

КОРПОРАЦИИ РАЗВИТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ¹

В статье дана характеристика одного из ключевых институтов инвестиционной политики – агентства по привлечению инвестиций, выполнен анализ выполняемых им функций. Показано, что наличие данного института статистически значимо влияет на количество проектов с участием иностранных инвесторов в регионах России.

Постановка проблемы. Иностранный капитал играет важную роль в развитии экономики принимающей страны. Это обусловлено множеством причин. Иностранные инвестиции способствуют росту объемов выпуска продукции посредством создания новых и реконструкции действующих предприятий. Однако этот рост может иметь замещающий характер, поскольку зарубежные производители могут вытеснять местных, препятствовать становлению молодых отраслей в экономике принимающей страны, например, скупая перспективных местных конкурентов. Иностранные инвестиции, даже прямые, увеличивают волатильность национальной валюты. Репатриация прибыли в страну базирования головной компании, особенно в периоды нестабильности, может приводить к резкому ослаблению национальной валюты.

Иностранные компании должны обладать существенными конкурентными преимуществами, чтобы прибыльно функционировать на рынке региона присутствия. Прежде всего сюда относятся управленческие и маркетинговые ноу-хау, технологические знания. Для развивающихся стран (и Россия не исключение) можно выделить такие параметры, как доступ к дешевому и долгосрочному капиталу, зарубежным рынкам сбыта, репутационный фактор, поддержка правительств стран происхождения инвесторов. Это позволяет зарубежным инвесторам в отдельных случаях не рассматривать совершенствование продукции как ключевой фактор успеха, ограничиваться созданием незначительной добавленной стоимости, сборочными операциями, не уделять внимания локализации производства, развитию сети поставщиков, адаптации продукта к требованиям местного рынка, а используя рыночную власть, даже вытеснять местные фирмы в менее технологичные рыночные ниши [1].

Безусловно, приход иностранных инвесторов обостряет конкуренцию на рынке. Демонстрационный эффект более совершенной иностранной продукции побуждает местные фирмы осуществлять инновационные проекты, соответственно направлять средства на обучение персонала, обновление основных средств, проведение маркетинговых исследований, налаживание связей с НИИ и университетами. Иностранные компании могут становиться «якорными инвесторами» для инфраструктурных проектов (технопарков, промышленных парков), тем самым повышая их рентабельность. Формируя местный рынок, иностранные инвесторы соответственно позволяют поставщикам реализовать эффект масштаба, тем самым снижая средние издержки и запуская процесс развития рынка. Однако для реализации этих положительных эффектов требуется улучшение инвестиционного климата, разработка стратегии развития региона, управленческие усилия региональных властей по поиску инвесторов [2; 3]. В условиях ужесточающейся конкуренции за инвестиции в мире на-

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта Президента России молодым ученым-кандидатам наук МК-3935.2014.6 «Влияние прямых иностранных инвестиций на инновационную активность в экономике региона».

сущным становится создание института, основной задачей которого является привлечение иностранного капитала, обеспечение благоприятных условий для деятельности иностранных инвесторов в регионе. Для России это является актуальной задачей в связи с недоинвестированием большинства субъектов РФ². Санкции и девальвация дают шанс на импортозамещение, однако его использование требует проработанной инвестиционной политики и квалифицированных исполнителей.

В настоящей статье рассмотрена деятельность агентств по привлечению инвестиций, осуществлена оценка их влияния на приток иностранных инвесторов в регионы России.

Агентство по привлечению инвестиций как элемент инвестиционной инфраструктуры. Агентство по привлечению иностранных инвестиций (далее – АПИ) является институтом, осуществляющим распространение информации об инвестиционных возможностях и координирующим процесс отбора и взаимодействия с иностранными инвесторами [5]. В круг задач АПИ, как правило, входит:

- создание привлекательного имиджа территории;
- оказание потенциальному инвестору услуг;
- поиск инвесторов;
- влияние на параметры политики в сфере прямых иностранных инвестиций (ПИИ), разработка предложений, программ развития территории [6].

Формирование привлекательного имиджа направлено на преодоление информационной асимметрии между резидентами территории и потенциальными инвесторами, соответственно на закрепление у представителей целевой аудитории четких представлений о характеристиках территории [7]. Не секрет, что потенциальные инвесторы сталкиваются с трудностями при поиске правдивой информации о регионе, выгоды от которой превышают издержки, связанные с ее получением [8]. Потенциальный инвестор должен четко понимать, что представляет из себя территория, каковы особенности ведения бизнеса, является ли она подходящей по институциональным параметрам. Наличие ресурсов, дешевой рабочей силы, инфраструктуры – все это проверяется в дальнейшем, когда становится понятным главное – ведение бизнеса в данной стране (регионе) является предсказуемым.

Поиск инвесторов и оказание им услуг предусматривают такие мероприятия, как связи, рассылка рекламных материалов, участие в выставках, инвестиционные миссии, выявление потенциальных инвесторов, в том числе посредством взаимодействия с консультационными компаниями, организация встреч с потенциальными местными партнерами, демонстрация инвестиционных площадок, помощь в получении разрешений, подготовке проектов и т. п. При этом у эффективных АПИ работа с инвесторами не заканчивается на начальном этапе инвестирования. Как подчеркивается в [9], максимизация долгосрочных выгод от работы АПИ делает необходимым сопровождение инвестора на всем протяжении реализации инвестиционного проекта. Это особенно актуально для проектов, сопряженных с инвестициями в НИОКР, поскольку они требуют обширной кооперации с местными агентами [10].

Влияние на параметры политики в сфере ПИИ проявляется в том, что АПИ принимает участие в разработке проектов программ развития, например, технопарков, особых экономических зон, программ развития отдельных отраслей, а также мер по стимулированию притока ПИИ: налоговых послаблений, финансовых стимулов, регулятивных послаблений, предоставления субсидий, связанных с инфраструктурой и оказанием соответствующих услуг. В развивающихся странах АПИ, которые направляют большую долю ресурсов на выполнение данной функции, как правило, более эффективны [11].

² Так, в целом по России за 2000-2010 гг. имело место превышение сбережений над инвестициями на уровне 7,54% ВВП [4, с. 86].

В России в большинстве регионов специализированные институты, выполняющие функции АПИ в комплексе, долгое время отсутствовали. Импульс к их созданию был дан Агентством стратегических инициатив. Разработанный им инвестиционный стандарт предусматривает создание корпорации развития (КР) в регионе. Отличие данного института от АПИ состоит в формально более широком наборе выполняемых функций: помимо описанных выше, ключевой задачей КР является разработка предложений по трансформации экономической среды в регионе, по созданию точек роста (например, индустриальных парков) и управлению их деятельностью. Иначе говоря, корпорации развития призваны выполнять стратегические функции в дополнение к оперативному управлению. Российские КР сосредоточены на управлении объектами промышленной инфраструктуры (индустриальными парками) и оказании услуг инвесторам, прежде всего, на прединвестиционной стадии. Передовые КР также принимают участие в проведении административных реформ, направленных на сокращение сроков оказания государственных услуг; осуществляют сопровождение инвесторов во взаимодействии с региональными органами государственной власти; содействуют включению инвестиционных проектов в госпрограммы [12]. Таким образом, оказание услуг инвестору не ограничивается инвестиционной стадией; КР косвенно может содействовать и росту сбыта продукции.

Вместе с тем в работе КР нами отмечены и существенные недостатки. Так, функция продвижения региона выполняется в недостаточной степени, что заметно по сайтам отдельных КР: представленная информация, хотя и продублирована на английском языке, но является слишком общей, нерелевантной, а зачастую и устаревшей. Это относится к статистическим данным, к законодательству, к сведениям о конъюнктуре ключевых для региона отраслей, в том числе на сопредельных территориях. Последнее важно, ведь инвестор реализует проект с прицелом на рынки сбыта не только региона-реципиента, и как показано в [13], деятельность АПИ по снижению рыночной информационной асимметрии рассматривается потенциальными инвесторами как наиболее значимая. Не все КР, вообще, выделяют приоритетные секторы или делают это формально. Между тем таргетирование дает результат: средний уровень ПИИ в целевые секторы в два раза превышает аналогичный показатель для секторов, не являющихся приоритетными в деятельности АПИ [14]. Среди всех просмотренных сайтов информация о стратегии развития корпорации (не просто об инвестиционной или экономической стратегии региона, а именно о стратегии КР с четкой постановкой задач организации) опубликована только на сайте Белгородской области.

Кроме того, по данным исследования, выполненного рейтинговым агентством «Эксперт РА», деятельность региональных корпораций развития по сопровождению инвестиционных проектов (точнее, по их курированию) распространяется только на крупные проекты, средние и мелкие лишены подобных привилегий. При этом, по мнению опрошенных инвесторов, к недостаточно проработанным проблемам привлечения инвестиций относится не столько коррупция, сколько бюрократизация, особенно в аспекте подключения к инфраструктуре [15].

Административные процедуры требуют знания практики ведения бизнеса в России. Конечно, иностранные инвесторы знакомы с этим значительно хуже, им гораздо труднее использовать и социальные связи. Соответственно деятельность АПИ априори в большей степени предназначена именно для них. В ряде исследований показано, что деятельность АПИ в зарубежных странах, в том числе на региональном уровне, приводит к росту ПИИ [5; 16]. Возникает закономерный вопрос: является ли деятельность институтов, стимулирующих приток ПИИ в регионы России, эффективной? А именно: приводит ли наличие АПИ к росту числа проектов с участием иностранного капитала?

Оценка эффективности региональных институтов по стимулированию притока ПИИ. Для проверки гипотезы о том, что регионы Российской Федерации, в которых функционирует АПИ, являются более привлекательными для прямых иностранных инвесторов, чем регионы, в которых институт по привлечению инвестиций де-факто отсутствует, мы осуществили сбор данных о количестве проектов с участием иностранного капитала из неофшорных стран по выборке отраслей и регионов. Конечно, не менее важным было бы собрать сведения о поступивших ПИИ, однако, во-первых, связать инвестиции с деятельностью АПИ не представляется возможным, во-вторых, крупный проект может серьезно исказить результаты. Источником данных являются базы данных FIRA-PRO и Росстата. В дальнейшем был использован критерий Манна-Уитни для сравнения двух выборок: регионов с наличием АПИ и без них. Отсутствие АПИ (КР) не следует понимать буквально: конечно, в регионе есть институты, отвечающие за привлечение инвестиций, как правило, это структурное подразделение в министерстве. Отсутствие АПИ или КР, скорее, говорит о формальном, техническом подходе к привлечению иностранных инвесторов, об отсутствии стратегии, межведомственного подхода, стимулов к оказанию инвесторам услуг в режиме «одного окна» и т.п.

Для исследования были отобраны предприятия с участием иностранного капитала по следующим отраслям ОКВЭД:

- Производство пищевых продуктов, включая напитки (код ОКВЭД 15);
- Производство резиновых и пластмассовых изделий (код ОКВЭД 25);
- Производство прочих неметаллических минеральных продуктов (код ОКВЭД 26);
- Производство готовых металлических изделий (код ОКВЭД 28);
- Производство машин и оборудования (код ОКВЭД 29).

Выбор данных отраслей обусловлен тем, что производство продукции в них не требует наличия редких природных ресурсов или особых климатических условий. Эффект масштаба не очень значим, следовательно, в этих отраслях возможна рентабельная деятельность малых и средних компаний. Кроме того, местные рынки играют значимую роль, следовательно, привлечение иностранных инвестиций в указанные отрасли в значительной степени зависит от региональной политики.

При подборе пар регионов РФ для сравнения первым и самым важным критерием для последующего анализа является наличие или отсутствие в регионе АПИ (корпорации развития). Нами было отобрано девять пар регионов РФ с действующими на сегодняшний день АПИ (корпорациями развития) и соответственно без них. Источником информации о наличии АПИ в регионе являются сайты Российского инвестиционного агентства (www.invest-rf.com) и Инвестиционный портал регионов России (www.investinregions.ru). Период создания институтов: с 2008 по 2013 г. Поскольку региональные институты созданы в разные годы, то в каждой паре регионов рассмотрены фирмы, зарегистрированные в год, следующий после года образования АПИ в одном из регионов пары. Это позволяет соблюсти требование соразмерности периода наблюдения в парах, и в то же время повышается объективность анализа, поскольку снижается влияние краткосрочных колебаний³.

На результаты сопоставления регионов не должны оказывать существенного влияния различия в социально-экономических характеристиках регионов. Поэтому при их отборе нами были учтены следующие параметры:

- географическая близость регионов;
- валовой региональный продукт на душу населения;
- структура ВРП;
- среднегодовая численность занятых в экономике.

³ Мы отказались от идеи рассмотреть только компании, созданные в 2013 г. и позже, по той причине, что их в регионах и отраслях выборки создано всего 28.

По этим критериям отбора регионов были взяты данные Росстата. Критерии использовались таким образом, чтобы пары подбирались с учетом неравномерности развития регионов России. Для соблюдения критерия «географическая близость регионов» были взяты регионы, которые граничат друг с другом. Во всех рассматриваемых нами регионах в структуре ВРП по видам деятельности в 2012 г. обрабатывающие производства занимали первое место, лишь в двух – входили в первую тройку (табл. 1).

Таблица 1

Экономические показатели рассматриваемых регионов

Регион	№ пары регионов	ВРП на душу населения (2012 г.), руб.	Доля обрабатывающей промышленности в ВРП, %	Среднегодовая численность занятых в экономике (2012 г.), тыс. чел.
Ярославская обл.	1	255297	26,7	639,9
Костромская обл.	1	199327	23,9	310,5
Тульская обл.	2	201038	34,1	766,3
Орловская обл.	2	187706	16,7	393,3
Смоленская обл.	3	205875	21,9	490,8
Тверская обл.	3	200010	21,1	580,9
Вологодская обл.	4	297378	36,1	582,3
Новгородская обл.	4	274474	35,8	313,9
Рязанская обл.	5	215619	26,6	501,9
Нижегородская обл.	5	254631	30,3	1703,2
Волгоградская обл.	6	221677	26,6	1252,9
Республика Калмыкия	6	119183	5,0	113,0
Самарская обл.	7	291701,5	25,2	1130,8
Саратовская обл.	7	190850,1	19,9	693,9
Республика Карелия	8	251981,4	12,7	225,4
Архангельская обл.	8	391146,2	11,6	418,7
Омская обл.	9	252493	38,6	944,7
Челябинская обл.	9	242151	35,8	1672,9

Источник: ЕМИСС Росстата.

По уровню доходов пары регионов достаточно сходны: максимальное расхождение наблюдается между Волгоградской областью и Республикой Калмыкия (1,85 раза) и между Самарской и Саратовской областями (полтора раза), в четырех случаях расхождение не превышает 8%. Что касается размера регионов (численности занятых), то здесь равномерность достигнута лишь в отсутствие явного преобладания в одной из категорий: в пяти случаях больше регионы с АПИ, в четырех – без АПИ. Как правило, разница не превышает двух раз. Аномально высокие различия имеют место в парах: Волгоградская область – Республика Калмыкия: в 11 раз и Рязанская – Нижегородская области: в 3,4 раза. Численность занятых в регионах с АПИ составляет 6,5 млн. чел., без АПИ – 6,2. Следовательно, по общему экономическому потенциалу подвыборки вполне сопоставимы.

Еще одним существенным вопросом, который требует разъяснения, является определение принадлежности предприятий к компаниям с участием иностранного капитала. Нами были выбраны следующие формы собственности предприятий по общероссийскому классификатору форм собственности (ОКФС):

- собственность иностранных юридических лиц;
- совместная собственность иностранных юридических лиц;
- совместная российская и иностранная собственность.

Те предприятия, у которых в разделе «собственники» значатся исключительно физические лица, граждане других государств, не рассматривались. Как правило, это небольшие компании, при этом их собственник может обладать двойным гражданством, соответственно быть одновременно и российским гражданином. В качестве объекта исследования взяты только компании, собственники которых являются резидентами неофшорных стран. Причина понятна:

островные государства, а также ряд европейских стран являются участниками офшорного бизнеса. Соответственно выявить реальных собственников невозможно без использования закрытой информации. Офшоры активно используются российскими компаниями для вывода капитала и ввоза его обратно под видом ПИИ, поэтому устранение офшорных источников капитала необходимо для более объективной, точной оценки усилий АПИ. Более подробно методика отбора стран-офшоров описана в работе [17].

Итоговый результат – число отобранных компаний по регионам и видам деятельности – представлен в табл. 2.

Таблица 2

Количество предприятий с иностранными инвестициями в регионах выборки

Регион	Количество компаний в отраслях					Наличие АПИ
	Производство пищевых продуктов, включая напитки (15)	Производство резиновых и пластмассовых изделий (25)	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов (26)	Производство готовых металлических изделий (28)	Производство машин и оборудования (29)	
Ярославская обл.	4	9	1	4	8	+
Костромская обл.	2	1	0	0	1	-
Тульская обл.	6	3	4	6	12	+
Орловская обл.	5	1	4	4	4	-
Смоленская обл.	8	4	5	6	9	+
Тверская обл.	3	8	2	6	3	-
Вологодская обл.	3	2	2	4	11	+
Новгородская обл.	7	0	1	2	4	-
Рязанская обл.	5	2	4	5	8	+
Нижегородская обл.	3	7	12	11	4	-
Волгоградская обл.	6	3	4	4	14	+
Республика Калмыкия	0	0	0	0	0	-
Самарская обл.	9	13	8	2	7	+
Саратовская обл.	7	2	1	2	3	-
Республика Карелия	1	1	4	2	4	+
Архангельская обл.	2	0	0	0	1	-
Омская обл.	2	3	5	2	7	+
Челябинская обл.	3	5	6	5	4	-

Источник: расчеты авторов по данным FIRA-PRO.

Примечание: в Челябинской обл. есть Агентство инвестиционного развития, но поскольку на сайте в разделе «Деятельность» информация отсутствует, мы приняли решение считать, что АПИ в данном регионе нет.

Всего нами было обследовано 372 компании с иностранным (неофшорным!) капиталом. Уже распределение фирм в разрезе отраслей позволяет подтвердить выдвинутую гипотезу. В отрасли по производству пищевой продукции у шести регионов с наличием АПИ компаний с участием иностранного капитала зарегистрировано больше, у трех регионов – наоборот. По остальным отраслям соотношения следующие: резиновых и пластмассовых изделий – 6 и 3, неметаллических минеральных продуктов – 6 и 2 (в одном случае равенство), металлических изделий – 5 и 2 (два равных случая), машиностроении – 9 и 0! Информация об общем количестве проектов с участием иностранного капитала по регионам и отраслям приведена в табл. 3.

Данные табл. 3 показывают, что превышение числа проектов для регионов, имеющих АПИ, наблюдается во всех отраслях. При этом наибольшее превышение достигается в производстве резиновых и пластмассовых изделий, а также машиностроении. Разница в целом по массиву регионов составляет 73,5%. Причиной такого превышения не являются преимущества регионов с наличием АПИ в отраслевом развитии. Так, численность

занятых в машиностроении в 2012 г. была в них выше всего на 21%, в производстве резиновых и пластмассовых изделий – на 33%, в пищевой промышленности – на 12%, а по остальным двум отраслям даже немного ниже. В целом по выборке размер (численность занятых) всех пяти отраслей в регионах с АПИ всего на 9,6% больше.

Таблица 3

Распределение общего числа проектов по отраслям

Показатель	Производство пищевых продуктов, включая напитки (15)	Производство резиновых и пластмассовых изделий (25)	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов (26)	Производство готовых металлических изделий (28)	Производство машин и оборудования (29)	Всего
С наличием АПИ (КР)	44	40	37	35	80	236
Без АПИ (КР)	32	24	26	30	24	136
Общее число проектов	76	64	63	65	104	372

Источник: рассчитано авторами по данным FIRA-PRO.

Для более обоснованной характеристики различий выполнен анализ по имеющимся выборкам с помощью U-критерия Манна-Уитни. Результаты анализа приведены в табл. 4.

Таблица 4

Оценка различий между регионами с наличием и отсутствием АПИ

Параметр	Производство пищевых продуктов, включая напитки (15)	Производство резиновых и пластмассовых изделий (25)	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов (26)	Производство готовых металлических изделий (28)	Производство машин и оборудования (29)	Всего
Сумма рангов у регионов с наличием АПИ	109,0	102,5	102,5	95,0	124,0	109,5
Сумма рангов у регионов с отсутствием АПИ	62,0	68,5	68,5	76,0	47,0	61,5
Значение критерия Манна-Уитни	17,0	23,5	23,5	31,0	2,0	16,5
Асимптотическая значимость критерия Манна-Уитни	0,036	0,130	0,130	0,392	0,001	0,034

Источник: рассчитано авторами по данным FIRA-PRO.

Наличие АПИ положительно и статистически достоверно сказывается на инвестиционной привлекательности пищевой промышленности и машиностроения. В отраслях с кодами ОКВЭД 25 и 26 различия близки к критическим уровням значимости. Мы полагаем, что при большем размере выборки различия стали бы значимыми. Конечно, сопоставления на отраслевом уровне не вполне объективны вследствие малочисленности проектов, однако анализ по совокупности компаний в целом позволяет подтвердить гипотезу о целесообразности создания АПИ в регионе.

Поскольку потенциальное количество пар регионов, соответствующих критериям формирования выборки, очень ограничено, результаты анализа могут быть подвержены

ошибке вследствие сопоставления регионов с критически различающимися параметрами. Так, можно заметить, что сопоставимость Волгоградской области и Республики Калмыкия является спорной. На существенные различия этих регионов по размеру и ВРП на душу населения мы указали выше. В Калмыкии нет ни одного проекта с участием иностранного капитала, но ключевой причиной может быть не ресурсная ограниченность, а коррумпированная практика управления. Соответственно мы выполнили анализ без учета данной пары регионов (табл. 5).

Таблица 5

Оценка различий между регионами с наличием и отсутствием АПИ
(без Волгоградской области и Республики Калмыкия)

Параметр	Производство пищевых продуктов, включая напитки (15)	Производство резиновых и пластмассовых изделий (25)	Производство прочих неметаллических минеральных продуктов (26)	Производство готовых металлических изделий (28)	Производство машин и оборудования (29)	Всего
Сумма рангов у регионов с наличием АПИ	85,00	79,50	79,00	72,50	98,00	84,5
Сумма рангов у регионов с отсутствием АПИ	51,00	56,50	57,00	63,50	38,00	51,5
Значение критерия Манна-Уитни	15,00	20,50	21,00	27,50	2,00	15,5
Асимптотическая значимость критерия Манна-Уитни	0,071	0,223	0,242	0,629	0,001	0,083

Источник: рассчитано авторами по данным FIRA-PRO.

Устранение из анализа наихудшего и одного из лучших регионов по количеству компаний с иностранным капиталом ухудшило, но принципиально не изменило результаты. Различия в пищевой промышленности и по совокупности проектов остались значимыми, правда, на уровне 10%.

* * *

Привлечение иностранных инвестиций в экономику региона является важной составляющей стратегии развития территории. Однако приток ПИИ, во-первых, не является самоцелью, во-вторых, требует мониторинга с тем, чтобы обеспечить долгосрочное положительное влияние иностранного капитала на развитие региональной экономики. Необходимо принимать во внимание параметры, характеризующие потенциальное влияние компаний с иностранными инвестициями на развитие региона: объем совместных НИОКР, наличие партнерских отношений с вузами, количество созданных высокотехнологичных рабочих мест и т.п. [18]. Соответственно необходим комплексный подход к регулированию иностранных инвестиций.

Как показано в проведенном нами исследовании, агентство по привлечению инвестиций является важным элементом инвестиционной среды. Примеры корпораций развития отдельных регионов наглядно подтверждают эффективность данного института. К примеру, в Башкирии, как и в Калужской области, осуществляют мониторинг инвестиционных проектов не только в ручном режиме, но и приступили к автоматизации системы контроля за прохождением инвестици-

онных проектов в системе органов власти [12]. Корпорация развития Ульяновской области оказывает услуги по подготовке документов для получения виз, разрешений на работу, обращения в службы занятости, имеет разрешение на проведение проектировочных работ.

Однако есть и несовершенства в работе отдельных КР. Поэтому хотя анализ показал, что наличие АПИ приводит к статистически достоверному росту числа проектов с участием иностранных инвесторов, в том числе на уровне отрасли, нельзя утверждать, что весь эффект обусловлен деятельностью АПИ. Усиливающее влияние инвестиционного климата, элементом которого КР является, также имеет место [5]. В этой связи считаем необходимым предложить следующие рекомендации для повышения эффективности функционирования АПИ в России:

– Поскольку регионов, желающих привлечь ПИИ, много, необходимо шире использовать возможности социальных сетей, консалтинговых компаний для установления контакта с топ-менеджерами целевых компаний.

– Информация на сайтах должна быть представлена в соответствии с требованиями маркетинга: кратко, релевантно и емко, подчеркивая преимущества ведения бизнеса в данном регионе и обязательно в разрезе таргетируемых отраслей. Следует помнить, что иностранный инвестор – это компания с бизнес-интересами в конкретных отраслях, а не портфельный инвестор. Менеджеры компаний не будут тратить свое время на перевод регионального законодательства.

– В состав органов управления КР необходимо ввести представителей регионального бизнеса в интересующих отраслях, что позволит более качественно разработать инвестиционное предложение и избежать чрезмерной конкуренции с иностранными компаниями.

Литература

1. Ram R., Zhang K. Foreign direct investment and economic growth: evidence from cross-country data for the 1990s. // *Economic Development and Cultural Change*. 2002. № 51 (1). Pp. 205-215.
2. Enderwick P. Attracting "desirable" FDI: theory and evidence. *Transnational Corporations*. 2005. Vol. 14. № 2. Pp. 92-120.
3. Narula R., Dunning J.H. Multinational enterprises, development and globalisation: some clarifications and a research agenda // *UNU-MERIT Working Paper Series* 2009-023. Maastricht: UNU-MERIT. 2009.
4. Щербakov B. Парадокс Фельдштейна-Хориоки и инвестиционный процесс в регионах // *Вестник УрФУ. Сер. Экономика*. 2014. № 2. С. 86-93.
5. Morisset J., Andrews-Johnson K. The effectiveness of promotion agencies in attracting foreign direct investment // *Occasional Paper* 16, Foreign Investment Advisory Service (FIAS). 2003.
6. Wells L., Wint A. Marketing a Country, Revisited // *FIAS Occasional Paper*. 2001. № 13.
7. Lim S.H. How investment promotion affects attracting foreign direct investment: Analytical argument and empirical analyses // *International Business Review*. 2008. № 17. Pp. 39-53.
8. Mariotti S., Piscitello L. Information cost and location of FDI within the host country: Empirical evidence from Italy // *Journal of International Business Studies*. 1995. Fourth Quarter. Pp. 815-841.
9. Loewendahl H. A framework for FDI promotion // *Transnational Corporations*. 2001. № 10(1). Pp. 1-42.
10. Guimon J. Government strategies to attract R&D-intensive FDI // *Journal of Technology Transfer*. 2009. № 34(4). Pp. 364-379.
11. Morisset J. Does a country need a promotion agency to attract foreign direct investment? // *World Bank Policy Research Working paper*. 2003. № 3028.
12. Лобыкин А. Инвестиционная перезагрузка. URL: <http://expert.ru/expert/2015/16/investitsionnaya-perezagruzka/>
13. Brossard H. Importance of organizations for investment promotion during an investment decision process: an exploratory study // *Management International Review*. 1998. № 38. Pp. 203-214.
14. Harding T., Javorcik B.S. Developing economies and international investors: do investment promotion agencies bring them together? // *World Bank Policy Research Working paper*. 2007. № 4339.
15. Инвестиционная привлекательность регионов – 2014. <http://raexpert.ru/docbank/ec27a3/66/c70746c2331c44d9ec2c127.pdf>
16. Wint A.G., Williams D.A. Attracting FDI to developing countries: a changing role for government? // *The International Journal of Public Sector Management*. 2002. № 15(5). Pp. 361-374.
17. Грасмук К.И. Альтернативная оценка объема и структуры прямых иностранных инвестиций в России // *Проблемы прогнозирования*. 2015. № 3. С. 21-30.
18. Filippov S., Guimon J. Competing for high-quality FDI: management challenges for investment promotion agencies // *Institutions and Economies*. 2012. Vol. 4. № 2. Pp. 25-44.