

УДК 339

## ВЗАИМОСВЯЗЬ НОВОСТНОГО ФОНА И ПРИТОКА ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В РЕГИОНЫ РОССИИ

**Е.А. Федорова, Ф.Ю. Федоров, А.В. Толкачев**

*Федорова Елена Анатольевна* – доктор экономических наук, профессор, департамент корпоративных финансов и управления. Финансовый университет при Правительстве РФ, Ленинградский пр-т, 49, Москва, Россия, 125468; профессор департамента финансов НИУ ВШЭ, ул. Мясницкая, 20, Москва, Россия, 101000. E-mail: ecolena@mail.ru.

*Федоров Федор Юрьевич* – аспирант, департамент анализа данных, принятия решений и финансовых технологий. Финансовый университет при Правительстве РФ, Ленинградский пр-т, 49, Москва, Россия, 125468. E-mail: fedorovfedor92@mail.ru.

*Толкачев Антон Викторович* – соискатель, департамент корпоративных финансов и управления. Финансовый университет при Правительстве РФ, Ленинградский пр-т, 49, Москва, Россия, 125468. E-mail: antontolkachev@gmail.com.

В данной работе рассматривается влияние положительной и отрицательной окраски новостного фона об инвестиционном процессе на приток прямых иностранных инвестиций в регион. На основе текстового анализа было исследовано 3 млн региональных новостей. Построены рейтинги регионов по негативному и позитивному освещению инвестиционного процесса. Затем на основе панельных данных по 80 регионам РФ (ВРП; число предприятий и организаций; инвестиции в основной капитал; приток ПИИ в регион; место, занимаемое в РФ 2014 г. в рейтинге по инвестициям в основной капитал на душу населения) и полученным новостным индексам была оценена модель. Было выявлено, что информация о странах-инвесторах мало влияет на приток ПИИ в регион, гораздо большее значение имеет количество всех новостей с положительной окраской об инвестиционном процессе на региональном уровне. Также на основе расчетов было доказано, что иностранные инвесторы выбирают регионы с низким уровнем конкуренции и невысоким уровнем инвестиций в основной капитал.

*Инвестиции, прямые иностранные инвестиции, маркетинг, новостной фон, региональная политика, текстовый анализ, субъект РФ.*

DOI: 10.14530/se.2016.4.075-092

---

© Федорова Е.А., Федоров Ф.Ю., Толкачев А.В., 2016

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ, проект «Оценка влияния санкций на экономику РФ» (№ 15-02-00622).

## ВВЕДЕНИЕ

Современное государство представляет собой сложный механизм взаимодействия всевозможных микро- и макроэкономических, политических и социальных институтов, функционирующий на основе принципов и законов рыночной экономики. Компании в таком случае осуществляют хозяйственную деятельность в условиях сложной внешней среды и вынуждены принимать во внимание множество разнообразных факторов, способных оказать влияние на их эффективность. Одним из таких факторов является привлечение прямых иностранных инвестиций (ПИИ).

Привлечении ПИИ в регион зависит от уровня инвестиционной привлекательности региона. Российская Федерация объединяет в себе 85 субъектов, которые могут создавать различные условия для привлечения зарубежного капитала в регион, при этом распределение иностранных инвестиций в РФ крайне неравномерно. По данным за 2014 г. [6], на первом месте по объемам ПИИ находятся компании Центрального федерального округа (более половины – 12 486 млн долл.), на втором месте – Уральский федеральный округ (7341 млн долл.), на третьем – Дальневосточный федеральный округ (3940 млн долл.) Далее следует группа федеральных округов, малопривлекательных для иностранных инвесторов: Приволжский (1189 млн долл.), Северо-Кавказский (142 млн долл.) и Южный (46 млн долл.). Крымский (–27 млн долл.), Сибирский (–909 млн долл.) и Северо-Западный (–1866 млн долл.) федеральные округа являются непривлекательными.

Для определения основных проблем, возникающих при привлечении зарубежного капитала, было проанализировано совместное исследование компании КПМГ и Российского союза промышленников и предпринимателей «Точка зрения инвесторов: оценка инвестиционного климата российских регионов глазами иностранных инвесторов – 2013» [7, с. 7]. На основании опроса был выявлен ряд сложностей для зарубежных инвесторов, ведущих бизнес в России: степень подготовленности регионов к привлечению инвесторов; высокий уровень коррупции, которая является вероятной причиной остановки каждого седьмого инвестиционного проекта; отсутствие у инвесторов убежденности относительно преимуществ и возможностей реализации инвестиционных проектов на территории РФ. Вышеописанный комплекс проблем останавливает дальнейшее распространение зарубежных инвестиций по территории Российской Федерации. Иными словами, нерешенные противоречия усиливают неравномерность распределения зарубежных капиталовложений, а также замедляют темпы роста объема ввезенных в страну ПИИ.

Существует ряд отечественных и зарубежных исследований, посвящен-

ных проблемам привлечения инвестиций в регионы. Привлечение прямых иностранных инвестиций является одной из основных задач регионов и городов. Международная статистика свидетельствует о том, что привлекательными становятся те регионы, которые имеют отличные от других характеристики. Часть из них обладает более привлекательными не только экономическими (агломерация экономики, близость к европейским рынкам, развитый уровень промышленности), но и качественными факторами (качество жизни, местная политика в области развития и т. д.). При этом вопросы, связанные с информационным фоном, который может влиять на принятие решений об инвестировании и со стороны инвестора, и со стороны руководителя предприятия, куда направляются инвестиции, остаются малоизученными.

Цель настоящего исследования – оценка новостного фона и его влияния на привлечение иностранных инвестиций в регионы РФ. В рамках исследования были сформулированы гипотезы, тестирование которых позволит достичь заявленной цели.

*Гипотеза 1. Новостной фон влияет на эффективность привлечения прямых иностранных инвестиций в регион. Новости об инвестиционном процессе с негативным оттенком снижают инвестиционную привлекательность в глазах потенциальных инвесторов, что, очевидно, приводит к уменьшению притока инвестиций в основной капитал организаций с участием иностранного капитала, а новости с положительной тональностью – увеличивают.*

Данная тема неразрывно связана с маркетингом региона, где имидж территории определяется способностью властей создавать и контролировать часть новостей о регионе. Поэтому имеет смысл рассмотреть основные публикации по данному направлению. Стратегическое планирование, маркетинг и брендинг территорий стали играть все более важную роль. В исследовании [24] доказано, что привлечение ПИИ было осуществлено, в том числе, и за счет использования процесса маркетинга, выявлены этапы применения эффективности маркетинга в качестве инструмента привлечения ПИИ, рассмотрены предпосылки для успешного привлечения инвестиций и определена роль брендинга. В работе [18] оценивается влияние репутации страны на объемы привлечения ПИИ. Авторы анализируют образ страны с учетом культурных сходств и географических факторов. В исследовании [21] доказано, что прямые инвестиции японских фирм (ПИИ) напрямую зависят от уровня международного маркетинга.

Обзор исследований о взаимосвязи имиджа страны и притока иностранного капитала предложен в работе [26]. Здесь также были выявлены основные проблемы, которые часто мешают развитию успешной национальной стратегии, основанные на эффективности брендинга. Ряд исследований по-

священ анализу маркетинговой политики стран Центральной Европы [15]. Было выявлено, что фирмы с иностранным участием в Венгрии, более вероятно, имеют долгосрочный рост ориентированных маркетинговых целей, чем государственные предприятия. На сегодняшний день, однако, большая часть исследований сосредоточена на таких крупных странах Центральной Европы, как Болгария, Чехия, Венгрия и Польша. При этом существует некоторый пробел в знаниях в области маркетинга в небольших странах, таких как страны Балтии, Словакия и государства бывшей Югославии.

Повышение конкуренции в привлечении объемов прямых иностранных инвестиций требует национальных и, что более важно, региональных властей активно продвигать свои территории. Способы организации продвижения регионов с точки зрения маркетинга показаны на основе данных Чехии, Польши и Словакии [13]. Также были рассмотрены организация рекламных усилий на уровне региона, стратегический выбор и разделение ответственности по выбору эффективного использования ресурсов и рекламных методов. Выявлено, что на ВРП влияют выбор целевых групп и согласованность проецируемого изображения региона.

Экономика Китая является одним из самых ярких примеров экономического подъема за счет ПИИ. В исследовании [17] показано, как развивающаяся экономика достигает высокого роста на основе разумного макроэкономического управления в сочетании с долгосрочной политикой в области ПИИ. Более детальный анализ китайских моделей и политики в области ПИИ за последние 15 лет доказывает сильную корреляцию между высоким уровнем экономической эффективности страны и соответствующих инструментов и стимулов для систематического привлечения ТНК. ПИИ, ориентированные на промышленную модернизацию и рост конкурентоспособности предприятий, были достигнуты благодаря долгосрочным мерам национальной политики, включая и повышение ее рейтинга.

Несмотря на то, что существуют исследования в области маркетинга территории, нацеленного на повышение привлекательности региона и привлечение прямых иностранных инвестиций, исследований, касающихся влияния новостного фона на инвестиционный процесс, практически нет. Авторы настоящего исследования считают, что новостной фон об инвестиционном процессе влияет на приток прямых иностранных инвестиций в регион. Актуальность данного подхода имеет особое значение в связи с введенными в 2014 г. санкциями. Если в Россию в 2011 г. поступило 55 084 млн долл. ПИИ, в 2012 г. – 50 588 млн долл., в 2013 г. – 69 219 млн долл., то в 2014 г. падение ПИИ составило 46 362 млн долл., что составляет 67% [6]. Падение объемов ПИИ в 2014 г. можно объяснить введением санкций против России. Так, в июле 2014 г. прекращено финансирование Европейским инвестици-

онным банком новых проектов в России по рекомендации Совета ЕС; приостановлено инвестирование в России Европейским банком реконструкции и развития (ЕБРР); запрещено компаниям из стран ЕС инвестировать в проекты инфраструктуры (транспортные, телекоммуникационные и энергетические), в добычу нефти, газа, минерального сырья, а также поставлять оборудование, оказывать финансовые и страховые услуги предприятиям этих отраслей [4]. В связи с санкциями значительно увеличился новостной фон о странах-инвесторах, и он мог повлиять на принятие решения о сотрудничестве и со стороны инвестора, и со стороны отечественных предприятий.

В настоящем исследовании выбраны те страны, которые были или являются лидерами по притоку прямых иностранных инвестиций в экономику России. Рассмотрим основной приток прямых иностранных инвестиций в I–II кварталах 2015 г. Лидерами являются страны-оффшоры Багамы (2328 млн долл.) и Кипр (1156 млн долл.), далее идут Германия (974 млн долл.), Франция (957 млн долл.), Виргинские острова (813 млн долл.) – также относятся к странам-оффшорам, Великобритания (743 млн долл.). Лидерами по оттоку ПИИ являются Люксембург (–3672 млн долл.), Швейцария (–979 млн долл.), Ирландия (–733 млн долл.). Для нашего исследования были выбраны следующие страны: США, Германия, Франция, также были добавлены Италия и Китай.

Безусловно, на объемы ПИИ влияет не только маркетинг региона, но и экономические характеристики региона. Поэтому логично сформулировать вторую гипотезу.

*Гипотеза 2. На объемы привлечения ПИИ в регион наряду с новостным фоном влияют экономические характеристики региона.*

Механизм привлечения ПИИ в регионы рассматривался в работах Гладышевой А.А., Ратниковой Т.А. [3], Матраевой Р.В. [5], Василевской С.В. [2], Федоровой Е.А. и др. [9; 10]. При этом чаще всего затрагивались вопросы, связанные с высоким уровнем экономического развития региона, уровнем доверия инвесторов к региональной администрации, уровнем социального развития региона, правовым регулированием и т. д. [8].

Детерминанты регионального неравенства притока ПИИ в Россию анализируются в исследовании [20]. Пространственное распределение ПИИ объясняется региональными факторами, такими как заработная плата, уровень образования, а также валовой региональный продукт. Также объемы привлеченных в регион ПИИ зависят и от наличия природных ресурсов. Китай имеет большую территорию, аналогичную России, и подобные проблемы, связанные с привлечением прямых иностранных инвестиций в регионы [16]. После осуществления реформ и открытости политики Китай продолжает привлекать довольно значительное количество прямых ино-

странных инвестиций (ПИИ), которые имеют заметно несбалансированное пространственное распределение, фактически только восточная часть привлекает ПИИ. В данном исследовании на основе панельных данных по 287 городам окружного уровня были определены значимыми следующие факторы: льготная политика, природные ресурсы, инфраструктура и др.

В исследовании [19] было оценено влияние прямых иностранных инвестиций на производительность предприятий в регионах России и рассмотрены синергетические эффекты между ПИИ и потенциалом исследований и разработок (R&D). Результаты свидетельствуют о роли ПИИ в экономическом развитии российских регионов. Кроме того, было выявлено, что положительный эффект влияния ПИИ на производительность может увеличиться в тех регионах, которые получили большие объемы иностранного капитала.

В работе [28] исследуются потоки входящих и исходящих прямых иностранных инвестиций и соотношение ПИИ/ВВП в выборке из 62 стран в течение 30 лет. Были выявлены структурные разрывы в течение последних 15 лет, после перерыва притока ПИИ соотношение ПИИ/ВВП стало значительно выше, чем до перерыва. Большинство разрывов связаны с процессом глобализации, региональной экономической интеграцией, экономическим ростом или политической нестабильностью. Было выявлено, что приток ПИИ отрицательно связан с волатильностью обменного курса и ВВП на душу населения, но положительно связан с открытостью торговли, ВВП и ростом ВВП. Также было показано, что Европейский союз является единственным региональным экономическим интеграционным блоком, который оказывает значительное позитивное воздействие на приток ПИИ.

Аналогично вышеописанным работам в настоящем исследовании в перечень рассматриваемых параметров были добавлены следующие характеристики: ВРП, число предприятий и организаций, инвестиции в основной капитал.

## МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

В контексте данной работы под «тональностью» конкретной новостной публикации понимается субъективное отношение автора к освещаемым событиям. В целях обеспечения объективности в итоговую интегральную оценку необходимо включить новостной поток с максимального количества профильных новостных агентств и изданий, как провластных, так и оппозиционных (либо считающих себя таковыми), с максимальным охватом бенефициаров, ориентированных как на федеральный, так и на местный, региональный уровень событий. Таким образом, разнополярные оценки тональности двух авторов, освещающих с разных сторон одно и то же со-



бытие, нивелируются (условно – дадут в сумме нейтральную тональность). На большом же массиве данных интегральная оценка покажет среднее, действительное выражение отношения к новости.

Выделяют три наиболее распространенных подхода к решению задачи определения тональности текста: основанный на правилах; основанный на словарях; машинное обучение с учителем. Подход, основанный на правилах, состоит из множества логических правил, на основании которых система делает заключение о тональности текста. Это правила вида «если – то – иначе», составленные на основе экспертных оценок в одном предметном домене. Данный подход характеризуется высокими трудозатратами на разработку системы правил, может совмещать в себе элементы иных подходов. Несмотря на некоторую степень примитивности в инструментах достижения результата, данный подход показывает хорошие результаты при наличии качественной системы правил и успешно используется во многих коммерческих системах анализа текста. В подходе, основанном на словарях, используются заранее составленные экспертами-лингвистами словари тональности слов, где каждому слову сопоставлено численное выражение тональности. Для составления интегральной оценки всего текста используется весь спектр статистических методов: от простого среднего арифметического до методов классификации с помощью нейронных сетей. В подходе с применением машинного обучения с учителем машинный классификатор обучается на заранее размеченных экспертами текстах, затем модель классификации уточняется.

Для построения индекса новостного фона была избрана методика, сочетающая в себе элементы разметки текста с помощью словарей тональности и классификации на основе машинного обучения, состоящая из нескольких этапов.

1. Нормализация текста – удаление шумовых слов (стоп-слов), не несущих в себе никакой смысловой нагрузки в целях настоящего исследования, тем не менее являющихся самостоятельными языковыми лексемами (предлоги, причастия, частицы, цифры и пр.). Первоначальный список стоп-слов был скачан с тематического сайта в сети Интернет (<http://stopslov.net/>) и уточнялся в соответствии с языковым доменом анализируемых новостей.

2. Стемминг. Чтобы использовать широкодоступные алгоритмы стемминга и определения тональности для сравнительно менее морфологически насыщенного английского языка, текст был разбит на N-граммы, каждая из которых переведена на английский язык. Таким образом, без потери общего смысла и ключевых слов, подлежащих определению тональности, появилась возможность использовать развитые методы анализа английского языка. Применяемые пакеты для работы: Rproject.

## ЭМПИРИЧЕСКАЯ БАЗА ИССЛЕДОВАНИЯ

Была выбрана база данных СМИ bezformata.ru – мультирегиональный агрегатор федеральных и региональных СМИ на временном промежутке 2013–2015 гг., были скачаны новости по категории «Экономика», общее количество новостей составило 3 млн. Также были собраны данные по регионам за 2014 г. [6]: ВРП (млн руб.); число предприятий и организаций, инвестиции в основной капитал (в фактически действовавших ценах, млн руб.); приток ПИИ в регион (сальдо операций платежного баланса Российской Федерации, млн долл. США); место, занимаемое в РФ в 2014 г. по рейтингу инвестиций в основной капитал на душу населения в фактически действующих ценах (в руб.). Выборка включала 80 регионов, за исключением Северной Осетии, Тюменской области, Ненецкого, Ханты-Мансийского, Ямало-Ненецкого автономных округов.

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ДИСКУССИЯ

На первом этапе были построены положительные и отрицательные рейтинги по определенным словам, в соответствии с *гипотезой 1* эти слова должны относиться к инвестиционному процессу. В качестве таких слов были выбраны слова «инвестиции» и «инвестор» (и производные от этих слов), после оценки расстояния между этими словами и блоком слов с «положительной» или «отрицательной» окраской мы получили среднюю и медианную кросс-корреляцию по каждому набору слов. Чем выше средняя кросс-корреляция по позитивным новостям, тем более позитивно СМИ освещают инвестиционный процесс в регионе. В качестве наглядной иллюстрации полученных данных значение корреляции слов «Приморский» и «край» на используемых данных составило – 0,7, т. е. в 70% случаев упоминания эти слова будут находиться близко друг от друга.

Далее были просуммированы полученные коэффициенты корреляции по целевым словам<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> Сначала были выбраны слова, относящиеся к инвестиционному процессу (слова «инвестиции» и «инвестор» и слова «страны-инвесторы» (Китай, Германия, Франция, Италия и США). Потом были рассчитаны коэффициенты корреляции между выбранным словом и блоком слов с «положительной» или «отрицательной» окраской для каждой новости. Затем построена матрица: по вертикали – новости, по горизонтали – все слова, которые хотя бы раз встречались во всем пуле новостей. В каждой ячейке матрицы – число, означающее количество появлений слов в новости. По этим числам и строится корреляция: для выбранных целевых слов (например, «инвестиции») с каждым словом с положительной окраской. То есть это обычная математическая корреляция двух величин. Количество всех коэффициентов корреляций для одного прогона: 2 (инвестиции, активы) x 2006 (количество слов с положительной окраской) = 4012; 2 (инвестиции, активы) x 4783 (количество слов с отрицательной окраской) = 9566. Эти значения усредняются и получается итоговое. Процедура выполняется для каждого региона в отдельности.



Далее был построен рейтинг инвестиционного оптимизма (по «хорошим» новостям) всех регионов за 2015 г. Топ-15 регионов для иллюстрации представлен в таблице 1.

Первые 15 позиций занимают регионы, в которых инвестиционный процесс оценивается с положительной точки зрения. В первую пятерку вошли такие регионы, как Ленинградская область, Чукотский автономный округ, Республика Саха (Якутия), Курская область и Новгородская область. Для сравнительного анализа рядом представлен рейтинг по негативным новостям по инвестиционному процессу. В Ленинградской области в основном положительно освещаются новости об инвестиционном процессе, разница между корреляцией позитивных и негативных новостей довольно существенная, аналогичная ситуация и для Камчатского края, частично и для г. Санкт-Петербург. В остальных регионах инвестиционный процесс освещается равномерно, как положительно, так и отрицательно.

Таблица 1

Рейтинг инвестиционного оптимизма по регионам за 2015 г.

Регион РФ	№	Позитивные новости		№	Негативные новости	
		среднее	медиана		среднее	медиана
Ленинградская область	1	1,28	1,2	63	0,38	0,34
Республика Карелия	2	1,26	1,285	1	1,37	1,7
ЧАО	3	1,24	1,23	3	1,20	1,03
Республика Саха (Якутия)	4	1,16	1,24	2	1,22	1,3
Курская область	5	1,06	1,02	4	1,08	1,09
ЕАО	6	1,02	1,02	5	0,98	0,88
Новгородская область	7	0,99	0,99	14	0,76	0,62
г. Санкт-Петербург	8	0,91	1,05	13	0,79	0,775
Тверская область	9	0,83	0,72	6	0,94	0,92
Смоленская область	10	0,83	0,69	9	0,84	0,72
Республика Алтай	11	0,81	0,72	11	0,81	0,695
Тамбовская область	12	0,78	0,77	7	0,89	0,855
Камчатский край	13	0,77	0,72	67	0,27	0,24
Иркутская область	14	0,75	0,72	15	0,76	0,75
Пензенская область	15	0,72	0,64	12	0,80	0,76

Источник: расчеты авторов.

Аналогично был построен рейтинг инвестиционного пессимизма (по «плохим» новостям) всех регионов. Топ-15 регионов представлен в таблице 2.

Таблица 2

**Рейтинг инвестиционного пессимизма по регионам за 2015 г.**

Регион РФ	№	Негативные новости		№	Позитивные новости	
		среднее	медиана		среднее	медиана
Республика Карелия	1	1,37	1,7	2	1,26	1,285
Республика Саха (Якутия)	2	1,22	1,3	4	1,16	1,24
ЧАО	3	1,20	1,03	3	1,24	1,23
Курская область	4	1,08	1,09	5	1,06	1,02
ЕАО	5	0,98	0,88	6	1,02	1,02
Тверская область	6	0,94	0,92	9	0,83	0,72
Тамбовская область	7	0,89	0,855	12	0,78	0,77
г. Севастополь	8	0,87	0,925	22	0,65	0,65
Смоленская область	9	0,84	0,72	10	0,83	0,69
Республика Башкортостан	10	0,84	0,85	24	0,64	0,61
Республика Алтай	11	0,81	0,695	11	0,81	0,72
Пензенская область	12	0,80	0,76	15	0,72	0,64
г. Санкт-Петербург	13	0,79	0,775	8	0,91	1,05
Новгородская область	14	0,76	0,62	7	0,99	0,99
Иркутская область	15	0,76	0,75	14	0,75	0,72

*Источник:* расчеты авторов.

Можно отметить, что рейтинг регионов с «хорошими» новостями и рейтинг регионов с «плохими» новостями совпадает, т. е. в одном регионе может быть как много «хороших», так и много «плохих» новостей. Это, вероятно, является последствием активных инвестиционных процессов в регионе и косвенно указывает на наличие инвестиционной конкуренции в таких регионах.

К регионам, в которых больше негативных новостей об инвестиционном процессе, были отнесены регионы: Тверская область, Тамбовская область, город Севастополь, Республика Башкортостан.

В соответствии с гипотезой 1 был построен рейтинг по странам-инвесторам аналогично предыдущим рейтингам, когда были просуммированы коэффициенты корреляции по всем странам (США, Германия, Франция, Италия и Китай). В таблице 3 представлены рейтинги регионов по совокупным «хорошим» новостям о странах-инвесторах.

Лучше всего говорят об инвестиционном процессе и о тех странах, которые являются основными инвесторами, в Ленинградской области. Больше положительных новостей, даже с условием введения санкций и соответствующего новостного освещения, генерируют в Мурманской области, Республике Карелия, Республике Калмыкия, Ивановской области, городе Севастополе, Костромской области, Рязанской области и Республике Татарстан.

Таблица 3

## Рейтинг регионов по «хорошим» новостям о странах-инвесторах за 2015 г.

Регион РФ	№	Позитивные новости		№	Негативные новости	
		среднее	медиана		среднее	медиана
Мурманская область	1	2,524	2,55	7	2,328	2,375
Тамбовская область	2	2,303	2,415	4	2,474	2,45
Пензенская область	3	2,261	2,04	3	2,653	2,71
Смоленская область	4	2,073	1,915	11	2,053	1,885
Республика Карелия	5	2,062	2	60	0,811	0,7
Курская область	6	2,035	2,105	10	2,181	2,4
Республика Калмыкия	7	1,99	2,02	46	1,231	1,18
Ивановская область	8	1,908	1,9	38	1,365	1,36
Ленинградская область	9	1,9	1,995	51	1,139	1,165
г. Севастополь	10	1,841	1,74	27	1,553	1,645
Костромская область	11	1,812	1,68	33	1,488	1,445
Орловская область	12	1,792	1,76	16	1,778	1,75
Иркутская область	13	1,791	1,7	14	1,915	1,86
Рязанская область	14	1,774	1,71	32	1,497	1,465
Республика Татарстан	15	1,649	1,545	41	1,287	1,15

Источник: расчеты авторов.

В таблице 4 представлены рейтинги регионов по совокупным «плохим» новостям о странах-инвесторах.

Таблица 4

## Рейтинг регионов по совокупным «плохим» новостям о странах-инвесторах за 2015 г.

Регион РФ	№	Негативные новости		№	Позитивные новости	
		среднее	медиана		среднее	медиана
Республика Алтай	1	2,71	2,71	54	0,88	0,88
Пензенская область	2	2,653	2,71	3	2,261	2,04
Тамбовская область	3	2,474	2,45	2	2,303	2,415
Мурманская область	4	2,328	2,375	1	2,524	2,55
Псковская область	5	2,265	2,235	24	1,487	1,42
Курская область	6	2,181	2,4	6	2,035	2,105
Смоленская область	7	2,053	1,885	4	2,073	1,915
Камчатский край	8	1,991	2,12	43	1,221	1,225
Владимирская область	9	1,956	1,88	21	1,51	1,29
Иркутская область	10	1,915	1,86	13	1,791	1,7
Орловская область	11	1,778	1,75	12	1,792	1,76
Воронежская область	12	1,719	1,73	30	1,435	1,305
Алтайский край	13	1,718	1,765	33	1,396	1,4
Новосибирская область	14	1,708	1,655	16	1,556	1,445
Курганская область	15	1,7	1,62	23	1,496	1,475

Источник: расчеты авторов.

В первую пятерку регионов, в которых иностранные инвесторы освещаются с более негативной окраской, вошли такие регионы, как Республика Алтай, Пензенская область и Псковская область.

На последнем этапе было оценено влияние новостных индексов на приток инвестиций в основной капитал организаций с участием иностранного капитала, и результаты представлены в таблице 5. В качестве переменных по новостным индексам была взята разница освещения в регионе позитивных и негативных индексов по странам-инвесторам (Китай, Германия Италия, США и Франция) и словом «инвестиции».

Таблица 5

**Результаты оценки влияния новостных индексов за 2014 г. на приток прямых иностранных инвестиций в регион**

Переменная	Коэффициенты	t-статистика
Intercept	-2,879e+02(.)	1,602e+02
Новостной индекс по слову «Германия»	6,062e+02	4,248e+02
Новостной индекс по слову «Инвестиции»	-2,201e+03 **	7,101e+02
Валовой региональный продукт	3,487e-09 ***	2,589e-10
Число предприятий и организаций	-2,049e-02 ***	2,541e-03
Инвестиции в основной капитал	-3,970e-09 ***	6,571e-10
Место, занимаемое в РФ в 2014 г. по рейтингу по инвестициям в основной капитал на душу населения в фактически действующих ценах, руб.	3,306e+00	2,556e+00
R <sup>2</sup>	0,95	

*Примечание:* \*\*\* – менее 1% уровня значимости, \*\* – 1%-ный уровень значимости, \* – 5%-ный уровень значимости, (.) – 10%-ный уровень значимости.

*Источник:* расчеты авторов.

Валовой региональный продукт влияет положительно на приток инвестиций в регион (эти результаты совпадают с многочисленными предыдущими исследованиями, например: [25; 27; 31]). Данный вывод о влиянии ПИИ на экономический рост, который подтвердился для России, не подтверждается для других стран. Взаимосвязь между ВВП и ПИИ не была найдена для Туниса [12] и для экономики Турции [31] в краткосрочной и долгосрочной перспективах. Причины эффективности или неэффективности ПИИ могут быть разными. В ряде исследований рассматриваются особенности эффективности ПИИ в зависимости от характеристик принимающих компаний (например, уровня заработной платы [23], страны-инвестора [14], уровня развития финансового рынка [11] и т. д.). Подтверждение факта взаимосвязи ПИИ и ВРП, по мнению авторов настоящего исследования, вызвано тем, что в качестве стран-инвесторов в случае России в основном выступают развитые страны, которые передают современные знания, умения и технологии отечественным предприятиям.

Однако неожиданным является результат отрицательной взаимосвязи между притоком прямых иностранных инвестиций, числом организаций в регионе и инвестициями в основной капитал. Это можно объяснить тем фактом, что наиболее привлекательными регионами с точки зрения иностранного капитала являются регионы с низким уровнем конкуренции и невысоким уровнем инвестиций в основной капитал. Полученные в настоящем исследовании результаты совпадают с исследованием [29], в котором было выявлено, что МНК США увеличивают инвестиции в Азию, чтобы использовать низкий уровень заработной платы и обеспечить выход на новые рынки. Также в исследовании [23] на основе использования панельных данных по канадской обрабатывающей промышленности была доказана роль ПИИ в объяснении роста производительности труда за счет передачи технологии и внутренних инноваций.

Что касается новостных индексов, то значимым фактором для привлечения прямых иностранных инвестиций является генерирование большего количества новостей с положительной окраской об инвестиционном процессе. Этот фактор является более значимым, чем новости о странах-инвесторах.

## ОСНОВНЫЕ ВЫВОДЫ

На основании проведенного анализа можно сделать следующие выводы.

Во-первых, частично была подтверждена гипотеза, что маркетинг региона в части положительного освещения инвестиционного процесса в средствах массовой информации является значимым фактором для привлечения прямых иностранных инвестиций в регион. Новости об инвестиционном процессе с негативной окраской снижают инвестиционную привлекательность в глазах потенциальных инвесторов, что, очевидно, приводит к уменьшению притока инвестиций в основной капитал организаций с участием иностранного капитала, а новости с положительной окраской – увеличивают. Региональным средствам массовой информации следует уделять внимание новостному фону и стараться максимально подробно освещать позитивные новости.

Во-вторых, несмотря на доказанный в работе факт о положительном влиянии ПИИ на ВРП в регионе, инвесторы выбирают регионы с низким уровнем конкуренции и невысоким уровнем инвестиций в основной капитал.

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. БЕЗФОРМАТА. RU. Мультирегиональный агрегатор новостей. URL: bezformata.ru (дата обращения: январь – март 2016).
2. *Василевская С.В.* Организационно-экономические аспекты управления прямыми иностранными инвестициями в регионе в целях развития предпринимательства // Вестник Тихоокеанского государственного университета. 2010. № 3. С. 193–198.
3. *Гладышева А.А., Ратникова Т.А.* Роль неоднородности и взаимного влияния регионов России в распределении прямых иностранных инвестиций в пищевую отрасль // Экономический журнал Высшей школы экономики. 2014. Т. 18. № 2. С. 285–327.
4. *Клинова М., Сидорова Е.* Экономические санкции и их влияние на хозяйственные связи России с Европейским союзом // Вопросы экономики. 2014. № 12. С. 67–79.
5. *Матраева Л.В.* Прогнозирование потоков прямых иностранных инвестиций в регионы РФ // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2013. № 5. С. 172–176.
6. Регионы России. Социально-экономические показатели. 2015 г. / ФСГС. 2016. URL: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b15\\_14p/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_14p/Main.htm) (дата обращения: июнь 2016).
7. Точка зрения инвесторов. Оценка инвестиционного климата российских регионов глазами иностранных инвесторов / КПМГ, РСПП. 2013. 103 с. URL: [http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Taking-the-Investor-Perspective\\_RU.pdf](http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Taking-the-Investor-Perspective_RU.pdf) (дата обращения: июнь 2016).
8. *Федорова Е.А.* Факторы, влияющие на приток иностранных инвестиций в регионы // Региональная экономика: теория и практика. 2014. № 43. С. 51–62.
9. *Федорова Е.А., Коркмазова Б.К., Муратов М.А.* Оценка эффективности компаний с прямыми иностранными инвестициями: отраслевые особенности в РФ // Пространственная экономика. 2015. № 2. С. 47–63. DOI: 10.14530/se.2015.2.047-063.
10. *Федорова Е.А., Левина А.М., Николаев А.Э.* Эффективность компаний с прямыми иностранными инвестициями в России: региональный аспект // ЭКО. 2016. № 1 (499). С. 61–69.
11. *Azman-Saini W.N.W., Law S.H., Ahmad A.H.* FDI and Economic Growth: New Evidence on the Role of Financial Markets // Economics Letters. 2010. Vol. 107. Issue 2. Pp. 211–213. DOI: 10.1016/j.econlet.2010.01.027.
12. *Belloumi M.* The Relationship between Trade, FDI and Economic Growth in Tunisia: An Application of the Autoregressive Distributed Lag Model // Economic Systems. 2014. Vol. 38. Issue 2. Pp. 269–287. DOI: 10.1016/j.ecosys.2013.09.002.
13. *Capik P.* Organising FDI Promotion in Central – Eastern European Regions // Special Issue Paper Place Branding and Public Diplomacy. 2007. April. Vol. 3. Issue 2. Pp. 152–163. DOI: 10.1057/palgrave.pb.6000058.
14. *Demir F.* Effects of FDI Flows on Institutional Development: Does It Matter Where the Investors are From? // World Development. 2016. Vol. 78. Pp. 341–359. DOI: 10.1016/j.worlddev.2015.10.001.
15. *Fahy J., Hooley G., Cox T., Snoj B.* Foreign Direct Investment, Economic Transition and the Impact on Marketing Practice in Slovenia // The Academy of International Business Series. Palgrave Macmillan UK, 2000. Pp. 221–237. DOI: 10.1057/9780230596740\_11.
16. *Fan H., Kamran S.M., Li M. et al.* Congestion Costs and Differences in the Regional Distribution of FDI in China // Qual Quant. 2016. DOI: 10.1007/s11135-016-0366-6.
17. *Fischer P.* FDI Policies and Prospects in China // Foreign Direct Investment in Russia. A Strategy for Industrial Recover. Palgrave Macmillan UK, 2000. Pp. 147–196. DOI: 10.1057/9780333977590\_6.



18. Ideas in Marketing: Finding the New and Polishing the Old. Proceedings of the 2013 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference / Edited by K. Kubacki. Springer International Publishing, 2015. DOI: 10.1007/978-3-319-10951-0.
19. *Iwasaki I., Suganuma K.* Foreign Direct Investment and Regional Economic Development in Russia: An Econometric Assessment // *Economic Change and Restructuring*. 2015. Vol. 48. Issue 3. Pp. 209–255. DOI: 10.1007/s10644-015-9161-y.
20. *Kayam S.S., Yabrukov A., Hisarciklilar M.* What Causes the Regional Disparity of FDI in Russia? A Spatial Analysis // *Transition Studies Review*. 2013. Vol. 20. Issue 1. Pp. 63–78. DOI: 10.1007/s11300-013-0272-8.
21. *Kim C., Chung J.* Brand Popularity, Country Image and Market Share: An Empirical Study // *Journal of International Business Studies*. 1997. Vol. 28. Issue 2. Pp. 361–386. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8490105.
22. *Lheem H.G., Guo S.* Political Economy of FDI and Economic Growth in China: A Longitudinal Test at Provincial Level // *Journal of Chinese Political Science*. 2004. Vol. 9. Issue 1. Pp. 43–62. DOI: 10.1007/BF02876956.
23. *Liu W.-H. et al.* Domestic Impacts of Outward FDI in Taiwan: Evidence from Panel Data of Manufacturing Firms // *International Review of Economics and Finance*. 2015. Vol. 39. Pp. 469–484.
24. *Metaxas T.* Place Marketing, Place Branding and Foreign Direct Investments: Defining their Relationship in the Frame of Local Economic Development Process // *Place Branding and Public Diplomacy*. 2010. Vol. 6. Issue 3. Pp. 228–243. DOI: 10.1057/pb.2010.22.
25. *Nistor P.* FDI Implications on BRICS Economy Growth // *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 32. Pp. 981–985. DOI: 10.1016/S2212-5671(15)01557-9.
26. *Papadopoulos N., Heslop L.* Country Equity and Country Branding: Problems and Prospects // *Journal of Brand Management*. 2002. Vol. 9. Issue 4. Pp. 294–314. DOI: 10.1057/palgrave.bm.2540079.
27. *Pegkas P.* The Impact of FDI on Economic Growth in Eurozone Countries // *The Journal of Economic Asymmetries*. 2015. Vol. 12. Issue 2. Pp. 124–132. DOI: 10.1016/j.jeca.2015.05.001.
28. *Pereira A.S., Jalles J.T., Andresen M.A.* Structural Change and Foreign Direct Investment: Globalization and Regional Economic Integration // *Portuguese Economic Journal*. 2012. Vol. 11. Issue 1. Pp. 35–82. DOI: 10.1007/s10258-011-0077-9.
29. *Sethi D., Guisinger S., Phelan S. et al.* Trends in Foreign Direct Investment Flows: A Theoretical and Empirical Analysis // *Journal of International Business Studies*. 2003. Vol. 34. Issue 4. Pp. 315–326. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8400034.
30. *Souare M.J.* Productivity Growth, Trade and FDI Nexus: Evidence from the Canadian Manufacturing Sector // *The Journal of Technology Transfer*. 2016. Vol. 38. Pp. 675–698. DOI: 10.1007/s10961-012-9259-6.
31. *Temiz D., Gokmen A.* FDI in Flow as an International Business Operation by MNCs and Economic Growth: An Empirical Study on Turkey // *International Business Review*. 2014. Vol. 23. Issue 1. Pp. 145–154. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2013.03.003.

## CORRELATION BETWEEN NEWS BACKGROUND AND FDI INFLOWS IN RUSSIAN REGIONS

**E.A. Fedorova, F.Yu. Fedorov, A.V. Tolkachev**

*Fedorova Elena Anatolyevna* – Doctor of Economics, Professor. Financial University under the Government of the Russian Federation, 49 Leningradskiy Prospekt, Moscow, Russia, 125993; Professor. National Research University Higher School of Economics, 20 Myasnitskaya Street, Moscow, Russia, 101000. E-mail: ecolena@mail.ru.

*Fedorov Fedor Yuryevich* – Postgraduate Student. Financial University under the Government of the Russian Federation, 49 Leningradskiy Prospekt, Moscow, Russia, 125993. E-mail: fedorovfedor92@mail.ru.

*Tolkachev Anton Victorovich* – Postgraduate Student. Financial University under the Government of the Russian Federation, 49 Leningradskiy Prospekt, Moscow, Russia, 125993. E-mail: antontolkachev@gmail.com.

The authors investigate the connection between regional FDI inflows and news background concerning investment process. The authors examined 3 million regional news items. Then they rated Russian regions by negative or positive investment news and calculated news indices. Using panel data for 80 Russian regions (GRP; number of enterprises and organizations; fixed capital investment; regional FDI inflows; regional rating by fixed capital investment per capita in 2014) and news indices the researchers assessed correlation between mentioned variables. The study shows that information on FDI origin countries has little impact on regional inflows while positive regional investment news is much more important. The results also indicate that foreign investors prefer regions with low competition and low investments in fixed capital.

*Keywords:* investment, foreign direct investment, marketing, news background, regional policy, text analysis, subject of the Russian Federation.

### REFERENCES

1. *BEZFORMATA.RU*. Available at: bezformata.ru (accessed January – March 2016). (In Russian).
2. Vasilevskaya S.V. Organizational and Economical Aspects of FDI Management in a Region with the Purpose of Development of Entrepreneurial Activity. *Vestnik Tikhookeanskogo Gosuderstvennogo Universiteta – Bulletin of PNU*, 2010, no. 3, pp. 193–198. (In Russian).
3. Gladysheva A.A., Ratnikova T.A. The Role of Regional Heterogeneity and Interdependence in the FDI Distribution in Russian Food Industry. *Ekonomicheskiy Zhurnal VSHE – HSE Economic Journal*, 2014, vol. 18, no. 2, pp. 285–327. (In Russian).
4. Klinova M., Sidorova E. Economic Sanctions and EU-Russia Economic Relations. *Voprosy Ekonomiki [Economic Issue]*, 2014, no. 12, pp. 67–79. (In Russian).
5. Matraeva L.V. Forecasting of Foreign Direct Investments into the Regions of Russian Federation. *Ekonomika, Statistika i Informatika. Vestnik UMO – Economics, Statistics and Informatics. Vestnik UMO*, 2013, no. 5, pp. 172–176. (In Russian).
6. *Regions of Russia. Socio-Economic Indicators: Statistical Collection. 2015*. Federal

The article was supported by the RFH project ‘Assessing the sanctions’ impact on the Russian economy’ (No. 15-02-00622).

State Statistic Service of Russian Federation. 2016. Available at: [http://www.gks.ru/bgd/regl/b15\\_14p/Main.htm](http://www.gks.ru/bgd/regl/b15_14p/Main.htm) (accessed June 2016). (In Russian).

7. *Point of View of Investors. Assessment of Investment Climate in Russian Regions Through the Eyes of Foreign Investors*. KPMG, RUIP, 2013, 103 p. Available at: [http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Taking-the-Investor-Perspective\\_RU.pdf](http://www.kpmg.com/RU/ru/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/Documents/Taking-the-Investor-Perspective_RU.pdf) (accessed June 2016). (In Russian).

8. Fedorova E.A. Factors Affecting the Inflow of Foreign Investment to the Regions. *Regionalnaya Ekonomika: Teoriya i Praktika – Regional Economics: Theory and Practice*, 2014, no. 43, pp. 51–62. (In Russian).

9. Fedorova E.A., Korkmazova B.K., Muratov M.A. Assessing the Effectiveness of Joint Companies in Russia: Industry-Specific Features. *Prostranstvennaya Ekonomika = Spatial Economics*, 2015, no. 2, pp. 47–63. DOI: 10.14530/se.2015.2.047-063. (In Russian).

10. Fedorova E.A., Levina A.M., Nikolaev A.E. Evaluating the Effectiveness of Companies with FDI in Russia: Regional Dimension. *ECO – ECO*, 2016, no. 1 (499), pp. 61–69. (In Russian).

11. Azman-Saini W.N.W., Law S.H., Ahmad A.H. FDI and Economic Growth: New Evidence on the Role of Financial Markets. *Economics Letters*, 2010, vol. 107, issue 2, pp. 211–213. DOI: 10.1016/j.econlet.2010.01.027.

12. Belloumi M. The Relationship between Trade, FDI and Economic Growth in Tunisia: An Application of the Autoregressive Distributed Lag Model. *Economic Systems*, 2014, vol. 38, issue 2, pp. 269–287. DOI: 10.1016/j.ecosys.2013.09.002.

13. Capik P. Organising FDI Promotion in Central – Eastern European Regions. *Special Issue Paper Place Branding and Public Diplomacy*, 2007, April, vol. 3, issue 2, pp. 152–163. DOI: 10.1057/palgrave.pb.6000058.

14. Demir F. Effects of FDI Flows on Institutional Development: Does It Matter Where the Investors are From? *World Development*, 2016, vol. 78, pp. 341–359. DOI: 10.1016/j.worlddev.2015.10.001.

15. Fahy J., Hooley G., Cox T., Snoj B. Foreign Direct Investment, Economic Transition and the Impact on Marketing Practice in Slovenia. *The Academy of International Business Series*. Palgrave Macmillan UK, 2000, pp. 221–237. DOI: 10.1057/9780230596740\_11.

16. Fan H., Kamran S.M., Li M. et al. Congestion Costs and Differences in the Regional Distribution of FDI in China. *Qual Quant*, 2016. DOI: 10.1007/s11135-016-0366-6.

17. Fischer P. FDI Policies and Prospects in China. *Foreign Direct Investment in Russia. A Strategy for Industrial Recover*. Palgrave Macmillan UK, 2000, pp. 147–196. DOI: 10.1057/9780333977590\_6.

18. *Ideas in Marketing: Finding the New and Polishing the Old. Proceedings of the 2013 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference*. Edited by K. Kubacki. Springer International Publishing, 2015. DOI: 10.1007/978-3-319-10951-0.

19. Iwasaki I., Suganuma, K. Foreign Direct Investment and Regional Economic Development in Russia: An Econometric Assessment. *Economic Change and Restructuring*, 2015, vol. 48, issue 3, pp. 209–255. DOI: 10.1007/s10644-015-9161-y.

20. Kayam S.S., Yabrukov A., Hisarciklilar M. What Causes the Regional Disparity of FDI in Russia? A Spatial Analysis. *Transition Studies Review*, 2013, vol. 20, issue 1, pp. 63–78. DOI: 10.1007/s11300-013-0272-8.

21. Kim C., Chung J. Brand Popularity, Country Image and Market Share: An Empirical Study. *Journal of International Business Studies*, 1997, vol. 28, issue 2, pp. 361–386. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8490105.

22. Lheem H.G., Guo S. Political Economy of FDI and Economic Growth in China: A Longitudinal Test at Provincial Level. *Journal of Chinese Political Science*, 2004, vol. 9, issue 1, pp. 43–62. DOI: 10.1007/BF02876956.

23. Liu W.-H. et al. Domestic Impacts of Outward FDI in Taiwan: Evidence from Panel Data of Manufacturing Firms. *International Review of Economics and Finance*, 2015, vol. 39, pp. 469–484.
24. Metaxas T. Place Marketing, Place Branding and Foreign Direct Investments: Defining their Relationship in the Frame of Local Economic Development Process. *Place Branding and Public Diplomacy*, 2010, vol. 6, issue 3, pp. 228–243. DOI:10.1057/pb.2010.22.
25. Nistor P. FDI Implications on BRICS Economy Growth. *Procedia Economics and Finance*, 2015, vol. 32, pp. 981–985. DOI: 10.1016/S2212-5671(15)01557-9.
26. Papadopoulos N., Heslop L. Country Equity and Country Branding: Problems and Prospects. *Journal of Brand Management*, 2002, vol. 9, issue 4, pp. 294–314. DOI: 10.1057/palgrave.bm.2540079.
27. Pegkas P. The Impact of FDI on Economic Growth in Eurozone Countries. *The Journal of Economic Asymmetries*, 2015, vol. 12, issue 2, pp. 124–132. DOI: 10.1016/j.jeca.2015.05.001.
28. Pereira A.S., Jalles J.T., Andresen M.A. Structural Change and Foreign Direct Investment: Globalization and Regional Economic Integration. *Portuguese Economic Journal*, 2012, vol. 11, issue 1, pp. 35–82. DOI:10.1007/s10258-011-0077-9.
29. Sethi D., Guisinger S., Phelan S. et al. Trends in Foreign Direct Investment Flows: A Theoretical and Empirical Analysis. *Journal of International Business Studies*, 2003, vol. 34, issue 4, pp. 315–326. DOI: 10.1057/palgrave.jibs.8400034.
30. Souare M.J. Productivity Growth, Trade and FDI Nexus: Evidence from the Canadian Manufacturing Sector. *The Journal of Technology Transfer*, 2016, vol. 38, pp. 675–698. DOI: 10.1007/s10961-012-9259-6.
31. Temiz D., Gokmen A. FDI in Flow as an International Business Operation by MNCs and Economic Growth: An Empirical Study on Turkey. *International Business Review*, 2014, vol. 23, issue 1, pp. 145–154. DOI: 10.1016/j.ibusrev.2013.03.003.