

УДК 330.322

Философские основания и методологические подходы к разработке рейтинговых показателей инвестиционной привлекательности регионов¹

Роголев Степан Анатольевич, студент, Елабужский институт Казанского федерального университета, s_rogolev@inbox.ru

В статье рассматривается проблема совершенствования методологии формирования рейтинговых показателей инвестиционной привлекательности регионов. Выявлены недостатки традиционных методик: субъективность экспертных оценок, отсутствие унифицированной системы, недостаточный учет комплексного характера регионального развития. Предложен альтернативный подход, в котором основным индикатором выступает объем внебюджетных инвестиций в основной капитал на душу населения как объективный рыночный показатель доверия инвесторов.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, рейтинговые показатели, системный подход, субъективность экспертных оценок, внебюджетные инвестиции, территориальный маркетинг, комплексная оценка.

Актуальность разработки и совершенствования методологии рейтинговых показателей инвестиционной привлекательности (ИП) обусловлена ее ключевой ролью в региональном управлении и экономическом развитии. ИП региона создает основу для роста объема привлекаемых инвестиционных ресурсов, необходимых для развития производственных технологий, создания новых и модернизации действующих предприятий, увеличения объемов производства и повышения качества продукции. Это, в свою очередь, способствует развитию хозяйственной деятельности, росту уровня занятости и благосостояния населения.

Актуальность темы рейтингов также связана с методологическими и философскими разногласиями относительно того, что и каким образом следует оценивать, чтобы получить объективную картину ИП региона.

В основу исследования легли материалы учебно-методического пособия «Региональное управление и территориальное планирование» Е. А. Горловой Е. А. [1] в части теоретических аспектов регионального и муниципального управления, а также методологии оценки муниципальной экономики; содержание маркетинга территории как системообразующей управленческой концепции — по учебному пособию «Маркетинг территории» О. Т. Ергуновой [2]; анализ существующих рейтингов инвестиционной привлекательности регионов — по статье «Новый подход к формированию рейтинга инвестиционной привлекательности регионов» Ю. А. Зубовой и С. В. Круглова [3]; характеристика методических подходов к оценке инвестиционной привлекательности региона, включая описательный и рейтинговый подходы, — в статье «Методические подходы к формированию и оценке рейтинга инвестиционной привлекательности региона» О. С. Сиваш и Н. З. Вельгош [5]; методы сбора и анализа маркетинговой информации (качественные и количественные) — в учебнике «Маркетинговые исследования и ситуационный анализ» А. П. Карасева [4].

Существующие методики оценки часто не учитывают комплексность и многофакторность регионального развития, что приводит к искажению реальной картины инвестиционной привлекательности территорий.

Проблема субъективности и парадоксов. Существующая методика нередко определяет позицию региона в рейтинге на основе экспертных оценок представителей инвестиционного и банковского сообществ. Это вызывает субъективность мнений экспертов, что

приводит к парадоксальным ситуациям, когда регион с более низким рейтингом оказывается более привлекательным для инвесторов по фактическим показателям. Кроме того, отсутствует единая методика: различные подходы по-разному трактуют понятие «инвестиционная привлекательность» и включают неодинаковый перечень показателей.

Исследование, оценка и управление регионами требуют системного подхода, что обусловлено самой природой регионального хозяйства. Оно представляет собой сложную совокупность территориальных и отраслевых элементов, находящихся в глубокой взаимосвязи и постоянном развитии [1, с. 8].

Системный характер регионального хозяйства диктует необходимость учитывать взаимовлияние всех экономических субъектов, расположенных на данной территории. Это особенно важно, т. к. современный регион (субъект Федерации) выступает как относительно обособленный социально-экономический комплекс со своими уникальными характеристиками и внутренней структурой.

Ключевыми принципами системного подхода, применимыми к анализу и управлению регионами, являются:

1. Целостность — рассмотрение региона как неделимой системы, где изменение одного элемента влияет на остальные.
2. Совместимость элементов — обеспечение согласованного функционирования различных подсистем региона.
3. Развитие — учет динамики и эволюционных процессов в региональной системе.
4. Единство вектора целей подсистем — согласование целей отдельных элементов с общей стратегической целью региона.
5. Влияние административно-политического фактора — признание роли управленческих и политических механизмов в функционировании региональной системы [1, с. 31–32].

Важнейшим индикатором эффективности регионального управления является конкурентоспособность региональной экономики. Она определяется как способность региона реализовывать свою главную целевую задачу — обеспечивать устойчивое социально-экономическое развитие при одновременном повышении качества жизни населения. Эта способность реализуется через формирование и использование конкурентных преимуществ.

При этом конкурентоспособность региона не сводится исключительно к экономическим показателям. Она включает:

— выполнение социальных нормативов;

¹ Научный руководитель: Валиев Ильдар Накипович — доцент кафедры философии и социологии, Елабужский институт Казанского федерального университета, кандидат философских наук.

- создание социальных преимуществ;
- обеспечение преимуществ в сфере жизнеобеспечения [1, с. 84–89].

В современных условиях одним из эффективных подходов к реализации экономической политики на региональном и муниципальном уровнях становится территориальный маркетинг. Он представляет собой современную философию управления территорией, направленную на усиление способности территориального сообщества адаптироваться к изменениям рыночной среды [2, с. 24]. В основе концепции территориального маркетинга лежит социально-этический маркетинг, направленный на гармонизацию интересов:

- производителей;
- потребителей;
- общества в целом.

Как управленческая концепция и инструмент продвижения территориальный маркетинг ориентирован на формирование, обеспечение и поддержание конкурентоспособности территории во внешней среде на межтерриториальном уровне [2, с. 53]. Это позволяет региону не только эффективно реагировать на вызовы современности, но и активно формировать собственное конкурентное преимущество в долгосрочной перспективе.

Существенным недостатком традиционных методик рейтингования инвестиционной привлекательности остается высокая степень субъективности, присущая экспертным оценкам, т. к. они неизбежно содержат элемент личностной интерпретации и могут быть подвержены влиянию предубеждений или ограниченной информационной базы оценщиков. В противовес этому современная философская трансформация подхода к формированию рейтингов ИП предполагает принципиальный методологический сдвиг — от опоры на субъективные суждения экспертов к объективизации оценки через анализ фактических инвестиционных решений.

В основе нового подхода лежит идея, что подлинную оценку региона дает не экспертное мнение, а реальные рыночные действия инвесторов, которые, вкладывая капитал, фактически «голосуют» за территорию своими финансами [3, с. 2]. Таким образом, рейтинг из теоретической конструкции превращается в практический индикатор инвестиционной привлекательности региона, формируемый на основе решений инвесторов, реально оценивающих риски, потенциал и доходность вложений.

Методические подходы к оценке ИП региона могут быть систематизированы следующим образом.

Описательный подход основывается на исследовании абсолютных показателей социально-экономического развития региона, а также их структуры и динамики.

Рейтинговый подход предполагает оценку аналитических показателей, которые группируются и обобщаются в синтетические показатели. На их основе формируется интегральный показатель, позволяющий определить рейтинг региона.

Узкий подход строится на анализе ограниченного набора показателей, таких как валовой внутренний продукт, объемы производства, динамика распределения национального дохода, структурные изменения в экономике и состояние законодательной базы.

Факторный подход направлен на оценку совокупности факторов, влияющих на инвестиционный потенциал региона: экономического потенциала, зрелости рыночной среды, политических, социокультурных и финансовых условий. Он дает возможность определить инвестиционные перспективы территории, однако не предусматривает разделения оценки потенциала и риска.

Рискованный подход основывается на оценке региона по двум направлениям — инвестиционному потенциалу и инвестиционному

рisku (или инвестиционному риску и социально-экономическому потенциалу). Этот подход обеспечивает более высокую точность анализа, но отличается субъективностью, т. к. во многом зависит от экспертных оценок.

В России на регулярной основе составляется несколько рейтингов инвестиционной привлекательности, например Национальным рейтинговым агентством, Агентством стратегических инициатив и рейтинговым агентством «РАЭК-Аналитика». Кроме того, существуют методики зарубежных агентств (*Moody's*, *Standard & Poor's*, *Fitch Ratings*). Однако все они имеют общие недостатки традиционных рейтинговых методик:

- 1) позиция региона в рейтинге часто определяется экспертами — представителями инвестиционного, банковского и экспертного сообществ, что приводит к субъективности;
- 2) методики слабо адаптируются к меняющимся экономическим условиям;
- 3) отсутствует ясность в оценке инвестиционного потенциала и рисков при сведении их в общий показатель;
- 4) недостаточно обоснованы принципы агрегирования показателей;
- 5) анализируются только потенциальные инвесторы внутреннего регионального рынка, без учета инвесторов за пределами региона [5, с. 3].

Для комплексной и объективной оценки ИП необходима систематизация показателей, описывающих как внешнюю, так и внутреннюю среду региона [5, с. 4].

Предлагаемый методологический подход к ранжированию регионов по уровню инвестиционной привлекательности принципиально отличается от традиционных методик: в его основе лежат не экспертные оценки, а объективные показатели, отражающие реально осуществленные инвестиции в основной капитал на территории региона. Ключевое преимущество такого критерия заключается в его эмпирической обоснованности: он отражает не субъективные суждения аналитиков, а фактические решения инвесторов, которые «голосуют» за регион собственными финансовыми ресурсами. Иными словами, объем вложенных средств выступает рыночным индикатором доверия к территории и ее потенциала.

Для практической реализации данного подхода наиболее релевантным показателем признается величина внебюджетных инвестиций в основной капитал, рассчитанная на душу населения. Такой выбор обусловлен двумя аспектами: во-первых, фокус на внебюджетных источниках позволяет учитывать именно рыночные инвестиции, мотивированные экономической эффективностью; во-вторых, приведение к показателю на душу населения обеспечивает сопоставимость регионов с разной численностью населения и масштабами экономики.

При этом бюджетные инвестиции целенаправленно исключаются из анализа. Это обусловлено их специфической природой: в отличие от частных вложений, они зачастую не ориентированы на получение прибыли и направляются в стратегически значимые, но низкорентабельные объекты инфраструктуры (например, социальные учреждения, дороги в малонаселенных районах). Включение их в расчет могло бы исказить реальную картину рыночной оценки территории со стороны инвесторов.

Таким образом, ключевой недостаток традиционных рейтингов заключается в высокой субъективности, связанной с опорой на экспертные оценки инвестиционного и банковского сообществ. Это порождает парадоксы, когда регион с формально низким рейтингом демонстрирует более высокие фактические показатели привлечения инвестиций (например, по доле инвестиций в ВРП). Кроме того, отсутствует единая унифицированная методика, учитывающая

специфику территорий и приоритеты отраслевого развития: различные подходы по-разному трактуют понятие «инвестиционная привлекательность» и используют неодинаковые наборы оценочных показателей.

В этой связи обоснован переход к системному подходу, рассматривающему регион как целостный социально-экономический комплекс взаимосвязанных территориальных и отраслевых элементов, развивающихся под влиянием административно-политических факторов. Такой подход требует соблюдения принципов целостности, совместимости подсистем, учета динамики развития и согласованности целей, что напрямую связано с конкурентоспособностью региона, понимаемой не только через экономические индикаторы, но и через выполнение социальных нормативов и качество жизнеобеспечения населения.

В качестве перспективной управленческой концепции выступает территориальный маркетинг, направленный на адаптацию территории к рыночным изменениям и гармонизацию интересов

производителей, потребителей и общества. В противовес субъективизму экспертных оценок формируется новый методологический подход, в котором во главу угла поставлены не мнения аналитиков, а фактически инвестиционные решения. Объем внебюджетных инвестиций в основной капитал на душу населения становится объективным рыночным индикатором доверия к региону, поскольку отражает «голосование деньгами» реальных инвесторов, оценивающих риски и доходность. Исключение бюджетных инвестиций из расчета оправдано их спецификой: они чаще направляются на компенсацию дефицита частного капитала в низкорентабельных, но стратегически важных сферах и, следовательно, не характеризуют рыночную привлекательность территории.

Таким образом, переход от умозрительных экспертных построений к анализу реальных инвестиционных потоков позволяет повысить объективность рейтингов ИП и обеспечить более адекватное отражение конкурентных преимуществ регионов.

Примечания

1. Горлова Е. А. Региональное управление и территориальное планирование: электронное учебно-методическое пособие. Краснодар, 2022.
2. Ергунова О. Т. Маркетинг территории: учебное пособие. Екатеринбург, 2017.
3. Зубова Ю. А., Круглов С. В. Новый подход к формированию рейтинга инвестиционной привлекательности регионов // Научное обозрение. Экономические науки. 2020. N 1.
4. Карасев А. П. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ: учебник и практикум. М., 2019.
5. Сиваш О. С., Вельгош Н. З. Методические подходы к формированию и оценке рейтинга инвестиционной привлекательности региона // Научный вестник: финансы, банки, инвестиции. 2022. N 3.

English version

Philosophical foundations and methodological approaches to the development of rating indicators of regional investment attractiveness

Rogolev Stepan Anatol'evich, student, Elabuga Institute of Kazan (Volga Region) Federal University

This article addresses the problem of improving the methodology for forming rating indicators of regional investment attractiveness. The shortcomings of traditional approaches are identified, including the subjectivity of expert assessments, the lack of a unified evaluation system, and the insufficient consideration of the complex nature of regional development. An alternative approach is proposed, in which the main indicator is the volume of off-budget investment in fixed capital per capita, serving as an objective market measure of investor confidence.

Keywords: investment attractiveness, rating indicators, systems approach, subjectivity of expert assessments, off-budget investment, territorial marketing, comprehensive assessment.