 2010. – № 4. – С. 31.

38 Глушкова, В.Г. Федеральные округа России. Региональная экономика: учебное пособие / В.Г. Глушкова, Ю.А. Симагина – М.: КноРус, 2014. – 360 с.

39 Гришина, И. Оценка эффективности использования региональных конкурентных преимуществ для привлечения частных инвестиций / И. Гришина // Инвестиции в России. – 2008. – №5. – С. 3-12.

40 Гуськова, Н.Д. Инвестиционный менеджмент: учебник / Н.Д. Гуськова, И.Н. Краковская, Ю.Ю. Слушкина. – М.: КноРус, 2014. – 451 с.

41 Давыдова, Л.В. Формирование стратегии развития инвестиционного потенциала региона на основе оценки инвестиционных процессов / Л.В. Давыдова, С. В. Ильминская // Региональная экономика: теория и практика. – 2009. – №1 (40). – С. 27-32.

42 Дасковский, В. Совершенствование оценки эффективности инвестиций / В. Дасковский, В. Киселев // Экономист. – 2009. – № 1. – С. 42-57.

43 Дегтярев, А. Инвестиционный потенциал муниципальных образований: неформальное взаимодействие власти и бизнеса / А. Дегтярев // Общество и экономика. – 2011. – № 2. – С. 141-156.

44 Добровольский, В.П. Инвестиционный потенциал российской экономики и точки роста / В.П. Добровольский // Деньги и кредит. – 2010. – № 9. – С. 30-36.

45 Зинина, Л. Промышленные предприятия региона: перспективы инновационного развития / Л. Зинина, Л. Понетайкина // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №1. – С. 66-74.

46 Зубченко, Л.А. Иностранные инвестиции: учебное пособие / Л.А. Зубченко. – М.: Книгодел, 2014. – 160 с.

47 Ивашова, С. Комплексная застройка в крупных городах: кластерная модель управления / С. Ивашова // Проблемы теории и практики управления. – 2011. – №4. – С. 60-65.

48 Игошин, Н.В. Инвестиции. Организация, управление, финансирование: учебник / Н.В. Игошин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. – 447 с.

49 Инвестиции: учебник / С. В. Валдайцев, П. В. Воробьёв, В. В. Иванов; под ред. В. В. Ковалёва. – М.: Проспект, 2014. – 584 с.

50 Инвестиции: учебник / А.Ю. Андрианов и др.; отв. ред.: В.В. Ковалёв, В.В. Иванов, В.А. Ляпин. – 2 е изд., перераб. и доп. – М.: Проспект, 2008. – 376 с.

51 Инвестиции: учебное пособие / под ред. М.В. Чиненова. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: КноРус, 20012. – 248 с.

52 Инвестиции: системный анализ и управление: учебник / под ред. К.В. Балдина. – 4-е изд. испр. – М.: Дашков, 2012. – 288 с.

53 Исмаилов, В. Инвестиционные перспективы иностранного бизнеса в России / В. Исмаилов // Банковское дело. – 2008. – № 3. – С. 66-71.

54 Климович, М. Управление инвестиционными процессами в субъекте РФ: учебник / М. Климович. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 267 с.

55 Котлер, Ф. Привлечение инвесторов. Маркетинговый подход к поиску источников финансирования: учебник / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, Д. Янг. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 194 с.

56 Крутиков, В.К. Инновационная активность региона и иностранный капитал: монография / В.К. Крутиков, Е.В. Ерохина, Ю.В. Зайцев. – Калуга: ЗАО Типография Флагман, 2012. – 198 с.

57 Крутиков, В.К. Иностранные инвестиции: учебно-методическое пособие / В.К. Крутиков, А.Н. Сухарев, О.В. Федорова. – Калуга: Эйдос, 2008. – 147 с.

58 Крутиков, В.К. Малое предпринимательство и социально-экономический рост: Анализ отечественного и зарубежного опыта монография / В.К. Крутиков, В.В. Легостов. – М.: Ноосфера, 2009. – 466 с.

59 Крутиков, В.К. Предпринимательство и трансформации общества: Анализ отечественного и зарубежного опыта: монография / В.К. Крутиков, С.В. Смолянский. – М.: Ноосфера, 2005. – 169 с.

60 Крутиков, В.К. Формирование современной инвестиционной политики регионов / В.К. Крутиков, Д.В. Доценко // Материалы международной научно-практической конференции Омские торгово-экономические чтения. – 2008.

61 Кузнецов, Б.Т. Инвестиции: учебное пособие для вузов по направлению подгот. «Экономика» / Б.Т. Кузнецов. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014. – 624 с.

62 Кукукина, И.Г. Экономическая оценка инвестиций: учебное пособие / И.Г. Кукукина, Т.Б. Малкова. – М.: КноРус, 2013. – 200 с.

63 Курнышев, В.В. Региональная экономика. Основы теории и методы исследования: учебное пособие / В.В. Курнышев, В.Г. Глушкова. – М.: КноРус, 2014. – 272 с.

64 Литвина, Н.И. Мировые инвестиции. Региональные тенденции / Н.И. Литвина // АльмаМатер. – 2011. – № 1. – С. 67-74.

65 Малинецкий, Г. Российская сборка / Г. Малинецкий // Бизнес-журнал. – 2010. – №9. – С. 15.

66 Малых, Н.И. Инвестиции: учебное пособие / Н.И. Малых, И.Ю. Ткаченко. – М.: Академия, 2015. – 240 с.

67 Малыш, М.Н. Экономические основы управления инвестициями в объекты недвижимости: учебное пособие / М.Н. Малыш, Н.Б. Суховольская. – М.: Проспект Науки, 2009. – 260 с.

68 Мариев, О.С. Факторы привлечения прямых иностранных инвестиций в российские регионы / О.С. Мариев, Д.В. Нестерова // Экономика региона. – 2011. – №4. – С. 57-70.

69 Мешков, В. Государственные институты развития и диверсификации / В. Мешков // Экономист. – 2011 – №1. – С. 42-54.

70 Мишин, Ю.В. Инвестиции: учебное пособие / Ю.В. Мишин. – М.: КноРус, 2012. – 371 с.

71 Некрасова, И.В. Инвестиции: учебное пособие / И.В. Некрасова, В.А. Алешин, А.И. Зотова. – М.: Феникс, 2014. – 310 с.

72 Нефедова, А.Ю. Факторы инвестиционной привлекательности регионов России: учебник / А.Ю. Нефедова. – М.: БИФ КемГ, 2015. – 172 с.

73 Николаев, М.А. Инвестиционная деятельность: учебное пособие / М.А. Николаев. – М.: Финансы и Статистика, 2009. – 336 с.

74 Новикова, М. Коррупция против инноваций / М. Новикова // Всемирный экономический форум, доклад «Глобальная конкурентоспособность», Экономика и жизнь. – 2010. – №42. – С. 3.

75 Пестова, А.А. О стимулировании притока прямых иностранных инвестиций в российскую экономику с целью повышения «качества» экономического роста / А. А. Пестова, И. О. Сухарева, О. Г. Солнцев // Проблемы прогнозирования. – 2011. – №1. – С.136-154.

76 Подшиваленко, Г.П. Иностранные инвестиции: учебное пособие / Г.П. Подшиваленко. – М.: КноРус, 2014. – 118 с.

77 Полтерович, В. Без шоковых рецептов / В. Полтерович // Эксперт. – 2011. – №43. – С. 15-20.

78 Попов, В.Е. Инвестиции в инфраструктуру и экономический рост: региональный аспект / В.Е. Попов // Региональная экономика. – 2009. – № 1. – С. 59-69.

- 79 Потёмкин, В.В. Работа по привлечению инвестиций в экономику области / В. В. Потёмкин // Губерния (Калуга). – 2007. – №2. – С. 6-11.
- 80 Ройзман, И. Динамика инвестиционной привлекательности и инвестиционной конкурентоспособности российских регионов в среднесрочной перспективе / И. Ройзман, Т. Бондарева. – 2008. – № 9 (164). – С. 3-13.
- 81 Саак, А.Э. Инвестиционная политика муниципального образования: учебное пособие / А.Э. Саак, О.А. Колчина. – СПб.: Питер, 2010. – 336 с.
- 82 Семенов, Н.Н. Повышение привлекательности инвестиционного климата – ключевое условие развития промышленного комплекса / Н.Н. Семенов // Финансы и кредит. – 2007. – №2 (242). – С. 18-22.
- 83 Смаглюкова, Т.М. Методика комплексной оценки инвестиционной привлекательности регионов с учетом их отраслевой специализации / Т.М. Смаглюкова // Проблемы современной экономики. – 2009. – №3(23). – С. 15.
- 84 Смаглюкова, Т.М. Методы оценки инвестиционной привлекательности российских регионов: учебник / Т.М. Смаглюкова. – Смоленск: СИБП, 2008. – 63 с.
- 85 Смелов, А.Н. Вопросы повышения инвестиционной активности / А. Смелов // Финансы. – 2008. – № 8. – С. 73-75.
- 86 Федонина, Е.В. Инвестиционный потенциал России: направления развития / Е.В. Федонина // Микроэкономика. – 2011. – № 6. – С. 71-74.
- 87 Филиппова, И.А. Инвестиционная деятельность и тенденции ее развития в условиях современной России / И.А. Филиппова // Нац. интересы: приоритеты и безопасность. – 2011. – № 4. – С. 10-15.
- 88 Финансы и инвестиции: учебник / под ред. Ю.Ф. Касимова. – М.: Анкил, 2014. – 242 с.
- 89 Френкель, А. Иностраные инвестиции в России: основные тенденции / А. Френкель // Проблемы теории и практики управления. – 2008. – № 9. – С. 76-90.
- 90 Фролова, И.В. Инвестиционный потенциал региона: разработка системы оценок / И.В. Фролова // Региональная экономика. – 2009. – № 16. – С. 26-34.

- 91 Хазанович, Э.С. Инвестиции: учебное пособие / Э.С. Хазанович. – М.: КноРус, 2013. – 320 с.
- 92 Хазанович, Э.С. Иностранные инвестиции: учебное пособие / Э.С. Хазанович. – 2-е изд. – М.: КноРус, 2014. – 320 с.
- 93 Ходасевич, С.Г. Частно-государственное партнерство как инструмент привлечения инвестиций / С. Г. Ходасевич // Финансы и кредит. – 2009. – № 33 (201). – С. 21-25.
- 94 Чапек, В.Н. Инвестиции: учебное пособие / В.Н. Чапек, А.Х. Попова, М.К. Атаев, Ю.Т. Елоев. – М.: Феникс, 2009. – 157 с.
- 95 Чечурина, М.Н. Управление инновациями XXI века / Чечурина М.Н. // Менеджмент в России и за рубежом. – 2010. – №5. – С. 3-9.
- 96 Шарп, У. Инвестиции: учебник / У. Шарп, Г. Александер, Дж. Бэйли. – М.: ИнфраМ, 2012. – 1028 с.
- 97 Шаститко, А. Инвестиционный имидж России / А. Шаститко, Е. Яковлева // Мировая экономика и международные отношения. – 2010. – № 9. – С. 25-31.
- 98 Юдаева, К. Стратегия – 2050: справится ли Россия с вызовами глобализации? / К. Юдаева, Е. Ясин // Вопросы экономики. – 2008. – № 5. – С. 4-21.
- 99 Якушев, А.О. О некоторых финансово-правовых проблемах стимулирования инвестиционной деятельности в регионах / А.О. Якушев // Налоги и налогообложение. – 2008. – № 9. – С. 53-59
- 100 Янковский, К.П. Инвестиции: учебное пособие / К.П. Янковский. – СПб.: Питер, 2016. – 368 с.
- 101 Яшин, С.Н. Показатели комплексной сравнительной оценки потенциала региона в рамках мониторинга экономической безопасности / С.Н. Яшин, Е.Н. Пузов // Финансы и кредит. – 2009. – № 5. – С. 39-45.
- 102 Владимир Путин отметил опыт Челябинской области в привлечении инвесторов и создании новых рабочих мест. – <http://mega-u.ru/node/30460>.
- 103 Голева, О.И. Понятие экономического пространства в исследовании финансовой инфраструктуры региона // Современные наукоемкие технологии. –

2008. – № 1. – С. 102-103 URL: <https://www.top-technologies.ru/ru/article/view?id=23097> (дата обращения: 12.01.2017).

104 Агентство инвестиционного развития Челябинской области. – <http://ru.investregion74.ru/>

105 Инвестиционная привлекательность Челябинской области. – <http://www.fimip.ru/project/1290>.

106 Инвестиционная привлекательность Челябинской области. – <http://pravmin74.ru/chelyabinskaya-oblast/investoram>.

107 Инвестиционные проекты Челябинской области (УФО) на Бирже Инвестиционных Проектов. – <http://www.inproex.ru/passport/66>.

108 Инвестиционная стратегия Челябинской области до 2020 года. – <http://www.econom-helreg.ru/files/Obsuzhdenie%20investitsionnoy%20strategiii31i01i2013.pdf>.

109 Общие сведения и географическое положение Челябинской области. – http://oblinvest74.ru/chelreg_00.

110 Путин провёл заседание Консультативного совета по иностранным инвестициям. – <http://www.putin-itogi.ru/2011/10/17/v-v-putin-provyol-zasedanie-konsultativnogo-soveta-po-inostrannym-investiciyam/>.

111 Путин отметил работу властей Челябинской области по привлечению в регион инвесторов. – <http://www.1obl.ru/news/politika/putin-otmetil-rabotu-vlastey-chelyabinskoy-oblasti-po-privlecheniyu-v-region-investorov/>.

112 Рейтинг качества инвестиционных порталов субъектов РФ на март 2015 года: взрывной рост без содержания. – <http://raexpert.ru/researches/regions/investportal>.

113 Телемаркетинг. – <http://infotrainer.ru/telemarketing/>.

114 Через пять лет пользоваться мобильным интернетом будут 5 млрд человек. – <http://www.facenews.ua/news/2011/39714/>.

115 Число пользователей мобильного Интернета. – <http://www.comnews.ru/node/69856>.

ПРИЛОЖЕНИЕ А

Основные социально-экономические показатели Челябинской области

Таблица А.1 – Основные показатели социально-экономического развития Челябинской области за 2015 год

Показатели	Единица измерения	2015 г.	В % к 2014 г.	Декабрь 2015 г.	
				декабрю 2014 г.	ноябрю 2015 г.
Индекс промышленного производства	%	х	98,0	93,0	112,7
Инвестиции в основной капитал	млн. рублей	212 793,0	81,9	-	-
Ввод в действие жилых домов	тыс. кв. м	1 709,5	85,4	44,5	в 2,2 р.б.
Объем работ, выполненных по виду деятельности «Строительство»	млн. рублей	80 410,2	91,7	112,6	107,6
Оборот розничной торговли	млн. рублей	513 078,4	82,7	69,3	120,4
Объем платных услуг населению	млн. рублей	134 366,9	95,8	96,0	105,8
Индекс цен производителей промышленных товаров	%	х	118,8	110,5	99,3
Экспорт	млн. долл.	3 329,1	80,0	-	-
Импорт	млн. долл.	988,3	60,1	-	-

ПРИЛОЖЕНИЕ Б

Бюджет кампании по поисковому продвижению проекта (выдача по России)

Таблица Б.1 – Прогноз бюджета кампании по поисковому продвижению

Ключевая фраза	Количество показов в месяц* (прогноз)	Примерный бюджет, руб.
инвестиции	346 555	18 128
инвестиционные проекты	91 989	7 098
инвестиционная компания	41 479	8 696
иностранные инвестиции	34 144	4 289
инвестиции в России	15 371	2 633
эффективность инвестиций	12 103	423
инвестиционная стратегия	9 389	2 759
частные инвесторы	8 271	2 257
привлечение инвестиций	7 540	1 411
инвестиции в проекты	5 846	451
инвестиции в строительство	5 842	1 975
вложение инвестиций	5 090	752
инвестиции в бизнес	4 504	3 527
инвесторы для бизнеса	4 219	3 637
бизнес партнерство	3 938	1 332
поиск инвесторов	3 135	813
частные инвестиции	3 101	1 956
государственная инвестиционная деятельность	3 072	150
инвестиционная привлекательность региона	2 898	1 693
рентабельность инвестиций	2 812	1 956
закон об инвестиционной деятельности	2 799	282
бюджетные инвестиции	2 661	1 053
инвесторы в строительство	2 489	282
инвестирование в строительство	2 419	508
инвестиционные проекты области	2 361	376
срок окупаемости инвестиций	2 249	677
объекты инвестирования	2 040	423
инвестирование в недвижимость	1 804	3 245
инвестиционный портал Челябинской области	1 253	226
инвестиции в сельское хозяйство	1 192	602
земельные участки в челябинской области	951	1 185
предлагаю инвестиции	936	705
ищу инвестора для бизнеса	888	3 057

Окончание таблицы Б.1

Ключевая фраза	Количество показов в месяц* (прогноз)	Примерный бюджет, руб.
экономическое развитие челябинской области	823	226
инвестирование в бизнес	717	677
министерство экономического развития челябинской области	557	345
показатели инвестиционной деятельности	481	376
поиск инвестиций	375	1 016
критерии отбора инвестиционных проектов	191	376
задачи инвестиционной стратегии	184	376
основные показатели инвестиционной деятельности	98	150
каталог инвестиционных проектов	93	423
инвестиционная привлекательность Челябинской области	91	150
строительные компании челябинской области	64	226
инвестиционная политика Челябинской области	53	150
инвестиционная деятельность Челябинской области	42	150
инвестиционный климат Челябинской области	32	150
Итого	639 141	83 348

Источник: составлено автором на основе информации системы автоматического поискового продвижения Wizard.Sape.

* Число показов указано по данным за ноябрь 2016 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ В

Бюджет кампании по поисковому продвижению проекта (выдача в США и Европе)

Таблица В.1 – Прогноз бюджета кампании по поисковому продвижению

Ключевая фраза	Количество показов в месяц* (прогноз)	Примерный бюджет, руб.
инвестиции	346 555	2 592
инвестиционные проекты	91 989	288
иностраннные инвестиции	34 144	3 386
инвестиции в России	15 371	38
эффективность инвестиций	12 103	56
частные инвесторы	8 271	196
инвестиции в проекты	5 846	38
инвестиции в строительство	5 842	71
вложение инвестиций	5 090	38
инвестиции в бизнес	4 504	183
инвесторы для бизнеса	4 219	166
бизнес партнерство	3 938	79
поиск инвесторов	3 135	47
частные инвестиции	3 101	60
закон об инвестиционной деятельности	2 799	226
инвестирование в строительство	2 419	68
срок окупаемости инвестиций	2 249	282
объекты инвестирования	2 040	42
инвестирование в недвижимость	1 804	42
инвестиционная политика Челябинской области	1 259	150
инвестиции в сельское хозяйство	1 192	451
ищу инвестора для бизнеса	888	113
инвестирование в бизнес	717	42
показатели инвестиционной деятельности	481	38
поиск инвестиций	375	51
критерии отбора инвестиционных проектов	191	38
каталог инвестиционных проектов	93	42
Итого	560 615	8 823

Источник: составлено автором на основе информации системы автоматического поискового продвижения Wizard.Sape.

* Число показов указано по данным за ноябрь 2016 г.

ПРИЛОЖЕНИЕ Г

История показов по ключевым фразам

Таблица Г.1 – История показов по ключевым фразам

Источник: составлено автором по данным истории запросов сервиса данных Wordstat.Яндекс

Период	Количество показов по ключевым фразам		
	инвесторы для бизнеса	бизнес партнерство	частные инвесторы
01.10.2013 - 31.10.2013	3 277	2 714	6 309
01.11.2013 - 30.11.2013	3 691	3 166	6 557
01.12.2013 - 31.12.2013	3 953	3 245	6 934
01.01.2014 - 31.01.2014	4 203	3 313	6 122
01.02.2014 - 29.02.2014	4 085	3 529	6 745
01.03.2014 - 31.03.2014	5 089	3 963	8 728
01.04.2014 - 30.04.2014	4 301	3 162	7 551
01.05.2014 - 31.05.2014	4 025	3 459	7 656
01.06.2014 - 30.06.2014	3 290	2 707	6 861
01.07.2014 - 31.07.2014	2 828	2 793	7 459
01.08.2014 - 31.08.2014	3 523	2 466	7 453
01.09.2014 - 30.09.2014	3 593	2 859	8 124
01.10.2014 - 31.10.2014	5 180	3 681	9 727
01.11.2014 - 30.11.2014	5 534	3 427	9 190
01.12.2014 - 31.12.2014	4 707	3 425	9 732
01.01.2015 - 31.01.2015	5 751	4 016	10 848
01.02.2015 - 28.02.2015	5 275	3 733	11 352
01.03.2015 - 31.03.2015	6 394	4 354	12 033
01.04.2015 - 30.04.2015	5 656	3 956	11 946
01.05.2015 - 31.05.2015	5 415	4 119	11 035
01.06.2015 - 30.06.2015	4 658	4 588	9 911
01.07.2015 - 31.07.2015	5 273	4 489	11 706
01.08.2015 - 31.08.2015	4 687	4 342	11 629
01.09.2015 - 30.09.2015	4 962	4 842	12 169

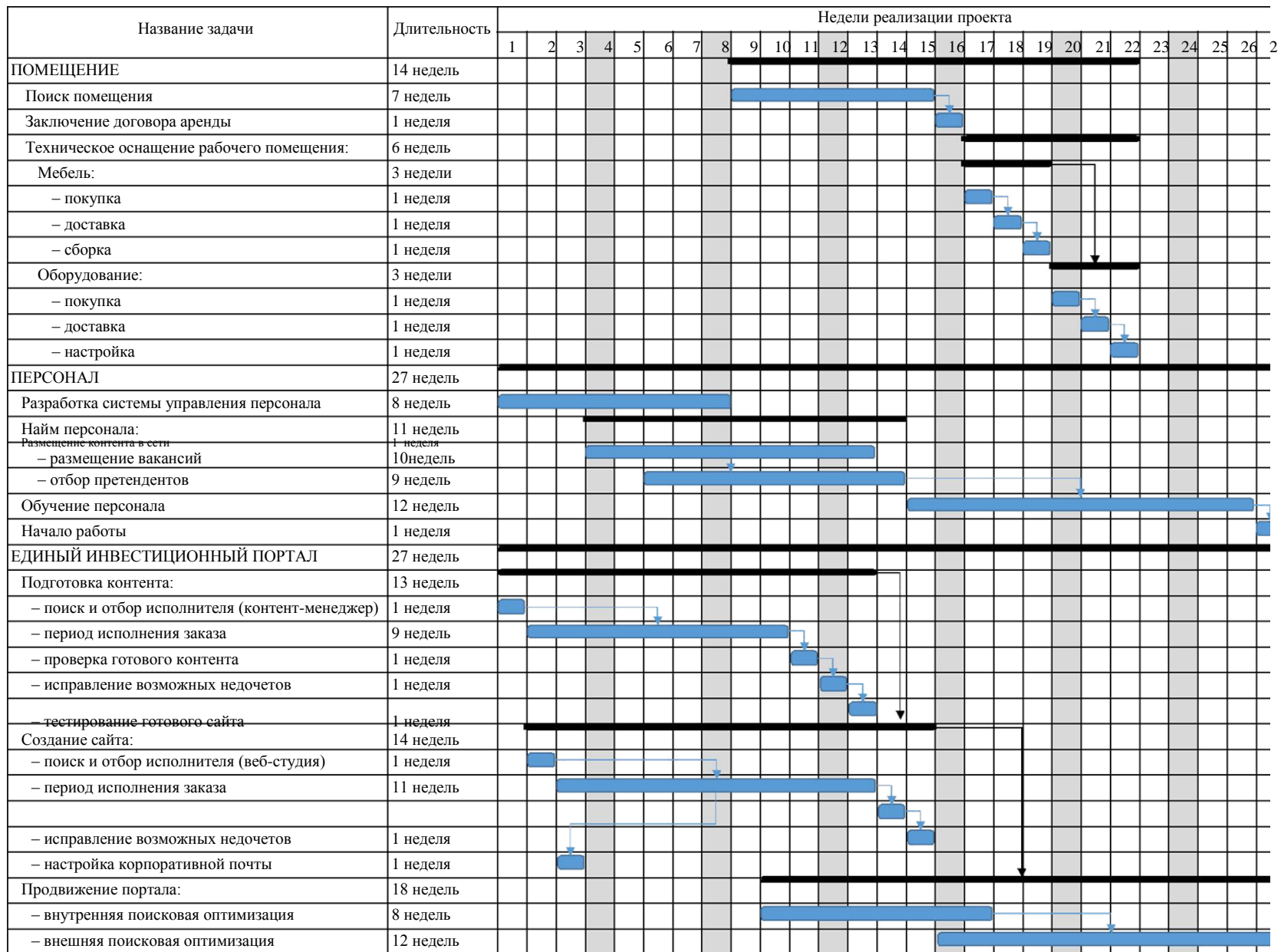


Рисунок Д.1 – Диаграмма Ганта. График реализации проекта

3 2 1

И И И И

