

Раздел 3. Тема года.

Экономические аспекты изменения имиджа России в мире

В настоящее время в мире получила самостоятельное признание проблема имиджа (бренда) страны. Ряд государств целенаправленно инвестируют в поддержание общего благоприятного имиджа своей страны в мире. По некоторым оценкам США тратят на эти цели около 1 млрд. долларов в год, а Саудовская Аравия – около 6 миллиардов¹. В России также возникают предложения по созданию специальной госкорпорации, которая бы работала над улучшением имиджа страны, а в недавнем прошлом с большой помпой был презентован телевизионный канал, вещающий исключительно за рубеж. В конечном итоге формирование имиджа страны рассчитано – естественным историческим порядком или с помощью специальных усилий – на достижение определенных экономических целей. Речь идет о том, что в страну с хорошим имиджем намного комфортней приезжать и бизнесменам и туристам. И вкладывать капитал намного легче в страну с хорошими гарантиями собственности, уважением к правам человека и интеллектуальной собственности. В данном разделе мы рассмотрим некоторые аспекты, связанные с изменением имиджа России в мире. Россия за короткий пореформенный период прошла несколько периодов, в которые можно было бы выделить несколько возможных имиджей (извне): страны в кризисе и отдаленными надеждами; «больной человек Европы с невыносимо высокими нормами дохода»; внезапно возникшая заново растущая страна с самомнением и огромными активными компаниями. Вопрос в том, что ставится целью создания и улучшения имиджа страны, зависит от интересов бизнеса и долгосрочного развития страны с интеграцией в глобальную экономику.

3.1 Имидж России: история формирования

Имидж новой России как в социально-политическом плане, так и в экономическом формировался на протяжении переходного периода и одновременной трансформации: государственной системы, границ страны и экономической системы. Стартовый имидж был достаточно прост – страна был социалистическим государством, но исправно платила по счетам, как и предполагает плановая экономика. Провал экономической политики в конце 80-х гг. вызвал неприятные перемены: огромное долговое заимствование (при безудержной помощи другим странам по политическим причинам), потом прекращение платежей, кризис банковской системы, гиперинфляция и экономический кризис. Потом последовали реструктурирование внешних долгов, новый провал макростабилизации и крах валютной политики и внутреннего долга в 1998 г. Разумеется, в таких условиях иностранный капитал приходит только под

¹ [«Ведомости»](#), 29.11.2004, «Имидж России может стоить \$1 млрд.»

государственные гарантии или при экстремально выгодных условиях – приватизация активов с существенным дисконтом. Исключение составила бешеная игра в ГКО, организованная для решения текущих бюджетных проблем и которая объективно (даже без учета краха ГКО) ухудшила одновременно имидж и страны, и российского бизнеса.

Можно сказать, что в переходный период трансформации собственности и открытия страны имидж России формировался под ключевым словом «рисковый»! Это страна не комфортных пляжей, а экстремального туризма, экзотических походов, охоты и рыбалки плюс Москва, Санкт-Петербург и Золотое Кольцо. Поскольку мы не обеспечиваем комфортным отдыхом миллионы собственных отдыхающих (оставляющих миллиарды долларов в Испании и Турции), мы, видимо, не рассчитываем на повторяющийся массовый въездной туризм. А это важнейший канал формирования позитивного имиджа страны в мире, особенно для стран, ставших массовыми курортами, причем не только для развивающихся, но и для развитых, как Великобритания, Франция, Италия и другие.

Иностранные фирмы были, как известно, исключены из прямой массовой приватизации, так что опыт отношений иностранных фирм с российским государством был ограничен – а это обычный источник кризисов в большинстве стран. Зато внутренние конфликты по собственности за последние пятнадцать лет дали такой обильный материал для мировых СМИ, что создали впечатление большой рискованности вложений в Россию. Рискованность вложений в страну, как известно, компенсируется высокой нормой прибыли, что наш переходный период, безусловно, обеспечил. Тем самым Россия привлекла рисковый капитал, рисковый туризм и рисковых инвесторов и менеджеров. В наибольшей степени это относится к периоду 90-х годов.

Десятилетний кризис переходного периода в России воспринимался как закономерный, хотя в странах Центральной и Восточной Европы длился существенно меньше – около пяти лет. В результате за 10 лет сформировалось устойчиво пренебрежительное отношение к экономике страны и практике ведения бизнеса. Легко показать, что отрицательные прогнозы по российской экономике на переломные 1999–2000 гг. продолжали выпускаться многими уважаемыми прогнозными агентствами и после явного начала роста. Имидж «Больного человека Европы» прикрепился к стране на достаточно длительное время, и отказ от него происходит довольно болезненно. Российский несырьевой экспорт почти исчез, а импорт особенно усилился в период искусственно сильного рубля². Распространение преступности из бывшего СССР, традиционно приписываемое «русской» мафии, также не украсило наш имидж.

Устойчивость государственных финансов и макроэкономическая опора имиджа страны, ее способность платить по долгам были восстановлены в необычно короткие сроки, благодаря как высоким нефтяным доходам, так и определенной жесткости бюджетной политики. В сущности, только в 2000-х гг. можно говорить о нормализации ситуации и сколько-нибудь нормальном имидже страны и ее экономики, чтобы говорить об их влиянии на характер

² См. Григорьев Л.М. В поисках пути // Стратегия России, №2, 2004, стр. 13-24..

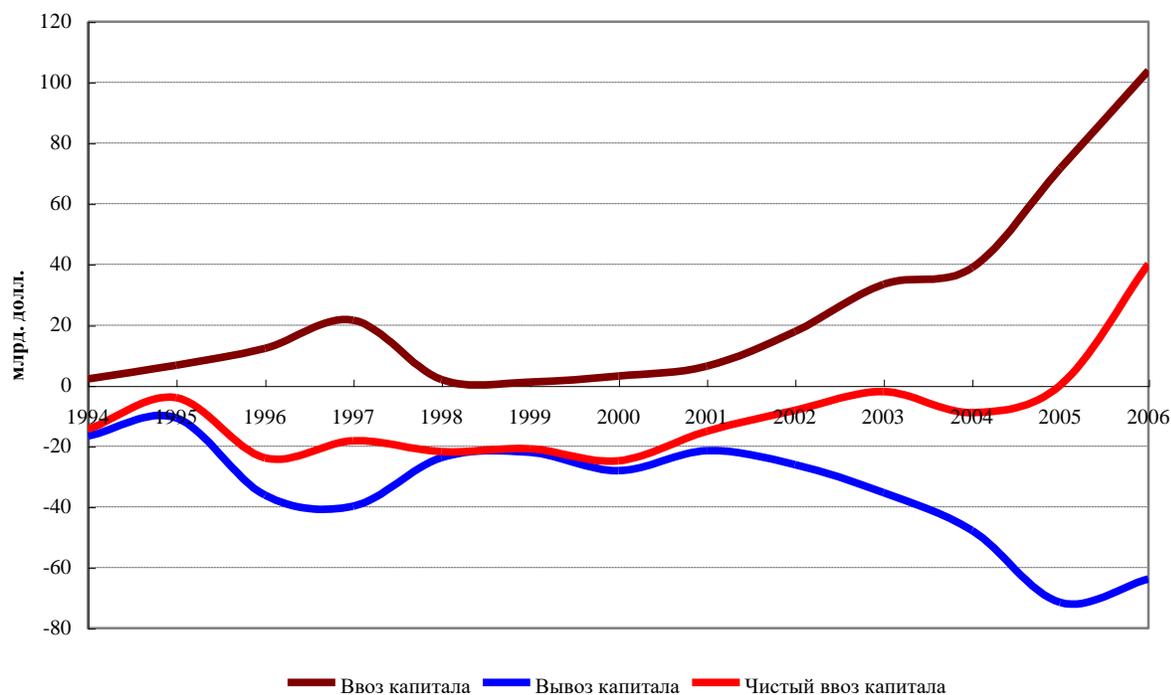
экономических решений. Практически уже восемь лет Россия занимает место в пятерке стран мира с наиболее высокими темпами роста – этот важный аспект имиджа страны и экономики, инвестиционного климата не вызывает больших вопросов.

Разочарование иностранцев от отсутствия возможности участвовать в российской приватизации было кратким, и на первом этапе это было воспринято как плата за скорость трансформации. Но вот уже приватизация крупных компаний в отраслях природных ресурсов в пользу «национальных игроков» в середине 90-х гг. вызвала явное неудовольствие. Вложить иностранный капитал в Россию, в общем, было можно, и во многих отраслях российской промышленности иностранный капитал широко представлен. Привлекательность российского рынка и имидж страны стали обсуждаться с 2003 г. в связи с делом ЮКОСа и угрозой – широко обсуждавшейся в СМИ – то ли национализации, то ли реприватизации. Из всех этих угроз в фактической жизни реализовалось усиление ряда ведущих государственных компаний. Одновременно были предприняты шаги по достижению «послеприватизационного» мира и легитимизации собственности в целом (хотя их успешность остается пока довольно спорной). Однако явных случаев экспроприации иностранного капитала, которые обычно классифицируются как политические риски и страхуются МИГА Мирового Банка или национальными страховыми агентствами, зафиксировано не было.

Обсуждая проблемы имиджа страны и инвестиционного климата, не следует упускать и тот фон – рациональные ожидания, которые были у наблюдателей, рейтинговых агентств, крупных компаний относительно будущего российской экономики в начале 2000-х гг. Тяжелый экономический кризис с падением реального ВВП на 43% выглядел тяжелым контрастом по сравнению со странами Центральной и Восточной Европы, рост в которых возобновился в 1995 г. Масштабы экономического и бюджетного кризиса и деиндустриализации, рост импорта в условиях «рублевого коридора» оставляли мало шансов на «нормальный имидж» страны, пытающейся выйти из кризиса в состояние развитой страны. По существу, ожидалось, что российские компании вынуждены будут привлечь огромные суммы прямого (и заемного) капитала для поворота в экономике. Россию хвалили за либеральные реформы, хотя ведущие экономисты внутри страны были озабочены высокими административными барьерами для малого бизнеса, неудачной налоговой системой, отставанием финансового сектора в развитии и т.п. Имидж страны с большими, но рискованными возможностями для инвестирования был в известном смысле противоположен имиджу страны для долгосрочных инвестиций (при умеренной норме прибыли) – странам ЦВЕ.

Видимо, главной неожиданностью для иностранных наблюдателей стало появление корпоративной России в виде двух-трех десятков крупных компаний, прежде всего в энергетике, которые готовы и хотят стать в ряд с крупнейшими мировыми лидерами из других стран, наверстывая упущенное время, упущенное не только за пятнадцать лет переходного периода, но и за предыдущие три четверти века планового хозяйства. Эти компании не обременены долгами старых времен (активы достались во время приватизации), не обременены

старыми инвестиционными решениями и малоприбыльными активами. Они пытаются заново взглянуть на глобальную ситуацию и принимают стратегические решения, которые меняются соотношения сил на некоторых рынках. Разумеется, появление таких компаний ведет к обострению конкуренции в мире и ставит вопрос о том, насколько имидж стран импортеров капитала с открытой экономикой, которые составляют большинство во всех индексах, сопоставим методологически с имиджем страны–экспортера прямого капитала, пытающейся компенсировать потери в развитии и опирающейся на огромные компании. Россия сейчас является одновременно крупным импортером и крупным экспортером капитала (см. рис. 3.1). Спецификой российской ситуацией является значительный вывоз прямого частного капитала и импорт портфельного капитала³. Лишь развился экономический подъем и пошла ломка имиджа «больного человека», возможности получения сверхприбылей после второго краха стали постепенно снижаться. Появление крупных компаний с большими капиталами на фоне возросшей активности российской дипломатии стало столь резким контрастом, что имидж для наблюдателей потерял внутреннее единство– он представляет собой странную (переходную) композицию из обсуждения возможностей роста и инвестиций с обсуждением сложностей становления демократии в стране. Во многом от реального поведения российского бизнеса, граждан – при условии адекватной информации – зависит, каким он станет на следующее поколение.



Источник: ЦБ

³ Разумеется, конкуренты встретили юристов российских компаний, покупающих предприятия за рубежом, намного более настроенно, чем дикий вывоз капитала 90-х годов, приходивший на низкопроцентные счета.

***Рисунок 3.1* Динамика экспорта и импорта капитала в России, 1994-2006, млрд. долл.**

Для такой страны имидж крайне важен, но он формируется столь многими факторами, находящимися вне обычного контроля правительств, компаний и имиджмейкеров, что трудно найти средства решения проблем. В то же время потери страны, ее граждан и компаний от низкого имиджа намного больше, чем в обычном случае. Дело в том, что Россия борется не просто за технологии, специалистов и капитал – для чего и нужны индексы, а за формирование инновационного потенциала, удержание своих талантов и реинвестирование своего капитала, который она продолжает вывозить по 10-12 процентных пунктов ВВП (!) в год в течение всего периода подъема в форме выкупа долгов, вывоза частного капитала и накопления резервов ЦБ РФ.

Одна из задач данного доклада состоит в том, чтобы попытаться установить взаимосвязь между механизмами формирования делового инвестиционного имиджа страны в условиях значительных трансграничных перемещения капитала «в обе стороны», ожидаемого расширения активности российских компаний в мире и при продолжении высоких темпов экономического роста в стране.

3.2 Общие замечания

Под имиджем страны мы будем понимать совокупность представлений о стране у различных групп лиц (вне страны), принимающих экономические решения. Видимо можно говорить о большем количестве имиджей или различных аспектах одного и того же имиджа – имидже российской культуры в мире, имидже российского государства, имидже России как торгового партнера и т.д. Для каждого из указанного аспекта имиджа можно подобрать собственный ассоциативный ряд, его характеризующий, знаковые события, его формирующие и выделить основных субъектов, влияющих на его формирование. Однако для целей данного исследования нас будет интересовать прежде всего имидж экономики России, ее делового климата, который мы в дальнейшем будем называть экономический или инвестиционный имидж (поскольку наиболее объективным «мерилом» дружелюбности делового климата, с нашей точки зрения, является объем инвестиций).

С экономической точки зрения, благоприятность или неблагоприятность имиджа России важна не сама по себе (мало ли, что о нас думают другие), а с точки зрения тех дополнительных издержек (или упущенной выгоды), которые возникают как его следствие у различных групп лиц, принимающих решения. Разумеется, психологически было бы более комфортно быть просто гостеприимной страной, чем страной с напористым крупным бизнесом. Но в мире есть целый ряд крупных стран с напористым бизнесом, поддерживаемым обычно национальной дипломатией. В этом отношении мы должны привыкать к тому, что очень трудно – скорее невозможно – будет приобрести имидж Венгрии или Финляндии, Южной Кореи или Испании.

России в любом случае придется формировать и улучшать некий новый имидж. Проблематика имиджа России в мире достаточно широко представлена в средствах массовой информации, публичных выступлениях политиков и экспертов (экономистов, социологов, социальных психологов и т.п.). Вместе с тем осмысленной и скоординированной политики в данной области до сих пор нет. Заметим, что имидж России и бизнеса формируется как событиями на территории страны и их освещением в СМИ, так и поведением граждан и компаний за ее пределами. Желательный имидж российской экономики и российского бизнеса, видимо, заключается в том, что Россия – это страна:

- высокой личной безопасности бизнесмена и туриста;
- высокой (растущей) правовой защиты собственности, от личной до интеллектуальной;
- высокого личного радушия, гостеприимства и толерантности к иностранцам при упорной защите собственных интересов в делах;
- устойчивой макроэкономической политики и высоких темпов роста;
- страна, переходящая к активной модернизации на базе человеческого капитала;
- снижающихся политических и финансовых рисков, позволяющих инвестировать с расчетом на будущие доходы;
- российский бизнес в окружающем мире – законопослушный, инновационный в делах и чрезвычайно напористый.

Интуитивно понятно, что общий имидж страны важен для большего количества таких групп, например, общий имидж страны важен для отечественных инвесторов, вкладывающих средства за рубежом в производственные активы; компаний, экспортирующих производимые ими товары и услуги; отдельных граждан страны выезжающих за границу в качестве туриста, отъезжающих на учебу, на работу; отдельных граждан других стран, предполагающих въезд в страну в качестве туриста, на учебу или на работу. Инвестиционный имидж страны важен прежде всего для лиц, принимающих решения об осуществлении инвестиций в экономику страны.

Любое обсуждение проблем имиджа страны в целом или ее инвестиционного имиджа сталкивается с необходимостью решения двух взаимосвязанных проблем: соотношение между (инвестиционным, деловым) климатом и (инвестиционным, деловым) имиджем и способ измерения имиджа в отличие от климата.

Нам сложно охватить в короткой работе исторические и психологические факторы имиджа, а также проблемы адекватного (или неадекватного) освещения российской жизни, российской экономики в СМИ других стран. Но вопрос о том, какой имидж мы сами хотели бы иметь и насколько наша действительная практика общественной и экономической жизни, поведение бизнеса в стране и за рубежом соответствуют этому «идеалу» - это важный предмет для внутреннего обсуждения. Под инвестиционным климатом будем в дальнейшем понимать – комплекс объективных условий инвестирования, включающий как экономические, так и политические и социальные компоненты, в том числе природные ресурсы, рабочую силу,

законодательство и т.д. Некоторые из этих факторов в значительной мере зависят от действий властей, другие не связаны с ними, например, географическое положение, предпочтения населения, конъюнктура на внешних рынках и ряд других

Инвестиционный имидж – комплексное отражение различных аспектов инвестиционного климата в представлениях инвесторов (прежде всего стратегических инвесторов), а также представление потенциальных иностранных реципиентов российских инвестиций. Иными словами, проблематика инвестиционного имиджа проявляется, во-первых, в принятии решений иностранными компаниями в осуществлении инвестиций на территории России, а во-вторых, при принятии решений иностранными компаниями и правительствами о допуске инвестиций из России на свою территорию.

Реальная экономическая ситуация, общий и инвестиционный имидж не всегда изменяются равномерно и даже в одном направлении. Например, для России за период с 1998 по 2006 г. было характерно некоторое улучшение инвестиционного климата (пусть и неравномерное) с одновременным существенным ухудшением общего имиджа. Имидж России является динамическим явлением, формируемым как собственным поведением властей и компаний, бизнесменов (например, «эффект Куршавеля»), а также внешними наблюдателями и комментаторами, далеко не всегда бескорыстными.

Основными факторами, формирующими инвестиционный имидж, являются:

- состояние инвестиционного климата;
- представления (предпочтения) инвесторов (этот фактор во многом имеет неэкономические корни, и поэтому здесь специально не рассматривается);
- информация о положении дел в стране и, главное, о ее экономике (формируемое во многом на основании данных мировых агентств).

Дополнительная проблема состоит также в том, что достаточно сложно измерить имидж объективными показателями, а формирование имиджа происходит под влиянием лиц, не всегда заинтересованных в объективном отражении ситуации и случайно или намеренно искажающих информацию. В результате на можно теоретически предположить и получить практические примеры из мировой практики, когда инвестиционный имидж был хуже реального инвестиционного климата и наоборот.

3.3 Состояние экономики России и ее имидж

Перейдем теперь непосредственно к проблемам оценки экономического имиджа России. Как уже упоминалось выше, под экономическим имиджем понимается совокупность представлений о деловом климате у реальных и потенциальных инвесторов. Для формирования этих представлений инвесторы могут опираться на значительное количество разнообразных

источников информации. Поскольку при принятии решений реальные и потенциальные инвесторы осуществляют выбор страны для инвестирования, одним из значимых источников информации являются международные рейтинги, позволяющие прямо сравнить уровень экономического развития, условия для инвестирования, конкурентоспособность бизнеса, развитость институтов гражданского общества и мн. др. в различных странах. При этом очередное присвоение значения рейтинга становится предметом широкого обсуждения в российских и зарубежных СМИ.

Подробная картина «отражения» России в различных рейтингах приведена в первом разделе данного доклада. В силу того, что собственно экономический имидж как представление об экономическом климате во многом (во всяком случае у тех, кто не имеет собственно прямого опыта экономической деятельности в России) формируется на основании рейтингов, отражающих экономический климат, то наибольший интерес для нас представляет именно первая группа этих рейтингов.

В целом (как уже упоминалось в разделе 1), ситуация с рейтингами экономического климата в России, мягко говоря, не очень благоприятная. По рейтингу Индекс экономической свободы в 2007 г. эксперты Heritage Foundation поставили Россию на 120-е место из 164 стран и присвоили ей такой же балл, как и Непалу, – 54 из 100 максимально возможных, а за последние пять лет относительное положение России менялось незначительно она располагалась на границе 8-го и 9-го дециля⁴. Данный индекс выбран как наиболее комплексный, агрегирующий наибольшее число параметров, однако и по остальным рейтингам Россия располагается в районе 7-9 дециля, а лучшее значение показывает индекс условий доля экономического роста – Россия находится ровно в середине списка рейтингуемых стран (см. рис. 1.1). Кроме того, Россия устойчиво занимает последние места по значению рейтинга среди развивающихся стран, традиционно используемых в качестве сравнения - страны БРИК, СНГ, Восточной Европы и т.п. (см. таблицу 3.1)

Таблица 3.1

Значения индекса экономической свободы России и других развивающихся странах

Страна	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
Чехия	71,57	70,93	66,60	67,21	66,82	66,55	70,02	69,68
Ю. Корея	71,22	71,18	67,43	66,14	66,23	65,03	68,06	68,65
Венгрия	66,42	67,34	64,57	63,33	63,05	63,42	67,06	66,15
Мексика	60,80	60,24	60,85	63,77	63,45	63,77	64,61	65,80
Болгария	50,39	52,66	55,92	55,60	57,06	59,90	64,29	62,17
Бразилия	57,20	57,95	58,82	60,29	58,66	58,99	61,71	60,89
Казахстан	47,51	48,07	50,15	50,03	47,29	51,10	61,17	60,35
Турция	66,17	63,39	53,02	50,86	51,74	50,26	58,46	59,33
Польша	62,96	62,55	64,78	61,54	58,71	59,01	61,57	58,77

⁴ Первый дециль – это 10% обследуемых стран с наилучшими показателями, а десятый дециль – это 10% стран с наихудшими показателями.

Аргентина	74,12	70,54	64,86	55,53	53,04	54,02	57,30	57,47
Индия	45,75	47,12	51,38	51,55	51,77	54,36	52,29	55,60
Китай	54,09	50,60	51,21	51,13	51,02	52,37	55,41	54,02
Россия	50,10	48,01	47,29	49,13	51,06	50,13	54,31	54,01
Украина	47,37	46,07	45,43	49,66	51,76	53,74	55,55	53,35
Справочно								
Страна с наилучшим значением индекса	90,78	91,37	88,86	89,30	90,10	90,16	90,90	89,29
США	77,90	80,54	78,32	78,09	78,56	79,63	82,42	81,98
Испания	65,04	66,51	66,75	68,81	68,86	67,50	70,56	70,87
Португалия	66,13	66,34	65,37	65,07	64,92	63,10	65,59	66,66
Страна с наихудшим значением индекса	15,34	16,54	15,06	31,83	28,86	28,42	32,20	29,68

В результате, во многом на основании стабильно низких значений различных индексов для России базируется представление о неудовлетворительном состоянии имиджа России. Однако следует отметить несколько факторов, заставляющих усомниться в столь пессимистических оценках, а точнее усомниться в адекватности «картины мира», возникающей на основании значений рейтингов. Многие российские наблюдатели высказывают сомнения в том, что рейтинги отражают действительность в случае России. Мы полагаем, что рейтинги важны сами по себе и безусловно отражают мнение опрашиваемых (часто представители бизнеса) и характер методик. На сегодняшний момент значение индекса экономической свободы практически выросло с 2000 года лишь на 4 пункта (таблица 3.1) – практически это означает, что почти 7% экономического роста продолжается при крайне неблагоприятном состоянии этого показателя. В данном случае можно утешаться тем, что в Китае – по существу при плановой экономике – показатель находится на том же уровне, а темпы роста еще выше. Видимо, необходимо учитывать особенности методики, которые более точно сравниванию более или менее сопоставимые экономические организмы. Тот факт, что преимущественно частная экономика России и еще преимущественно государственная китайская имеют одинаковый уровень индекса, означают, что методика не улавливает этих различий. Соответственно, обе страны лидируют по темпам роста вопреки данному показателю. Этот стартовый момент указывает на сложность нашего мира и трудность охватить все многообразие экономической жизни. В то же время мы полагаем, что низкий показатель индекса мог бы быть улучшен соответствующими действиями в реальной жизни, что сократило бы определенные имиджевые издержки нашего бизнеса.

Изменения последних лет в экономике России, какими бы они ни были, привели с существенным изменениям в макроэкономических показателей – устойчивому росту ВВП, увеличению притока иностранных инвестиций. Страна стала привлекательной как для портфельных инвестиций, вложения в ценные бумаги России стали существенно менее

рискованными - рисунок 3.3 показывает, насколько существенно уменьшился спрэд облигаций России в 2001-2007 гг. по сравнению с 1997-2001 гг. (рисунок 3.2), обойдя даже спрэды облигаций стран Европы и Латинской Америки. Также резко выросли объемы прямых иностранных инвестиций (более подробно – см. ниже).

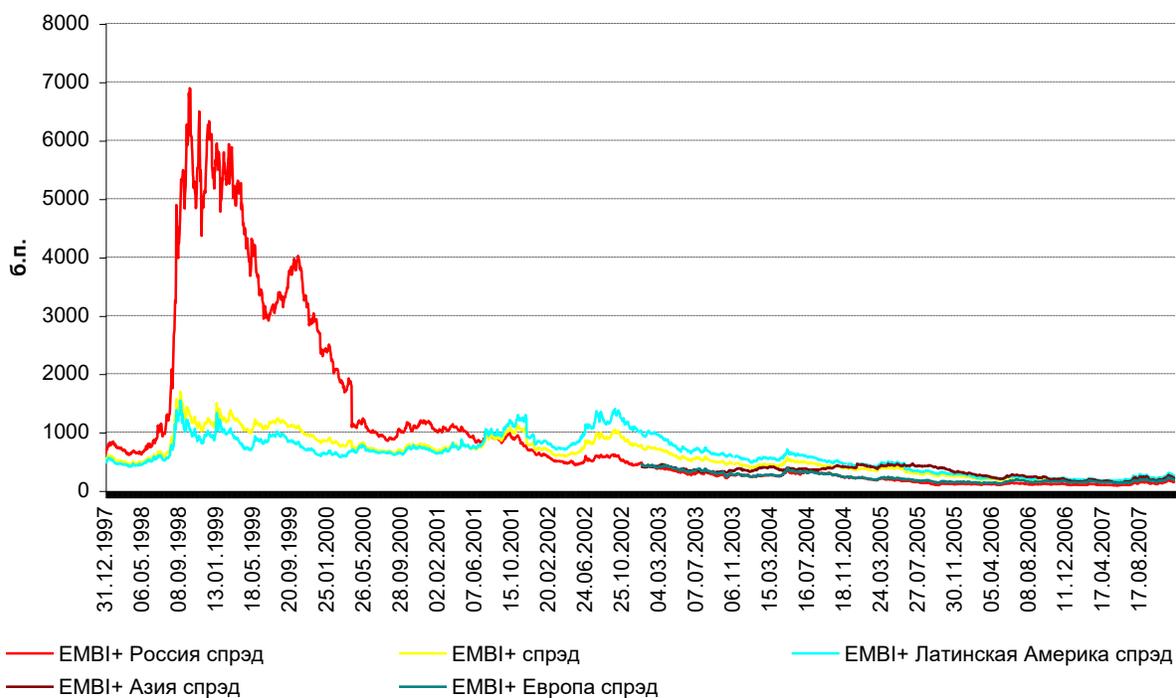


Рисунок 3.2 Спрэды облигаций России и стран других регионов мира в 1997-2007 гг.

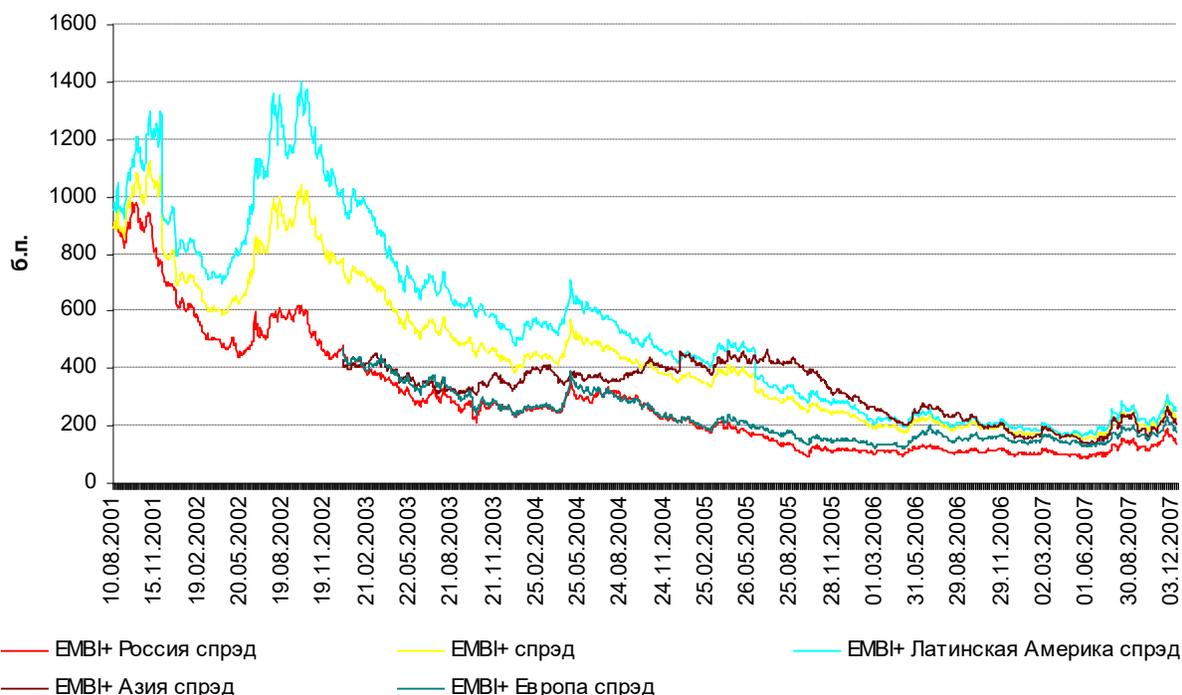


Рисунок 3.3 Спрэды облигаций России и стран других регионов мира в 2001-2007 гг.

Все указанные изменения в макроэкономической ситуации и, что более существенно, изменения в инвестиционных потоках, были либо совсем не замечены, либо не нашли адекватного отражения в имиджевом мире, построенном на основании экономических индексов. Справедливости ради продолжим отмечать, что такая ситуация не является уникальной для России.

Для иллюстрации данного тезиса легко воспользоваться рисунком 3.4. Например, значение индекса экономической свободы (данный индекс выбран опять-таки в силу того, что он учитывает наибольшее количество факторов) для Польши всегда было выше чем для Бразилии, а для Бразилии выше чем для России. Между тем лидерами по объему прямых иностранных инвестиций ранее была Бразилия, а Россия постепенно переместилась с третьего места в лидеры. Более того, резкое снижение объема прямых иностранных инвестиций в Бразилии в 2000-2004 гг. сопровождалось одновременным повышением значений рейтинга, а резкий рост инвестиций в Польше в 2003-2004 гг. сопровождался одновременным снижением значения рейтинга этой страны.

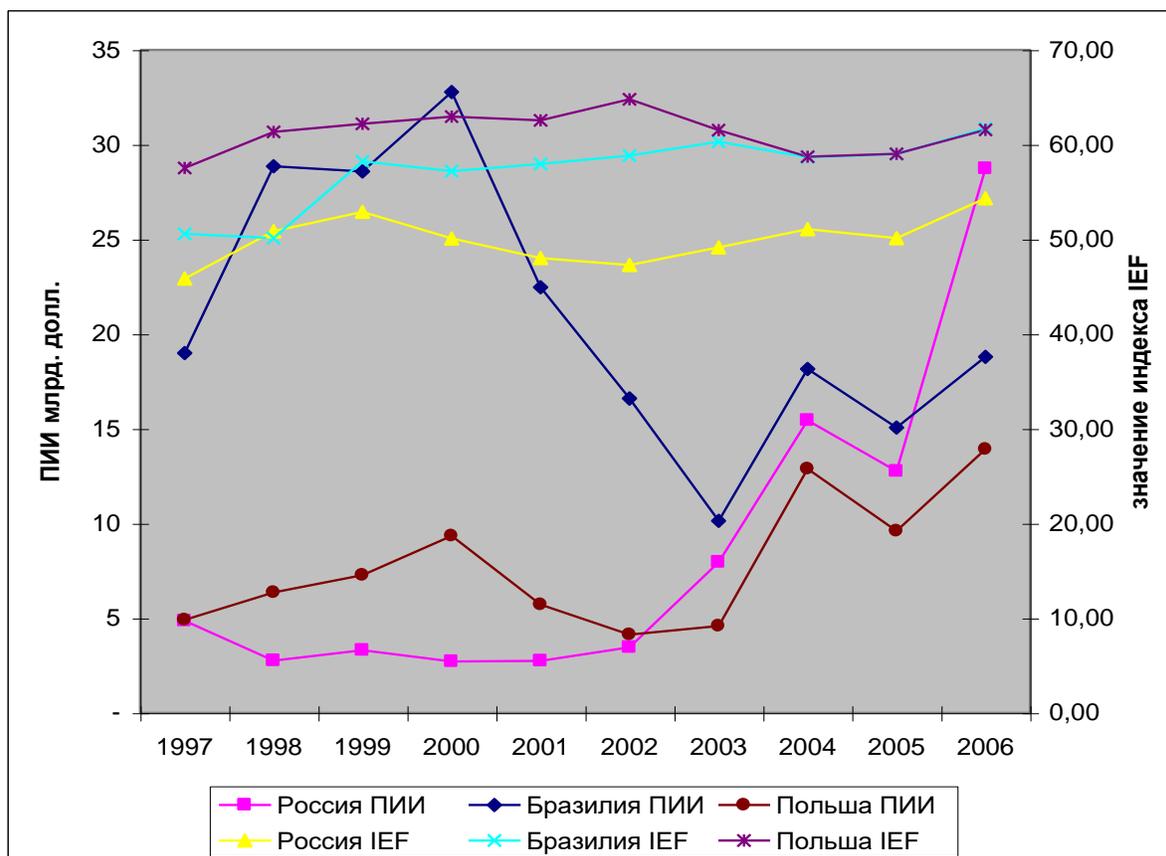


Рисунок 3.4 Значение Index of Economic Freedom (IEF) и объем прямых иностранных инвестиций (ПИИ)

Конечно, данный пример является достаточно условным – для полностью корректного исследования необходимо рассмотреть большее число макроэкономических индикаторов, индексов экономического климата, стран, исследовать конкретные кейсы и строить эконометрические зависимости, однако, с нашей точки зрения, уже сейчас можно сделать вывод о том, что существующие индексы не достаточно корректно отражают объективные условия развития бизнеса при межстрановом сопоставлении и не достаточно корректно отражают реальную ситуацию в экономике.

Проблема состоит в том, что инвесторы, особенно потенциальные, явно или не явно учитывают значения этих показателей. В результате либо Россия проигрывает в борьбе за инвестиции (прежде всего за прямые) странам с более высокими значениями инвестиционного рейтинга, либо российские активы (при приобретении иностранцами) идут «с дисконтом», поскольку стоимость их приобретения корректируется на поправку на риск (причем размер поправки оказывается относительно завышен по сравнению с международными аналогами).

Конечно, мы не стремимся идеализировать российский деловой климат. Преувеличивая влияние индексов на принятие решений и степень их намеренного искажения легко занять неконструктивную позицию «борьбы с врагами», специально придумываемыми индексами, позволяющие выставить Россию в невыгодном свете. Несмотря на некоторую условность

рейтингов и, возможно, ангажированность их составителей понятно, что деловой климат в России далек от совершенства.

Такие проблемы как высокая коррупция и административные барьеры одновременно отмечаются инвесторами как существенное препятствие при осуществлении капиталовложений, отражаются в низких значениях соответствующих индексов и даже имеют объективные показатели для межстранового сопоставления - и опять не в пользу России. Собственные наблюдатели указывают на некоторый успех в борьбе с административными барьерами в начале 2000-х годов, но признают серьезность проблемы и по сей день. Важность проблемы коррупции осознается российским обществом – этот вопрос вышел на первые места в опросах населения в последние два-три года. Проводимое Мировым банком сравнение 178 стран по простоте ведения бизнеса (т.н. Ease of Doing Business Rank), учитывающее время, количество процедур и относительные издержки на осуществление различных действий бизнеса, требующих взаимодействия с государством - открытие, получение лицензии, регистрация прав собственности, закрытие и т.п. ставит Россию на 106 место среди стран мира (на 2008 г.). При этом Россия отстает от большинства стран, традиционно используемых для сопоставления (см. рис. 3.5). Отметим, что в сложном взаимодействии имиджа и инвесторов коррупция занимает особое место. В последнее десятилетие усиливается антикоррупционная политика в ведущих развитых демократических странах. Это облегчает борьбу с коррупцией и в России, но у нас она носит многоликий характер, а ее побочный результат – отвлечение средств от накопления в личное потребление и снижение качества управленческих решений,

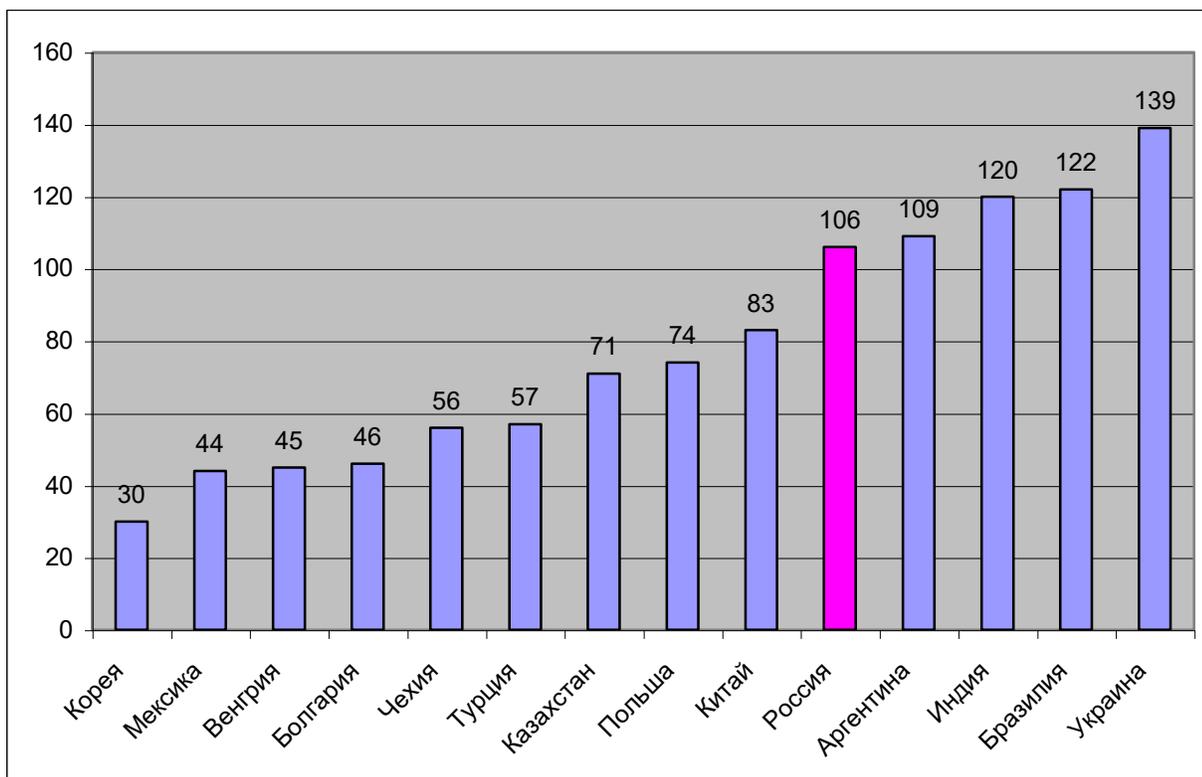


Рисунок 3.5 Сравнительная оценка Мировым банком простоты ведения бизнеса в России и некоторых странах (чем выше место страны, тем сложнее ведение бизнеса)

Следующий наш вывод состоит в том, что иностранный бизнес готов осуществлять инвестиции вопреки сложностям, которые фиксируются при составлении рейтингов и объективно присутствуют в условиях ведения делового климата. Даже в условиях, когда по оценкам делового климата страна проигрывает или существенно проигрывает другим государствам. Мы платим – в той или иной форме – за свой имидж консультантам и юристам, посредникам и партнерам в сделках, в которых «на месте наших компаний» другие приобрели бы актив намного проще. Можно найти случаи активного использования «имиджевого» подхода для противодействия интересам российских по страновому признаку⁵.

Вышеприведенные рассуждения подтверждаются результатами опроса и фокус-групп представителей иностранных компаний – действующих или потенциальных инвесторов в российскую экономику, проводимого для Консультативного совета по иностранным инвестициям по заказу Минэкономразвития России в 2005 году PBN Company⁶ и в 2007 году компанией Peter D. Hart Research Associates⁷.

В отношении инвестиционного имиджа России наблюдается очень сложная и неоднородная картина. Однако важно отметить, что в части основных выводов ситуация в 2007 году по сравнению с 2005 годом не претерпела кардинальных изменений.

1) *Действующие иностранные инвесторы очень позитивно оценивают результаты своего бизнеса в России, удовлетворены своим решением об осуществлении инвестиций и подавляющее большинство из инвесторов отметили, что увеличили в 2006 году объем инвестиций.*

Характерно, что все инвесторы (как реальные, так и потенциальные) весьма осторожно оценивают перспективы улучшения инвестиционного климата.

2) *Основными факторами, стимулирующими инвестиции, являются рост внутреннего рынка и покупательной способности населения, стабильная экономика и роста ВВП. Другим фактором является качество рабочей силы.*

Основными негативными факторами и среди потенциальных и среди реальных инвесторов выступают коррупция и бюрократизм (административные барьеры), а также избирательное применение законодательства (хотя значимость последнего в 2007 году по сравнению с 2005 снизилась).

3) *Имеют место довольно большие различия во взглядах между иностранными инвесторами, уже работающими на территории России, и теми, кто только планирует это сделать.*

⁵ Иногда отказ от сделки по открыто объявленным политическим мотивам считается естественным, но российским компаниям вменяются практически недоказуемые (и весьма спорные) политические мотивы.

⁶ Россия: как объект инвестиций, 2005 г., www.tip-ro-rj.economy.gov.ru

⁷ Имидж России глазами иностранных инвесторов, 2007 г., www.tip-ro-rj.economy.gov.ru

Иностранные инвесторы, не ведущие бизнес в России, склонны считать инвестиционный климат в России хуже, чем он есть на самом деле. Оценки отдельных составляющих данного климата также заметно отличаются. Реальные инвесторы, к примеру, оценивают экономическую политику, действующее законодательство и перспективы развития инвестиционных возможностей России более оптимистично, чем потенциальные инвесторы. Доля реальных инвесторов, оценивающих прибыльность инвестиций в Россию на уровне «выше среднего» почти в три раза больше, чем у потенциальных. И наоборот, доля потенциальных иностранных инвесторов, оценивающих инвестиции в Россию как более рискованные, по сравнению с другими развивающимися странами, в полтора раза больше, чем среди реальных инвесторов.

4) Иностранные инвесторы часто относятся к российским проблемам гораздо более спокойно, чем западная пресса.

Более терпимое отношение иностранного бизнеса к российским проблемам по сравнению с зарубежными СМИ обусловлено тем, что первый лучше понимает выгоды инвестирования в Россию даже при сохраняющихся в стране высоких рисках инвестирования. Это объясняется объективным преобладанием у него экономических интересов, тогда как прессу больше волнуют политические, особенно «горячие» новости. Как следствие, иностранные инвесторы по результатам опроса 2007 года стали меньше доверять СМИ при принятии решений по инвестированию. Кроме того, иностранные инвесторы, разумеется, компенсируют высокие риски более высокой нормой прибыли. Можно было бы попробовать провести опрос бизнесменов на тему о том, при какой норме прибыли сверх сложившейся в мире они согласны переносить недостатки делового климата. Так что, как мы и указывали с самого начала – рейтинги воздействуют на решения инвесторов с поправкой на норму прибыли.

На основании приведенных результатов опросов можно сделать несколько основных выводов. Во-первых, подтверждается предположение о том, что иностранные инвесторы готовы осуществлять капиталовложения в динамично развивающуюся экономику с объемным потребительским рынком, невзирая на неблагоприятный инвестиционный климат. Во-вторых, основные резервы улучшения инвестиционного климата России связаны с реформированием государства. В-третьих, расхождение между оценками инвестиционного климата (инвестиционным имиджем страны) реальных инвесторов (уже осуществившими инвестиции) и потенциальными инвесторами во многом обуславливается неадекватным отражением реальной ситуации в средствах массовой информации, позиции информационных агентств и других источников информации.

Фактически, в настоящий момент иностранные инвестиции следуют за активным экономическим ростом, невзирая на административные сложности, что позволяет достаточно спокойно относиться к проблемам инвестиционного климата и имиджа. В связи с этим возникает вопрос о том, насколько иностранные инвестиции следуют за улучшением экономического положения, а насколько способствуют его становлению. Представляется, что в будущем в условиях замедления экономического роста и при сохранении уровня международной

конкуренции за иностранные инвестиции, станет более актуальным привлечение иностранных инвестиций с использованием всех возможных инструментов, одним из которых является инвестиционный имидж.

Рассмотренная ранее ситуация была связана только с одним аспектом формирования экономического имиджа России – формирование имиджа на основании информации о действиях и событиях, происходящих непосредственно в России. Однако, наряду с ростом притока иностранных инвестиций в Россию одновременно увеличивается экспорт капитала из России, в том числе и экспорт капитала, связанный с приобретением российскими компаниями стратегических активов за рубежом.

По оценкам Московской школы управления «Сколково» совокупные зарубежные активы 25 крупнейших по этому показателю российских компаний составили более 58 млрд. долл., а в зарубежных дочках указанных российских компаний работают 130 тыс. человек. Представляется, что фактор экспорта капитала и приобретения российскими компаниями зарубежных активов также играет чрезвычайно важную роль при формировании экономического и инвестиционного имиджа страны.

Действительно, западные компании совершали приобретения по всему миру в течение сотни лет, и последствия приобретения (для персонала, для общества, для инвесторов, для кредиторов, для экологии и т.п.) известны. В случае же с российскими компаниями, активное наращивание зарубежных активов которыми началось в последние несколько лет, такая история приобретений отсутствует. Последствия управления конкретными компаниями, приобретенными российскими корпорациями, определяющим образом влияют на представления о российских компаниях и на оценку перспектив совершения сделок в будущем, а также на принятие решений об инвестировании в Россию.

Судя по отсутствию во внимательной к такого рода сделкам зарубежной прессе громких публикаций о негативных последствиях приобретения российскими компаниями предприятий в странах Европы (банкротства, массовые сокращения персонала, нарушение экологических или иных норм, громкие судебные процессы и т.п.), можно считать, что данный аспект экономического имиджа России достаточно благоприятен.

Более того, действуя в условиях жестких правовых рамок в странах запада, российские компании стремятся перенести действующие условия бизнеса на территорию России. Необходимость проходить аудит и вести бухгалтерский учет по международным стандартам, регистрировать свое займы у иностранных регуляторов, платить налоги и взаимодействовать в сложившемся правовом поле создает важный и в сущности принудительный канал передачи правового опыта в российскую экономику – «на родину» компаний. Этот фактор улучшения делового климата (и имиджа) явно действует и явно недооценен в методиках международных индексов.

Аналогично, увеличение притока иностранного капитала в экономику РФ «работает» на улучшение ее инвестиционного имиджа, поскольку наращивание массы иностранных

инвестиций в той или иной стране служит дополнительной гарантией для инвесторов безопасности их инвестиций. Нужно также отметить, что, имея иностранный паспорт и гражданство, зарубежные инвесторы чувствуют себя в большей безопасности по сравнению с российскими коллегами в отношении возможных политических или экономических коллизий, что характерно и многим иным странам. Характерно, что более 2/3 реальных иностранных инвесторов указывают в качестве фактора, способствующего росту инвестиций, осуществление инвестиций другими иностранными компаниями.

Значит, взаимное осуществление инвестиций положительным образом влияет на инвестиционный имидж и приближает представления о состоянии инвестиционного климата к реальности. Взаимопроникновение бизнеса в условиях глобальной конкуренции может усиливать собственно конкурентные трения, но должны способствовать как объективному улучшению положения дел в России, так и более четкому освещению ситуации в мировых СМИ.

Возвращаясь к соотношению реального инвестиционного климата страны и инвестиционного имиджа можно констатировать, что в России в настоящее время инвестиционный климат существенно различается в зависимости от отраслей и типов бизнеса, поэтому его усреднение для страны в целом напоминает измерение «средней температуры по больнице». В частности, основная часть прямых иностранных инвестиций концентрируется в трех категориях регионов: столицах и их окрестностях, а также регионах–экспортерах и европейских прибрежных регионах (с учетом специфической отраслевой структуры экспорта)⁸. Характерными чертами инвестиционного климата являются неоднородность и неустойчивость.

Аналогичными чертами обладает и инвестиционный имидж. В результате неоднородность инвестиционного климата «накладывается» на неоднородность инвестиционного имиджа и между ними возникает несоответствие. В частности, можно также выделить ряд регионов с благоприятным климатом, но с неадекватной информацией об их фактическом состоянии с точки зрения стабильности, состояния финансов, режима налогового регулирования и администрирования, регистрации бизнеса и т.д.

Из такого варианта соотношения инвестиционного климата и инвестиционного имиджа вытекают следующие практические выводы.

а) имидж нужно и можно улучшать, поскольку существуют положительные черты в инвестиционном климате, о которых можно информировать инвесторов и другие заинтересованные стороны;

б) улучшать имидж можно и средствами СМИ, но только в связке с действительным улучшением климата.

⁸ Григорьев Л.М., Урожаева Ю.В. Поиск региональной политики в России: классификация регионов с точки зрения развития. В: «Модернизация экономики и выращивание институтов», Материалы VI конференции ГУ-ВШЭ, апрель 2005 г.

Положительным моментом здесь является тот факт, что определенные действия в направлении улучшения инвестиционного климата уже планируются. Улучшение и поддержание имиджа страны является самостоятельным вопросом. Для целей данного доклада важно подчеркнуть, что при реализации набора интуитивно-понятных мер по улучшению имиджа (например, распространение информационных и PR материалов, содействие участникам рынка в повышении их инвестиционного имиджа и т.п.) необходимо:

во-первых, сконцентрировать усилия на улучшении инвестиционного климата, прежде всего за счет реформы государственного аппарата (сокращение коррупции и административных барьеров),

во-вторых, усилия по улучшению имиджа страны и привлечению инвестиций в российскую экономику должны осуществляться совместно государством и бизнесом. Как уже упоминалась выше, существенную роль в данном процессе могут сыграть крупные российские компании, осуществляющие приобретение зарубежных активов, а также иностранные инвесторы, уже работающие в России.

3.4 Выводы

1. Общий имидж России и экономический имидж во многом сформировались как результат конфликтов и расхождений ожиданий и реальных последствий проведения реформ в 1990-е годы и экономической политики 2000-х годов. Ограничения на допуск иностранного капитала, усиление роли государственных компаний и другие факторы, сопровождающиеся отсутствием четкого позиционирования России, сформировали достаточно устойчивое, стереотипное, восприятие экономического климата страны. В результате, можно констатировать, что в настоящий момент экономический имидж России хуже реального состояния ее делового климата.

2. Имидж России в мире имеет значение не сам по себе, а с точки зрения выгод и издержек, которые возникают для граждан России, российских и иностранных бизнесменов, граждан других государств, приезжающих в Россию в качестве туристов, других групп при осуществлении инвестиций, устройстве на работу, смене места жительства, и, в конечном счете, поможет оказать влияние на результаты экономической деятельности.

3. В настоящий момент недостаточно благоприятные оценки имиджа России, прежде всего экономического, не вполне (особенно при проведении международных сопоставлений) соответствуют ее реальной макроэкономической ситуации, притоку иностранных инвестиций (и прямых, и портфельных), а значит и реальному состоянию инвестиционного климата. Поэтому следует осторожно относиться к оценкам международных агентств – методики могут не учитывать ряд аспектов фактического положения дел. С другой стороны при этом не следует идеализировать инвестиционный климат страны, явно нуждающийся в улучшении.

Вообще, экономический имидж страны, как и ее инвестиционный климат, различается в зависимости от отрасли или региона и говорить об общем имидже можно с определенными оговорками.

4. В отсутствие адекватных систем измерения экономического климата и его стереотипного восприятия повышается риск манипулирования (умышленного или нет) показателями и использования экономического имиджа страны для вменения российскому бизнесу дополнительных издержек при совершении сделок. Подтверждением отсутствия устойчивой взаимозависимости между имиджем страны и ее климатом является тот факт, что иностранные инвесторы, уже работающие на территории России оценивают ее климат лучше, нежели потенциальные иностранные инвесторы. Это указывает на смещение информации о России и отсутствии адекватного отражения реального климата в распространяемых сведениях.

5. Иностранные инвесторы готовы вкладывать средства в экономику, демонстрирующую стабильные темпы роста ВВП и потребительского рынка, не взирая на ее имидж. Это не означает, что в условиях благоприятной экономической ситуации можно не обращать внимания на инвестиционный имидж – остаются отрицательные ренты. И в этом случае остается открытым вопрос о том, что произойдет с объемами иностранных инвестиций в случае сокращения темпов экономического роста при сохранении активной международной конкуренции за привлечение инвестиций.

Можно предположить, что при отсутствии действий катастрофического характера в экономической жизни, спровоцированных либо внешними шоками, либо недостаточно адекватными действиями государства, развитие экономики будет происходить с умеренным учетом фактора имиджа.

Получается, что оценка имиджа происходит не столько при принятии решения об осуществлении или не осуществлении инвестиций, сколько при оценке премии за риск (или дисконта при приобретении российских активов). Иными словами, Россия не столько теряет потенциальные иностранные инвестиции, сколько платит завышенную цену (получает меньший объем) за осуществляемые иностранные инвестиции.

6. Важнейшим направлением формирования российского экономического имиджа является поведение российских компаний, приобретающих активы в развитых странах, и положительная репутация, формирующаяся у российского бизнеса, как приобретателя.

Действующий в рамках развитого правового поля на западе российский бизнес и иностранный бизнес, осуществляющий инвестиции на территории России, заинтересованы в совершенствовании делового климата нашей страны.

Основными факторами, негативно влияющим на российский деловой климат и экономический имидж страны является коррупция, бюрократизм и административные барьеры, т.е. факторы, непосредственно связанные с реформированием государственного аппарата. Иными словами, от государства необходимы не столько меры экономического характера, сколько административная реформа.

7. Россия выходит из имиджа страны кризисов, но еще не получила благоприятной оценки по многим показателям. Отнесение России в очень низкие группы со странами совершенно другого уровня и типа развития несколько подрывают доверие российских наблюдателей и бизнесменов к обсуждаемым индексам. Однако при всей относительности международных индексов российский бизнес платит за скрытые ренты, а главное – они все же о многом говорят.

Любые действия, направленные на улучшение как делового климата, так и экономического имиджа страны, должны осуществляться скоординировано государством и бизнесом. И только в этом случае они будут эффективны. Россия, видимо, должна будет перейти к формированию имиджа страны с благоприятным климатом для обычного инновационного бизнеса.