

Обзор принципов функционирования зарубежных систем отбора, поддержки, продвижения и мониторинга инвестиционных проектов

Андрей Новиков, исполнительный директор ГК «СОЛО КОНСАЛТИНГ»

В развитых странах мира уже давно используются системы отбора, поддержки, продвижения и мониторинга инвестиционных проектов, которые обладают схожими элементами и характеристиками. Опыт изучения успешных мировых практик привлечения прямых иностранных инвестиций показывает, что созданию систем отбора и мониторинга инвестиционных проектов в стране предшествует важнейший этап продвижения (активного содействия) иностранных инвестиций. Лучшим инструментом эффективного продвижения и управления прямыми иностранными инвестициями считается Агентство Привлечения Инвестиций (АПИ)¹.

Централизация многих функций государства в сфере содействия прямым иностранным инвестициям в рамках одного единственного специализированного агентства является популярным методом организации и внедрения государственной политики содействия стратегически важным прямым иностранным инвестициям. Так, Международная ассоциация агентств привлечения инвестиций (МААПИ)² насчитывает уже более 180 организаций-членов со всего мира. На практике правительство не всегда создает отдельное специализированное агентство, а зачастую лишь подразделение или департамент в рамках уже существующего органа исполнительной власти.

Главная цель АПИ, по крайней мере, на самых ранних стадиях его работы, состоит в привлечении внимания инвесторов к выгодным инвестиционным возможностям в национальной экономике. При этом низкий уровень иностранных инвестиций в той или иной стране вовсе не свидетельствует о недостатке таких возможностей. В связи с тем, что ресурсы АПИ как правило ограничены и ввиду ограниченного набора потенциальных инвесторов, все усилия АПИ по продвижению прямых иностранных инвестиций в страну, как правило, сфокусированы на тех компаниях, которые с наибольшей долей вероятности могут выступить инвесторами. Для этого АПИ необходимо понимание того, как география влияет на инвестиции и представление о том, что ищут инвесторы, их взгляд на страну как на место потенциальной локализации их инвестиций, конкурентные

¹ Общепринятое английское название Investment Promotion Agency (IPA)

² World Association of Investment Promotion Agencies (WAIPA)

преимущества страны в области инвестирования и т.д. Последние данные показывают, что АПИ разных стран мира все больше и больше фокусируются именно на такой целевой работе³.

Важнейшие характеристики успешного АПИ, в соответствии с примерами успешной практики их работы⁴:

- АПИ должны получать адекватное финансирование, чтобы иметь возможность привлекать и удерживать правильно мотивированный квалифицированный персонал
- АПИ должны иметь связь с центральным руководством страны
- В то же время в правлении АПИ должны присутствовать специалисты из частного сектора экономики
- АПИ должна представлять собой для потенциальных инвесторов систему «одного окна», способная предоставить потенциальному инвестору всю информацию о процедуре инвестирования и открытия и/или расширения бизнеса, получения необходимых разрешения и лицензий и пр.
- АПИ должна выполнять функцию построения имиджа страны с точки зрения потенциального инвестора
- АПИ может принять на себя функцию по мониторингу потребностей и проблем потенциальных инвесторов, чтобы вовремя и регулярно «сигнализировать» правительству о необходимости внесения тех или иных изменения в законодательство.
- Функцией АПИ является продвижение инвестиций в экономику своей страны посредством целого ряда методов и инструментов, таких как проведение форумов и конференций для целевой группы инвесторов, оказание информационной и консультативной поддержки инвесторов, обеспечении контактов между инвесторами и представителями органов власти как центрального, так и регионального и местного уровней.

Агентства привлечения инвестиций во всем мире служат эффективным институтом, осуществляющим функции системы отбора, поддержки, продвижения и мониторинга иностранных инвестиций

³ Исследование мировых АПИ, проведенное Конференцией ООН по торговле и развитию (ЮНКТАД)

⁴ Данные Организации экономического сотрудничества (ОЭСР)