

ОДЕСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

**ВІСНИК  
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИХ  
ДОСЛІДЖЕНЬ**

Збірник  
наукових праць

2008  
№33



## ЗАСОБИ АКТИВІЗАЦІЇ ПРОЦЕСУ ЗАЛУЧЕННЯ ПІІ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

Розглянуто проблеми пошуку ефективних інструментів та методів роботи з іноземними інвесторами, наведено комплекс маркетингових заходів з формування позитивного іміджу регіону, визначено роль органів місцевої влади в активізації процесів залучення ПІІ та запропоновано практичні заходи з покращення ситуації в регіонах.

The article deals with the problem of finding effective tools and methods for work with foreign investors. The complex of marketing measures on formation of a favorable image of region is presented. The role of local authorities in activation of processes of bringing in the DFI is determined. The practical means of improvement of a situation in regions are offered.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Без перебільшення можна стверджувати, що нині Україна здійснює важливі кроки на шляху вдосконалення соціально-економічних, політичних та інших відносин, прагнучи досягти стандартів життя найбільш розвинутих країн світу. На цьому шляху Україна має певні здобутки, серед яких, зокрема, є визнання світовою спільнотою ринкового статусу національної економіки, вступ до СОТ, позитивні ознаки просування України до європейської та євроатлантичної інтеграції. Вирішення проблем подальшого соціально-економічного поступу нашої держави вимагає активізації процесу залучення ПІІ як на рівні держави, так і на регіональному рівні. В цьому, на наш погляд, полягає злгоденність теми даної статті. Тим більше, що серед науковців, представників політичних сил, широкого загалу громадян нашого суспільства існують різні точки зору з питань даної проблеми, що не може не позначитись дещо негативно на соціально-економічному розвитку України.

**Аналіз досліджень і публікацій останніх років.** Проблема залучення ПІІ на регіональному рівні визначає велику варіацію підходів при її розгляді. У дослідженні даних питань виділяється кілька аспектів, яким ті або інші вчені приділяють основну увагу при проведенні своїх наукових досліджень. Так, питання управління інвестиційною діяльністю на рівні регіонів розробляють Балацький О.Ф., Пересада А.А., Удалих О.О., Гаврилук О., Долішній М.І., Дроздовський Я., Мартиненко В., Самогородська М.І., Рогач О.І. та інші. В напрямку уточнення механізму визначення інвестиційної привабливості регіонів проводять активні дослідження: Бутко Н., Зеленський С., Акименко Є., Колосов А., Крейдич І., Кузьмін О.Є., Комарницький І.М., Папш В., Лукашин Ю., Петкова Л.О., Пилип'як А. Проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку регіонів зарубіжних країн досліджувались, зокрема, Грубертом Г., Даннінгом Дж., Кушманом Д., Лі Й., Мансфілдом Е., Муті Дж., Феєнстрой Р, Флойдом Д., Хайнсом Дж. Розробці практичних рекомендацій з динамізації економічного розвитку за рахунок активізації процесів залучення ПІІ присвячено наукові праці Борщевського В.В., Бутко Н., Лотош О.М., Харламової Г.О., Чечетова М. та інших.

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Незважаючи на велику кількість наукових праць, присвячених як дослідженню специфіки залучення іноземних інвестицій на макрорівні, так і на рівні регіону, питання розробки конкретних заходів та механізмів активізації інвестиційного процесу на регіональному рівні залишається недостатньо вирішеним.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є розробка практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності механізмів залучення ПІІ в економіку регіонів України та активізації інвестиційного процесу. Дана мета дослідження логічно визначила постановку й необхідність вирішення наступних основних завдань:

- уточнення основних підходів до формування регіональної політики у галузі залучення ПІІ;
- визначення ролі місцевої влади у процесі залучення ПІІ на регіональному рівні та виокремлення основних напрямків діяльності у цій сфері;
- встановлення сутності та значення маркетингових технологій для активізації інвестиційного процесу на регіональному рівні;
- формування комплексу заходів по залученню ПІІ в регіони та покращенню інвестиційного клімату.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні для України в цілому та українських регіонів, зокрема, першочерговим завданням є знаходження фінансових ресурсів для свого подальшого успішного розвитку та подолання за їх допомогою кризового стану економіки. Не дивно, що за таких умов іноземні інвестиції, зокрема ПІІ, перетворилися на дівий важіль і майже єдине джерело підвищення конкурентоспроможності української економіки. Але слід зазначити, що залученню ПІІ протидіють як об'єктивні, так і суб'єктивні чинники. Для докорінної зміни ситуації та інтенсифікації надходження ПІІ вважається за необхідне переглянути політику у сфері іноземних інвестицій [2, с. 52]. В цьому плані для регіонів України можливі, на наш погляд, два підходи. Перший варіант полягає у радикальному покращенні інвестиційного клімату для здійснення всіх видів капіталовкладень, включно й іноземних, без використання селективних заходів заохочення інвестицій. Другий підхід полягає в тому, що поряд із заходами з покращення інвестиційного клімату доцільно застосовувати можливості державних органів влади по цілеспрямованому залученню іноземних інвестицій за допомогою спеціальних стимулюючих заходів.

Обидва підходи використовуються у світовій практиці, мають свої плюси та мінуси. У першому випадку створюються умови для масштабного довгострокового зростання інвестицій, і в цьому розумінні він має перевагу. Однак у регіонах України радикальне поліпшення інвестиційного клімату неможливе без поліпшення інвестиційного клімату на загальнодержавному рівні, яке у свою чергу пов'язане з вирішенням низки складних проблем, що накопичилися у перехідний період. У цьому випадку, на нашу думку, важко сподіватися на швидкий результат. Для України ж і регіонів, зокрема, в умовах тривалої інвестиційної кризи та гострої необхідності прискорення економічного зростання питання часу є першочерговим. Україна також має враховувати обмеженість світового ринку капіталу та наявність гострої конкуренції у залученні ПІІ [3, с. 84].

Другий підхід, який передбачає проведення спеціальної політики стосовно ПІІ, несе загрозу неправильного вибору напрямків та способів стимулювання, сприяє появі нерівних умов для вітчизняних та іноземних інвесторів. Разом з тим значним плюсом є концентрація зусиль на ключових інвестиційних напрямках, що може дозволити українським регіонам заощадити час та кошти на цілі залучення інвестицій.

Всупереч положенням економічної теорії та рекомендаціям міжнародних економічних організацій другий підхід використовують практично всі країни, що розвиваються, та країни з перехідною економікою. Більш того, в умовах зростаючої

конкуренції на світових ринках капіталу дедалі більша кількість країн з розвинутою ринковою економікою застосовує заходи стимулювання по відношенню до іноземних інвесторів. Українські регіони не можуть не враховувати ці тенденції, адже їх конкурентні позиції на світових ринках капіталу, не дивлячись на значний потенціал, дуже слабкі [1, с. 54].

Кардинальні зміни у політиці залучення ПІІ передбачають використання прийнятих у світі принципів по відношенню до іноземних інвесторів, максимальне спрощення та полегшення адміністративних процедур, перегляд пріоритетів стосовно сфер залучення інвестицій. Регіони України не мають можливості здійснювати бюджетне стимулювання ПІІ в значних масштабах. Обмеженість коштів вимагає чіткого вирішення таких питань, як методи стимулювання, на які цілі мають витратитися ресурси, пріоритетні галузі залучення ПІІ, кому, на яких умовах та ким мають надаватися пільги.

Здійснення стимулюючих заходів має здійснюватися виключно в рамках чинної законодавчої бази, бути максимально транспарентним для інвесторів. Це дозволить обмежити свавілля урядовців, зменшити масштаби корупції. Політика стимулювання ПІІ має бути розрахована на середньострокову перспективу. В міру покращення інвестиційного клімату потреба в селективному підході до ПІІ може зменшитися або й взагалі зникнути.

З двох підходів, що розглянуті вище, більше переваг безумовно має перший, але враховуючи реалії сьогодення, застосування на практиці другого варіанта є більш можливим та матиме значні позитивні результати вже в короткостроковій перспективі.

На думку фахівців особливої уваги в процесі залучення ПІІ на рівні регіону заслуговує роль місцевої влади, зацікавленість якої у реалізації інвестиційних проектів на своїй території є чи не найголовнішим чинником регіонального розвитку [4, с. 68]. Збільшення залучення інвестицій в регіон – це пріоритетне завдання обласних органів державної влади та місцевого самоврядування всіх рівнів. Діяльність регіональних органів державної влади у сфері залучення ПІІ має бути спрямована на:

- покращення регуляторного і інвестиційного середовища в області, зокрема, забезпечення прозорості, відкритості та демократичності регулювання ведення підприємницької та інвестиційної діяльності;
- формування єдиної системи комплексного інформаційного обслуговування інвесторів;
- покращення інвестиційно-технічної інфраструктури області з орієнтацією на сприяння інвесторам;
- орієнтацію діяльності органів місцевої влади на першочергове задоволення потреб інвесторів.

При реалізації політики по залученню ПІІ головним завданням органів місцевої влади має бути підтримка інвестора в його намірах вкласти кошти в економіку своєї держави [5, с. 114]. Така підтримка може надаватися у різній формі, залежно від стадії прийняття ухвали про інвестицію та намірів самого інвестора. Практичний досвід підтверджує, що робота з підтримки іноземних інвестицій не просто забезпечує зростання обсягів ПІІ з-за кордону в економіку певного регіону. Вона одночасно сприяє нарощуванню потужності внутрішніх інвесторів [6, с. 112].

Важливу роль у активізації інвестиційних процесів на регіональному рівні відіграють маркетингові технології. Метою маркетингу є ознайомлення

потенційних інвесторів з територією, яка може бути об'єктом для їх нових інвестицій. За допомогою маркетингових зусиль можна також коригувати викривлене ставлення до об'єкта. Взагалі маркетинг є діяльністю, спрямованою на розвиток іміджу території, щоб знання про територію міцно вжилися у свідомість інвестора.

Очевидно, що різні інвестори можуть мати різні потреби щодо якості та наявності місцевої робочої сили, доступу до транспортних розв'язок, розміру та якості об'єктів нерухомості тощо. Однак є базові принципи, які можна рекомендувати до застосування в кожному місті з тим, щоб стати більш привабливими для ПІІ. Найважливіші з них, на думку авторів, передбачають:

#### 1. Створення команди з залучення ПІІ.

Якщо місто (регіон) бажає активно працювати над залученням ПІІ, то для цього створюється структура, яка б відповідала за місцевий економічний розвиток (МЕР) та ПІІ, призначаються фахівці, які наділяються відповідними повноваженнями. Створення команди із залучення ПІІ передбачає:

- підбір персоналу та створення організаційної структури місцевої робочої групи з ПІІ (РГПІІ);
- забезпечення фінансування з муніципального, регіонального чи державного бюджету;
- ухвалення чіткого робочого графіка РГ з ПІІ (РГПІІ) та стандартних операційних процедур;
- визначення головних партнерів робочої групи (РГПІІ) в державному та приватному секторах;
- створення єдиного вікна з ПІІ (інформація та підтримка під одним дахом).

#### 2. Розробка стратегії ПІІ

Інвестори можуть потрапити в регіон випадково; однак кожен регіон, все одно, має визначити свої сильні сторони та погодити, яких інвесторів воно потребує зараз та на майбутнє. Лише так регіон (місто) зможе визначити, куди воно направлятиме свої промо-ресурси. Відповідаючи на ці питання, можна розробити стратегію залучення ПІІ. Стратегія вимагає проведення уважного аналізу та має складатися з:

- профілю громади (дані з фокусом на ПІІ);
- SWOT-аналізу, порівняльного аналізу, аналізу конкурентного середовища;
- позиціонування міста (які найкращі можливості міста на ринку);
- портфолію нерухомого майна;
- вибору продукту, що його може запропонувати місто, як нерухоме майно, бізнес-середовище, робочу силу та стимули.

#### 3. Розвиток продукту – підготовка об'єкта нерухомого майна для інвесторів

Кожен регіон (місто) посідає кращу позицію на ринку, якщо пропонує не лише наявні земельні ресурси для підприємництва, а й цілісний продукт, що складається з інформації щодо:

- зонінгу (використання просторового дизайну);
- права власності на землю (моніторинг та реєстр земельних ділянок);
- перешкод та ускладнень території (забруднення, зелені пояси тощо);
- моніторингу технічного стану інфраструктури;
- управління розвитком продукту;
- цілісного (технічного та економічного) плану розвитку;
- принципу локалізації інвестора, місцевих стимулів.

#### 4. Розробка системи маркетингу ПІІ

Коли продукт готовий, розпочинається активна робота над маркетингом. Конкуренція дуже висока й інвесторизвикли отримувати різноманітну інформацію про різні місцевості. Маркетинг продукту ПП серед іншого включає:

- план маркетингу та вибір цільових секторів;
- загальну PR-кампанію;
- участь у ярмарках інвестиційних можливостей, конференціях, торгових місіях;
- кампанію прямого листування, телефонну кампанію;
- промо-матеріали продукту: брошури, CD тощо;
- брошури зі статистичними даними, презентаційні слайди;
- кімнату для проведення презентацій з відповідним обладнанням;
- інтернет-сторінку;
- план супроводження;
- маркетингові навички команди і експертів з МЕР [7].

Посилена конкуренція за зовнішні інвестиції призводить до нагальної потреби розробити чіткі та зрозумілі ділові пропозиції для демонстрації конкурентних переваг регіону в розвитку певних галузей економіки. Найкращі промоутери ПП дедалі частіше користуються складною схемою, в якій поєднуються різні активи регіону з метою задоволення специфічних бізнес-потреб окремих компаній. Це важкий і тривалий процес з двома головними складовими – визначення інвесторів та налагодження з ними стосунків.

1. Визначення потенційних інвесторів передбачає визначення можливих інвесторів у пріоритетних галузях. Регіон має обмежитись таким переліком інвесторів, який би дозволяв надати їм необхідний спектр послуг та приділити достатню увагу. Традиційний підхід передбачає використання бази даних підприємств та консультантів для визначення компаній через критерії оцінки, що часто ґрунтуються на таких чинниках:

- відповідність нової компанії поточним або потенційним видам підприємницької діяльності в регіоні;
- рівень технологій, якими користується компанія;
- який відсоток робочих місць компанія створить;
- можливості компанії ефективно використовувати місцеві ресурси та успішно укріпитися в місцевій економіці;
- розмір, економічна результативність діяльності компанії;
- науково-дослідницький потенціал компанії;
- історія експорту до міста, регіону або держави, щоб можна було підтвердити наявність місцевого попиту на продукцію компанії.

У кожному цільовому секторі компаній, які б відповідали цим критеріям, можна нарахувати тисячі, та цей перелік можна звужити до сотні, зосередившись на тих, що виступають «активними» інвесторами з досвідом нещодавньої реалізації проектів з ПП та чіткою стратегією виходу на інші ринки. Необхідні точні контактні дані кожної компанії для здійснення перших кроків. Попри те, що цей процес потребує багато часу та зусиль, це тільки початкова стадія. Скоріше за все, обрані компанії не запропонують проекти з ПП відразу на цьому етапі. Головним чинником створення перспектив є встановлення взаємостосунків, а традиційне визначення можливого кола інвесторів може бути корисним для підготовки початкового переліку компаній, з яких розпочнеться процес.

2. Встановлення стосунків з цільовими компаніями.

Важливо налагодити тривалий взаємовигідний зв'язок з зарубіжною компанією вже функціуючою в регіоні чи потенційним інвестором та

розвивати довгострокові стосунки. Способи налагодження стосунків з цільовими інвесторами передбачають:

- забезпечення компанії регулярно оновлюваною інформацією щодо території, прилаштованої під вимоги певної компанії;
- організацію заходів, спрямованих на встановлення стосунків, які збирають разом представників міста, головних цільових компаній та більш широку інвестиційну спільноту. Це може відбуватися з нагоди конференцій, присвячених окремим галузям економіки або більш неформальних подій, наприклад, таких, що пов'язані з важливими соціальними та культурними заходами. Звернення до посольств є одним із способів привернення більшої уваги та зменшення витрат. Контакти серед інвестиційних кіл, наприклад, експатріантів можуть бути важливою допомогою для підтримки проведення заходів з встановлення ділових зв'язків.

Головне завдання маркетингу – привернути увагу зарубіжних інвесторів до інвестиційних потреб регіону та продемонструвати вигідність співробітництва. По завершенню маркетингової роботи інвестори починають відвідувати регіон, щоб побачити пропозиції. Оскільки під час першого візиту інвестори, як правило, дивляться на багато інших об'єктів, вони, перш за все, звертають увагу на причини, чому б не зупинитися в регіоні. Тому дуже важливо продемонструвати розуміння потреб інвестора та представити головні якості продукту міста та переваги потенційному клієнтові в найбільш переконливий спосіб.

Якщо ж узагальнювати світовий та національний досвід у сфері залучення ПІІ, то можна, на наш погляд, рекомендувати українським регіонам проведення заходів щодо залучення ПІІ та поліпшенню інвестиційного клімату у 3 етапи:

1. Створення позитивного іміджу та підвищення інвестиційної привабливості регіону:

- Підготовка рекламно – презентаційної продукції та CD-ROM з питань інвестиційного потенціалу регіону.
- Залучення провідних зарубіжних консалтингових фірм для визначення внутрішнього та міжнародного інвестиційного рейтингу регіону.
- Підготовка інвестиційних пропозицій та оцінка інвестиційної привабливості міст і районів регіону.
- Участь у виставках інвестиційних пропозицій регіонів України та міжнародних форумах, презентаціях і семінарах.
- Заходи щодо розвитку міжнародного співробітництва й партнерства між українськими регіонами і відповідними регіонами зарубіжних країн.
- Проведення виставкових заходів щодо представлення найбільш перспективних інвестиційних проектів підприємств області в зарубіжних країнах.
- Розміщення і регулярне оновлення інформації щодо інвестиційної привабливості регіону, наявних інвестиційних проектів у провідних галузях економіки на Web-сторінці органів місцевої влади [5, с. 110].

2. Інформаційне забезпечення процесів залучення інвестицій

- Створення матеріально-технічної та інформаційної бази даних інвестиційних та інноваційних пропозицій регіону.
- Забезпечення експлуатаційних витрат на використання мережі Internet.
- Розробка та впровадження в установленому порядку системи моніторингу звернень інвесторів, зокрема, створення єдиної типової форми фіксації звернення інвестора, розробка структури передачі інформації щодо таких звернень і реагування на них.

- Надання та періодичне поновлення інформації на Internet – сервері «Інвестиційні можливості в Україні».

- Інформування торгово-економічних місій при посольствах України за кордоном, Фонду сприяння інвестиціям і приватизації та торгових представництв окремих держав в Україні щодо інвестиційних можливостей регіону.

- Пропагування в установленому порядку через засоби масової інформації позитивного досвіду щодо залучення інвестицій в економіку регіону.

- Поширення інформації щодо інвестиційних можливостей області у країнах, з регіонами яких областю укладені угоди про співробітництво.

- Розповсюдження інформації щодо укладених договорів про співробітництво між областю та регіонами інших країн середрайдержадміністрацій і міськвиконкомів (міст обласного значення) області.

3. Підвищення ефективності управління процесами інвестування в економіку регіону:

- Розробка стратегії інвестиційної діяльності регіону.

- Забезпечення створення інформаційно-консультаційних пунктів та підготовки фахівців з питань розробки спільних з іноземними інвесторами інвестиційних проектів в аграрному секторі економіки.

- Організація та проведення робочих нарад, семінарів, «круглих столів», прес-конференцій з питань залучення іноземного інвестування у регіон, вивчення світового досвіду роботи з іноземними інвесторами за участю представників міжнародних та міжурядових інвестиційних організацій, комісій.

- Проведення семінарів з керівниками підприємств області з питань підготовки інвестиційних проектів, бізнес-планів та їх презентацій з метою залучення інвесторів.

- Залучення провідних спеціалістів міжнародних консалтингових фірм з питань вивчення внутрішнього та міжнародного інвестиційного рейтингу області для отримання довгострокових інвестиційних ресурсів фінансування пріоритетних програм, проектів.

- Забезпечення оперативного розгляду інвестиційних проектів підприємств та організацій регіону з метою відбору найперспективніших проектів для їх презентації на міжнародних і всеукраїнських виставках, бізнес-форумах.

- Формування пропозицій щодо нормативних документів, які мають запровадити особливий режим інвестування в зонах підвищеної інвестиційної привабливості.

- Пошук потенційних інвесторів для розвитку провідних галузей економіки регіону.

- Розробка інвестиційних програм розвитку комунальних підприємств, що належать до спільної власності територіальних громад області, району, комунальної власності територіальних громад міст.

- Забезпечення поетапного перетворення внутрішніх великих ринків у сучасні торговельні комплекси, сприяння розвитку на прилеглих до ринків територіях сучасної інфраструктури обслуговування населення і суб'єктів підприємницької діяльності.

- Створення і оновлення двічі на рік реєстрів земельних ділянок та приміщень, які можуть бути запропоновані інвесторам для реалізації їх проектів [7].

**Висновки і перспективи подальших розвідок.** Залучення іноземних інвестицій – процес, що забирає час та зусилля, де позитивні результати не досягаються після першої зустрічі, першого листа або конференції за



участю інвесторів. Трапляється й таке, що певним інвесторам необхідні роки для прийняття інвестиційного рішення щодо започаткування діяльності в окремому місті. Адекватне застосування описаних вище засобів та інструментів роботи з іноземними інвесторами та формування цілісної системи заходів щодо залучення іноземних інвестицій на регіональному рівні спроможні забезпечити багаторазове зростання обсягів залучених інвестицій з-за кордону, а відтак і сприяти вирішенню багатьох соціальних та господарських проблем, стимулювати повномасштабну інтеграцію держави у світове господарство на етапі глобалізації. Але слід підкреслити, що досягнення цього можливе лише при постійній, систематичній, наполегливій, грамотній роботі з іноземними інвесторами.

У подальшому наукові дослідження з цієї тематики можуть охоплювати конкретні питання щодо розробки стратегії залучення ПІІ в регіони, створення інвестиційних карт регіонів, механізмів презентаційної роботи місцевої влади з іноземними інвесторами, нових інструментів стимулювання інвестиційних надходжень з-за кордону, проведення маркетингових заходів з презентування інвестиційних можливостей регіону за кордоном.

### Література

1. Папш В. Вдосконалення інвестиційної політики в країні та її вплив на розвиток інвестиційного процесу в регіоні // Регіональна економіка. – 2006. – №2. – С. 50-58.
2. Мартиненко В. Формування державного механізму управління інвестиційним процесом в Україні: проблеми невизначеності та методи їх зняття // Економіка України. – 2004. – №8. – С. 50-56.
3. Удалих О.О. Управління інвестиційною діяльністю: Монографія. – К.: ЦНЛ, 2006. – 204 с.
4. Шаповалов О.В. Роль місцевих органів влади у створенні сприятливого інвестиційного клімату в Україні // Фінанси України. – 2004. – №7. – С. 68-74.
5. Борщевський В.В. Іноземні інвестиції як чинник регіонального розвитку // Фінанси України. – 2003. – №10. – С. 108-117.
6. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: теорія та практика бізнесу ТНК: Підручник. – К.: Либідь, 2005. – 423 с.
7. Маркетинг ПІІ: Місцевий економічний розвиток (МЕР) в Україні: новини та тенденції // Dokument HTML. – <http://www.led.net.ua/ukr/tools/96>.