

УДК 330.322

**Ю.С. Вдовенко**, канд. екон. наук

Чернігівський національний технологічний університет, м. Чернігів, Україна

### ІМПЛЕМЕНТАЦІЙНА СПЕЦИФІКА СУЧАСНИХ ІНСТРУМЕНТІВ ЗАЛУЧЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙ

**Ю.С. Вдовенко**, канд. экон. наук

Черниговский национальный технологический университет, г. Чернигов, Украина

### ИМПЛЕМЕНТАЦИОННАЯ СПЕЦИФИКА СОВРЕМЕННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ

**Yurii Vdovenko**, PhD in Economics

Chernihiv National Technological University, Chernihiv, Ukraine

### IMPLEMENTATION SPECIFICS OF MODERN INSTRUMENTS OF ATTRACTING OF INVESTMENTS

*Досліджено процеси впровадження популяризаційних інструментів залучення інвестицій. Детально розкрито сутнісні та змістовні характеристики такого інструменту, як інвестиційний паспорт.*

**Ключові слова:** інвестиції, інвестиційна привабливість, інвестиційний паспорт.

*Исследованы процессы внедрения популяризационных инструментов привлечения инвестиций. Подробно раскрыто сущностные и содержательные характеристики такого инструмента, как инвестиционный паспорт.*

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционная привлекательность, инвестиционный паспорт.

*The processes of implementation popularized instruments of attracting investment are investigated at this article. Essential and meaningful characteristics of such instrument as an investment passport are revealed in detail.*

**Key words:** investments, investment attractiveness, investment passport.

**Постановка проблеми.** У сучасній економічно-інформаційній парадигмі великого значення набувають процеси інноваційного розвитку, базованого на реалізації різноманітних заходів щодо одержання конкурентних переваг як локального, так і глобального характеру. Врахування маркетингової складової, у зв'язку з цим, стає важливим чинником удосконалення наявних підходів до створення сприятливого бізнес-клімату та ефективного поширення ключових іміджевих відомостей. Останнім часом Україна пришвидшує інтеграційне просування до світового економічного простору, через що об'єктивно виникає необхідність до внесення кардинальних змін в основи свого позиціонування у світі, пошуку та застосування якісно нових чинників підвищення конкурентоспроможності.

Джерелом забезпечення інновацій для реалізації конкурентних переваг і активізації економічних процесів насамперед виступають інвестиційні ресурси, які переважно надходять ззовні. Оскільки однією з основних умов економічного забезпечення сталого розвитку є достатність фінансово-економічних та інтелектуальних ресурсів, суб'єкти залучення інвестицій змушені вступати у конкурентну боротьбу, яка супроводжується розробленням та використанням відповідних інструментів. Як наслідок, за умови використання маркетингового інструментарію відповідні суб'єкти отримують змогу краще за конкурентів врахувати інтереси потенційних інвесторів та задовольнити їх індивідуальні потреби.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблематика економічного розвитку та залучення інвестицій тривалий час успішно розробляється як іноземними, так і вітчизняними науковцями. Серед потужного наукового доробку українських учених у сфері економіки та державного управління щодо використання інноваційних інструментів просторового розвитку варто виділити роботи З. Герасимчук, О. Гонти, В. Куйбиди, О. Чмир. Проблематика інвестиційної діяльності завжди була у центрі уваги таких науковців, як Ю. Макогон, М. Корецький, В. Геєць, А. Пересада, В. Щелкунов та інших. Водночас, необхідність надання відповідей на появу все нових викликів функціонування сучасних економічних систем, обумовлює безальтернативність проведення додаткових досліджень, які б, зокрема, надали змогу забезпечити не тільки ефективне використання та поширення вже відомих інструментів інвестиційної політики, але й розроблення принципово нових.

**Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми.** Враховуючи, що питання дослідження маркетингових інструментів досі переважно стосується мікрорівня, а їх практичне використання набуває все більшого розповсюдження на мезо- та макрорівнях, виникає потреба у науковому обґрунтуванні шляхів та принципів їх застосування у практиці діяльності органів державної влади та інших зацікавлених суб'єктів. До цього часу залишаються недостатньо розробленими методологічні засади формування конкретних інформаційно-аналітичних продуктів, які відіграють значну роль у процесах інвестиційної підтримки просторового розвитку.

**Мета статті.** До пріоритетних дослідницьких питань у цій статті включено як схематизацію процесу впровадження інструментарію територіального маркетингу, так і детальне вивчення логічно-структурної побудови відповідних інформаційно-аналітичних продуктів. Головною метою цього дослідження є ґрунтовне з'ясування науково-практичних засад використання популяризаційних інструментів залучення інвестицій, до яких, зокрема, належить інвестиційний паспорт, що на сучасному етапі є активно впроваджуваним та найбільш поширеним ретранслятором інформації про можливості здійснення капітальних вкладень у вітчизняну економіку.

**Виклад основного матеріалу.** Традиційні джерела подають визначення інвестиційної привабливості як сукупності чинників (політичних, економічних, правових, соціальних, екологічних та інших), які зумовлюють поведінку діючих та потенційних суб'єктів інвестиційної діяльності щодо вкладення інвестицій у розвиток економіки [1].

Чинниками, що зумовлюють інвестиційну привабливість, є:

- наявність ресурсно-сировинної бази та особливості природно-кліматичних умов;
- економіко-географічне положення та рівень інфраструктурної забезпеченості;
- виробнича та наукова спеціалізація;
- наявність трудового потенціалу та рівень його кваліфікації;
- сукупна купівельна спроможність населення;
- розвиненість інституціональної ринкової структури (біржі, банки, фінансові посередники, страхові компанії та інші);
- загальнодержавні чинники (рівень політичної стабільності, чинна система законодавства, система оподаткування, умови діяльності іноземних інвесторів тощо).

Сучасне бачення науково-практичної категорії «інвестиційна привабливість» та способів її вимірювання представлено у спільному цільовому дослідженні, проведеному Київським міжнародним інститутом соціології у партнерстві з Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій. Виконавцями в порівняльному вимірі у рейтинговому форматі оцінюється здатність відповідних суб'єктів генерувати та залучати інвестиції, які сприяють економічному зростанню. У свою чергу, здатність відповідних суб'єктів генерувати та залучати інвестиції, які сприяють економічному зростанню, визначається як певний набір характеристик, які бере до уваги новий та чинний інвестор під час прийняття рішення щодо інвестування. Оцінка інвестором вихідних умов для інвестування є фактично його очікуванням отримати можливість здійснювати виробничо-комерційну діяльність, яка характеризується прийнятним рівнем ризику та дохідності (прибутковості).

У кінцевому підсумку інвестиційне рішення визначається як результат оцінювання загальних та специфічних чинників інвестування. Ключові характеристики є одним із факторів, що впливає на рішення інвестора. Конкретний інвестор оцінює лише ті економічні характеристики, які мають критично важливе значення з погляду стратегії (мети) компанії та специфіки галузі (сектору) її виробничо-комерційної діяльності. Так, для компаній, що займаються видобутком природних ресурсів, наявність покладів корисних копалин у відповідних обсягах та належної якості та розвинута транспортна мережа є головними чинниками рішення про здійснення інвестування. Водночас цей чинник не має вирішального

значення для легкої промисловості, для якої велике значення має наявність трудових ресурсів тощо. Із визначення здатності суб'єктів генерувати та залучати інвестиції, які сприяють економічному зростанню, як певного набору характеристик, які бере до уваги новий та чинний інвестор у процесі прийняття рішення щодо інвестування, впливає, що інвестиційна привабливість фактично відображає якість пакета таких характеристик [2].

У цьому контексті нового значення набуває ефективність донесення до потенційних інвесторів інформації про інвестиційну привабливість через застосування інструментів територіального маркетингу.

У більшості випадків територіальний маркетинг бачать, насамперед, як комплекс інструментів (переважно реклама та PR-акції) з метою підвищення популярності та поліпшення іміджу місцевості [3]. Маркетинговими інструментами, що відносяться до складової «комунікації», є створення позитивного іміджу, розповсюдження і підтримка позитивного сприйняття потенційними інвесторами, вивчення потреб потенційних інвесторів та визначення тієї частини, співпраця з якими найбільшим чином відповідає визначеним пріоритетам розвитку, організація інвестиційних семінарів, конференцій, бізнес-форумів, презентацій інвестиційних проектів тощо. Ця складова системи територіального маркетингу вже знайшла часткове відображення у діяльності органів державної влади та місцевих органів влади. Активніше застосування маркетингових інструментів, як правило, має своїм наслідком підвищення якості обслуговування іноземних інвесторів та зростання відповідних кількісних показників [4].

У процесі роботи з потенційними інвесторами переважно використовуються такі інструменти впливу, як: інформаційно-аналітичні видання, каталоги інвестиційних пропозицій, інвестиційні портали, інвестиційні форуми, соціальні медіа. Додатково існує можливість залучення інструментів інших організацій з більшим бюджетом на маркетинг через встановлення постійної комунікації з ними, наприклад: Державне агентство з інвестицій та управління національними проектами, Український національний комітет Міжнародної торгівельної палати в Україні, торгово-промислові палати та інші організації.

У сучасній практиці для просування інвестиційних проектів та пропозицій найбільш широко використовуються різного роду інформаційно-аналітичні видання, серед яких першість належить так званим інвестиційним паспортам. На рис. 1 представлено пояснення щодо засад формування цього інструменту залучення інвестицій.



Рис. 1. Схема впровадження інвестиційного паспорта

Сучасним прикладом широкого впровадження цього інструменту інвестиційної політики є розроблення та випуск інвестиційних паспортів під егідою Державного агентства з інвестицій та управління національними проектами України [5]. На рис. 2 наведено уніфіковану структурно-логічну побудову запроваджених інвестиційних паспортів.



Рис. 2. Зміст інвестиційного паспорта

Змістовно інвестиційний паспорт поділяється на три розділи, проте сутнісно він має п'ять складових.

Вітальне слово є традиційним елементом та представленим подвійно: наводиться як від імені керівництва центрального органу виконавчої влади, відповідального за реалізацію державної інвестиційної політики, так і обласної державної адміністрації.

Частина, присвячена конкурентним перевагам, є, певним чином, складовою загальної характеристики та водночас найбільш інформаційно концентрованою, оскільки має покликанням привернути увагу потенційних інвесторів, зорієнтувати їх щодо пріоритетного галузевого спрямування інвестиційних ресурсів та переконати у доцільності здійснення вкладень.

До прикладу, конкурентні переваги Чернігівської області представлені в останньому виданні інвестиційного паспорта, визначені таким чином:

- вигідне географічне розташування – на півночі України на кордоні з Республікою Білорусь та Російською Федерацією;
- розвинена транспортна інфраструктура, наявність міжнародних залізничних та автомобільних шляхів;
- розвідані поклади корисних копалин (нафта, газ, торф, крейда, фосфорити, пісок, бішофіт);
- потужні підприємства паливно-енергетичного комплексу, машинобудівної, харчової, легкої галузей промисловості, здатні виробляти конкурентоспроможну продукцію;
- значні природні, історико-культурні, рекреаційні ресурси;
- сприятливі природно-кліматичні умови для вирощування сільськогосподарських культур та розвитку тваринництва;
- науковий потенціал та висококваліфіковані трудові ресурси.

Найбільший за обсягом розділ документу присвячений всебічній характеристиці основних показників, зорієнтованій на потреби потенційних інвесторів.

Від початку наводяться загальні характеристики, до яких віднесено природно-географічні та кліматичні умови: територія, висота над рівнем моря, кількість опадів, середня температура повітря, кількість сонячних днів у році, водні ресурси, найбільші річки, карта.

Наступним умовним блоком є гуманітарно та соціально орієнтована інформація:

- демографія: найбільші міста, кількість населення, вікова структура, статевий розподіл;

- людські ресурси: віковий ценз населення, кількість працездатного населення, рівень зареєстрованого безробіття, середня заробітна плата, структура працівників за видами економічної діяльності;

- освіта: провідні вищі навчальні заклади, провідні коледжі, професійно-технічні училища, технікуми, випускники навчальних закладів;

- соціально-культурна сфера: охорона здоров'я, культура, спорт і туризм, музеї, найбільш відомі заклади для занять спортом, природно-заповідний фонд, санаторії, готелі.

Головна частина документа містить безпосередньо інформацію про економічний потенціал та інфраструктуру.

Основна економічна інформація дозволяє скласти уявлення про пріоритетні галузі економіки, основні види вироблюваної продукції, великі компанії, експорт/імпорт (товари, країни, сальдо), основних іноземних інвесторів, обсяг прямих іноземних інвестицій, вкладених в економіку за останні 3 роки.

Оцінювання інфраструктури поділено за напрямками:

- житло та офісні приміщення (забезпеченість населення житлом, середня вартість житла, середня вартість оренди житла, середня вартість оренди офісного приміщення, середня вартість оренди промислово-виробничого приміщення, середня вартість оренди складського приміщення);

- транспорт та комунікації (основні автомагістралі, залізничне сполучення, автовокзали, трубопровідний транспорт, транспортне сполучення).

До останнього блоку можна віднести промоційну інформацію, яка характеризує інвестиційний клімат і представлена у паспорті успішними історіями (назва та суть проекту, ініціатор проекту, опис ініціатора) та рейтинговими оцінками (рейтинг конкурентоспроможності, індекс інвестиційної привабливості).

Найважливішим структурним елементом паспорту є розділ, який містить пропозиції для інвесторів. У цій частині визначені пріоритетні галузі для інвестування, якими, зокрема, для Чернігівської області є сільське господарство, харчова та переробна промисловість, енергозберігаючі та екологічно безпечні технології, туризм та туристична інфраструктура, глибока переробка природних ресурсів, транспортно-логістична інфраструктура.

Найбільшою значущістю характеризуються підрозділи, які містять перелік пропозицій до інвесторів. До складових національних проектів у випадку Чернігівської області належать «Відкритий світ» та «Нове життя», а перелік стратегічних проектів представлений такими пропозиціями:

- будівництво двох спеціалізованих молочно-тваринних комплексів на 6800 голів великої рогатої худоби із замкнутим циклом вирощування на території Борзнянського та Бахмацького районів;

- проект розвитку міської інфраструктури Чернігова;

- будівництво елеватора потужністю 60 тис. тонн у с. Обичів Прилуцького району;

- будівництво сучасного туристичного комплексу в с. Бреч Корюківського району;

- створення вітчизняного промислового виробництва сучасних біопрепаратів на основі корисних мікроорганізмів.

Найбільша кількість пропозицій представлена у підрозділі земельні ділянки та інвестиційна нерухомість.

Практична складова досягнення цілей впровадження інвестиційного паспорта підкріплюється останнім розділом, який містить контактну інформацію. Для потенційних інвесторів представлені контакти обласної державної адміністрації, обласної ради, регі-

онального центру з інвестицій та розвитку, регіональної торгово-промислової палати та центру надання адміністративних послуг.

**Висновки і пропозиції.** Інвестиційні паспорти як інструмент здійснення системної державної інвестиційної політики потребують постійного удосконалення. Періодична актуалізація їх змістовного наповнення дозволить підвищити ефективність цього інструменту управління просторовим розвитком. Таким чином, доцільно продовжувати наукові розвідки у цьому напрямку, з орієнтуванням їх на досягнення максимальних позитивних ефектів від розширення засобів впливу на залучення потенційних інвесторів.

#### Список використаних джерел

1. Ушаков В. В. Фінанси [Електронний ресурс] / В. В. Ушаков. – Режим доступу : [http://lubbook.net/book\\_431.html](http://lubbook.net/book_431.html).
2. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/rejting\\_investicijnoyi\\_privablivosti\\_regioniv\\_.pdf](http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/rejting_investicijnoyi_privablivosti_regioniv_.pdf).
3. Маркетинг регіонів: інвестиційні аспекти : монографія / В. Щелкунов, В. Бондаренко, Ю. Каракай, В. Грамотнев, В. Матвеев. – К. : Наук. думка, 2005. – 176 с.
4. Інвестиційні процеси Чернігівської області через призму персоналій [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://polis.cn.ua/publikatsiji/analitika/investytsiini-protsezy-chernihivskoi-oblasti-cherez-pryzmu-personalii.html>.
5. Інвестиційний паспорт Чернігівської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/chernigiv\\_dlya\\_saytu.pdf](http://www.ukrproject.gov.ua/sites/default/files/upload/chernigiv_dlya_saytu.pdf).