

# ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ ЧИНОВНИКА

В ИЮЛЕ АГЕНТСТВО СТРАТЕГИЧЕСКИХ ИНИЦИАТИВ (АСИ) ОПУБЛИКОВАЛО ОЧЕРЕДНОЙ ЕЖЕГОДНЫЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ РЕЙТИНГ СОСТОЯНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОГО КЛИМАТА В РЕГИОНАХ РОССИИ. ПЕТЕРБУРГ В НЕМ ЗАНЯЛ ЧЕТВЕРТОЕ МЕСТО, А ЛЕНОБЛАСТЬ — ТРИНАДЦАТОЕ. КОРРЕСПОНДЕНТ ВГ ЮЛИЯ МАРТЫНЕНКО РАЗБИРАЛАСЬ, НАСКОЛЬКО ВАЖЕН ЭТОТ РЕЙТИНГ ДЛЯ ИНВЕСТОРОВ ПРИ ПРИНЯТИИ РЕШЕНИЯ ОБ ИНВЕСТИРОВАНИИ В ТОТ ИЛИ ИНОЙ РЕГИОН.

Большинство опрошенных специалистов пришло к выводу, что в существующих реалиях подобные рейтинги не отражают в полной мере настоящее положение вещей. Сооснователь компании City Life Александр Тяхов рассуждает: «Сложно в период пандемии оценивать изменения инвестиционной привлекательности регионов. Опубликованный рейтинг представляет собой оценку определенных, отдельных параметров и необходим для поддержания конкуренции среди регионов. Серьезные инвесторы вряд ли все-таки руководствуются данным рейтингом, думая о крупных вложениях».

Андрей Косарев, генеральный директор Colliers International в Санкт-Петербурге, говорит: «Полагаю, что для действующих игроков рейтинг не оказывает значимого влияния на принятие решений. А для тех немногочисленных инвесторов, которые рассматривают выход в тот или иной регион для размещения производства, экспансии розничной сети или иных инвестиций, само по себе место в рейтинге имеет не столь важное значение. С другой стороны, важны слагаемые этого рейтинга (и в этом он и полезен, на мой взгляд), существенные для конкретного вида бизнеса (например, получение разрешения на строительство или подключение к сетям). В любом случае, принятие инвестиционного решения зависит от массы других субъективных факторов, которые невозможно описать с помощью какого-либо рейтинга».

**СУБЪЕКТИВНАЯ ОЦЕНКА** Федор Коньков, управляющий партнер института территориального планирования «Урбаника», считает, что любой рейтинг субъективен. Но в целом как инструмент сравнения он представляет определенный интерес, полагает он, хотя скорее не для конкретных инвесторов, а для прессы и профильных экспертов. «Инвестор, как правило, руководствуется не обобщенными данными по региону, а конкретными характеристиками интересными ему территорий — обеспеченностью транспортной и инженерной инфраструктурой, наличием земельных ресурсов и квалифицированных кадров, профессионализмом местных властей», — подчеркивает господин Коньков.

Валерий Емельянов, аналитик ИК «Фридом Финанс», с коллегой согласен: «Эти рейтинги достаточно субъективны, поскольку они базируются на экспертных оценках и на опросах предпринимателей. Очевидно, что подобрать таких специалистов, которые бы знали специфику всех регионов, и такие виды бизнеса, которые бы работали во всех уголках страны, просто нереально. Поэтому рейтинг привлекательности в основном отражает сводное общественное мнение о состоянии российских регионов. Да, это мнение



ОСНОВНОЕ НАЗНАЧЕНИЕ РЕЙТИНГА ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ АСИ — ОБМЕН ИНФОРМАЦИЕЙ МЕЖДУ РЕГИОНАЛЬНЫМИ ВЛАСТЯМИ

неслучайных людей, но все же оно субъективно».

По его мнению, основное назначение рейтинга инвестиционной привлекательности — это обмен информацией между региональными властями. Благодаря собранной статистике удастся найти образцово-показательные регионы, например, в вопросах работы электронного правительства и в скорости подключения к сетям. И затем этот опыт пытаются применить в других частях страны. «Так федеральные власти стимулируют конкуренцию между регионами, что на самом деле небесполезное занятие. За последние шесть лет список лидеров заметно поменялся, то есть реформы на местах действительно происходят. Условно говоря, никто не хочет быть последним», — замечает господин Емельянов.

**СЛАБЫЙ ОРИЕНТИР** Виктор Заглумин, партнер Bright Rich I CORFAC Int., признает, что рейтинги инвестиционной привлекательности, демонстрируя особенности развития региона, могут выступать одним из ориентиров для профессиональных инвесторов. «Также такие рейтинги могут использоваться финансовыми структурами при принятии решения о кредитовании проекта или крупными федеральными компаниями (например ритейлерами) при принятии решения о выходе на рынки регионов. Но в силу того, что методология оценки субъектов не представлена в публичном доступе в полном объеме, ключевым ориентиром для профессиональных

жителей региона), отсутствие коррупции, административных препон и барьеров». Она уверена, что самый большой удар по бизнесу наносят постоянные изменения законодательной базы, изменения без детальной проработки и тестирования. Политическая стабильность также имеет значение для безопасности инвестиций, а она напрямую связана с доверием населения к власти. «В деловом сообществе инвестиционная привлекательность анализируется и обсуждается внутри рынка. Лучший показатель развития и «сигнал» для инвесторов — это стремительное наращивание в регионе разнопрофильных бизнес-портфелей, стремительно развивающийся малый и средний бизнес, приток специалистов высокой квалификации», — полагает госпожа Осетрова.

Господин Тяхов замечает, что Петербург всегда был привлекательным регионом для инвестиций. И последние пять-семь лет инвестиционный климат сильно не менялся (хотя, к примеру, шесть лет назад Петербург находился ниже Ленобласти в рейтинге, которая занимала 13-е место. — ВГ). «Ленобласть недооценена с точки зрения инвестиционной привлекательности — в плане того же самого туризма. Внутренний туризм в настоящее время является драйвером всей туристической отрасли. Ленобласть привлекательна для туристических потоков своими историческими городами, такими как Гатчина или Выборг. Но при этом Ленобласть не готова к потенциальному всплеску внутреннего туризма. Недостаточное количество мест размещения, инфраструктуры, продуманных маршрутов. Огромный потенциал региона лежит также в области санаторно-курортного направления. И в этом смысле новые проекты комплексов апартаментов вдоль южного побережья Финского залива территории, прилегающие к Выборгу, которые смогут предложить, кроме проживания, определенный набор оздоровительных и социальных опций, станут в ближайшем будущем одним из самых востребованных форматов загородного туризма», — рассуждает господин Тяхов.

**ИНВЕСТИРОВАНИЕ ВСЕ ЗНАЕТ** Вера Серезина, директор управления стратегического маркетинга группы RBI, говорит: «Мы хорошо знакомы с Санкт-Петербургом и Ленобластью, поэтому RBI в меньшей степени оценивает привлекательность локаций по рейтингам, скорее решения принимаются на основании уровня спроса, интереса к локации, насыщенности ее инфраструктурой. Но если необходимо выйти в новый, незнакомый регион, то такой метод будет очень полезен. Например, несколько лет назад мы рассматривали возможность экспансии в другие регионы России. Чтобы оценить их привлекательность, создали свой рейтинг на основе