

УДК 17.022.1(1)

ІМІДЖ ТЕРИТОРІЙ ЯК ФАКТОР ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ

Рибаченко Т.Ю.
Фаборовський О.Є.

Донецький державний університет управління

У статті розглянуто роль іміджу територій в процесі залучення інвестицій в національну економіку. Проаналізовано взаємозв'язок між економічною та інвестиційною динамікою в Україні. Акцентовується увага на необхідності формування позитивного іміджу територій як фактору залучення інвестицій. Зазначено, що створення позитивного іміджу територій країни з метою залучення інвестицій є стратегічним завданням національного рівня. Проаналізовано підходи до трактування поняття «імідж території». Розглянуто види інвестиційного іміджу територій. Визначено основні функції і принципи управління інвестиційним іміджем територій.

Ключові слова: імідж територій, інвестиційний імідж, інвестиційний клімат, формування іміджу.

In the article, the role of image of territories in attracting investments in the national economy is reviewed. The relation between economic and investment dynamics in Ukraine was analyzed. The attention is focused on the need to develop positive image of territories as a factor to attract investments. It is noted that creation of positive image of country's territories in order to attract investment is of strategic importance at the national level. Approaches to the interpretation of "the image of a territory" concept were considered. Types of investment image of territories were reviewed. Basic functions and principles of management of a territory's investment image were determined.

Key words: image of a territory, investment image, investment environment, image development.

Актуальність проблеми. Дослідження досвіду розвитку національних економік провідних країн світу, а також економічної сутності категорії «інвестиції» дають змогу дійти висновку, що інвестиції, в тому числі іноземні, є одним з провідних чинників економічного розвитку країн, який зумовлює його високі темпи.

Слід звернути увагу, що за умов масштабного, глибокого характеру, іноземних інвестицій, є можливість залучити до інвестиційного процесу

потужні закордонні джерела капіталу, що здатні впливати не лише на ефективність діяльності окремих підприємств галузей національної економіки, але й визначати темпи і тенденції розвитку національної економіки і території держави в цілому.

Сукупність політичних, економічних, соціальних та юридичних умов, що формують інвестиційний клімат території держави, впливають на активність надходження капіталу, в тому числі з-за кордону. Підвищення ділової активності та інтересу бізнесу до реалізації ефективних інноваційних проєктів, освоєння ресурсного потенціалу, а також створення нових робочих місць в значному ступені залежить від позитивності іміджу території.

Слід зазначити, що імідж території в сучасному суспільстві відіграє значну роль, перетворюючись на один з основних ресурсів, який визначає перспективи його розвитку та можливість залучення іноземних інвестицій. Це обумовлює актуальність теми даної статті.

Аналіз останніх наукових досліджень. Значний внесок у дослідження питань, пов'язаних із формуванням іміджу території, зробили такі вчені: Н. Могильна, В. Омеляненко [1], А. Панкрухін [2], В. Садовий [1], Л. Хижняк [3]. Питанням, пов'язаним з дослідженням інвестиційних процесів присвячено праці І. Бузько, Є. Гончарова, Ю. Заволоки, А. Макаренко, А. Тищенко, В. Чиж [4,5].

Однак з розвитком процесів транснаціоналізації та глобалізації, одним з проявів яких є переміщення капіталів між різними рівнями світогосподарської системи, дане питання потребує додаткового опрацювання.

Метою роботи є дослідження особливостей формування позитивного іміджу території як фактору інвестиційної привабливості.

Викладення основного матеріалу дослідження. У сучасному світі існує конкуренція між окремими країнами за можливість залучення трудових ресурсів, інвесторів. Тому позитивний територіальний імідж території постає важливим ресурсом залучення інвестицій в розвиток як окремих територій, так і національної економіки в цілому.

Створення позитивного іміджу території країни з метою залучення інвестицій є стратегічним завданням національного рівня. Позитивний образ є активним інструментом перетворень, підвищення статусу

і престижу території, її інвестиційної привабливості. Це не просто результат або наслідок багатьох чинників територіального розвитку: політичного, економічного, соціально-культурного. Імідж, заснований на колишніх стереотипах, що виникли в минулі роки і навіть століття, не дозволяє сприймати територію як динамічну, сучасну, активно розвинуту.

Тому перед Україною в цілому і її територіями постає актуальне завдання щодо формування позитивного іміджу у свідомості громадян, а також вітчизняної і міжнародної бізнес-спільноти, закріпити й просувати його на окремій території, в країні та закордоном.

Насамперед позитивне сприйняття України міжнародними організаціями, іноземними державами та громадянами, зокрема інвесторами, є важливим фактором, що сприяє успішній реалізації національних зовнішньополітичних, зовнішньоекономічних, безпекових, гуманітарних інтересів, покликаних забезпечити подальший поступ України на шляху європейської інтеграції, позитивну динаміку розвитку зовнішньоторговельного та інвестиційного співробітництва держави.

Тож, формування позитивного міжнародного іміджу України, її територій є необхідною складовою внутрішніх соціально-економічних та суспільних перетворень. Важливим кроком на загальнодержавному рівні, спрямованим на організацію комплексної роботи органів виконавчої влади щодо забезпечення формування позитивного міжнародного іміджу України, стало виконання відповідних державних програм у 2003-2006 роках та в 2008-2011 роках, що дозволило певною мірою скоригувати ситуацію та закласти основи для подальшої системної роботи на цьому напрямку. Для подальшого посилення системної та безперервної роботи органів виконавчої влади з формування позитивного іміджу України у світі розроблено Концепцію Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2013-2015 роки.

Необхідно акцентувати увагу, що управління територіальним іміджем реалізує ряд важливих для розвитку національної економіки функцій. Серед основних з них слід відзначити наступні: підвищення ділової активності, залучення інвестицій, в тому числі іноземних, що сприятиме розв'язанню соціально-економічних завдань національної економіки.

Аналіз напрацювань вітчизняних і зарубіжних вчених з даного питання свідчить, що дослідження процесів інвестування та інвестицій-

ної привабливості займає вагоме місце в економічній теорії та практиці. Розвиток національної економіки будь-якої країни тісно пов'язаний з її забезпеченням інвестиційними ресурсами, що формують потенціал для стійкого зростання. Обсяг інвестицій, незалежно від їх форми, розглядається як один з найважливіших показників процвітання національної економіки, а перепади інвестиційних вкладень – як індикатор змін сукупного попиту, обсягу національного виробництва та рівня зайнятості населення.

Взаємозв'язок між економічною та інвестиційною динамікою в Україні ілюструє табл.1. Частка капітальних вкладень в структурі ВВП за період з 1996р. по 2007 р. в Україні поступово зростає – якщо в 1997 р. вона була мінімальною та становила 13,28%, то у 2007 р. вона досягла максимальної позначки і становила 26,15%. Зменшення частки капітальних вкладень в структурі ВВП у 2008-2010 рр. викликане падінням інвестиційної активності через несприятливу кон'юнктуру на світових ринках, погіршення фінансового стану підприємств.

Таблиця 1. Частка інвестицій в структурі ВВП України за період 1996-2011 рр.[6]

Рік	ВВП (в поточних цінах), млн. грн.	Інвестиції в основний капітал (капітальні вкладення), млн. грн.	Інвестиції в основний капітал, % до ВВП
1996	81519	12557	15,40
1997	93365	12401	13,28
1998	102593	13958	13,61
1999	130422	17552	13,46
2000	170070	23629	13,89
2001	204190	32577	15,95
2002	225810	37178	16,46
2003	267344	51011	19,08
2004	345113	75714	21,94
2005	441452	93096	21,09
2006	544153	125254	23,02
2007	720731	188486	26,15
2008	949864	233081	24,54
2009	914720	151777	16,59
2010	1094607	150667	13,76
2011	1316600	209100	15,88

Слід звернути увагу на результати досліджень авторів [7], які відзначають, що для стабільного економічного зростання території окремо і країни в цілому забезпеченість інвестиціями повинна становити 19-25% ВВП. Як видно з таблиці, необхідного рівня інвестицій в Україні

було досягнуто лише в 2003 році. Недостатня інвестиційна забезпеченість впродовж доволі тривалого часу позначилася на стані економічного розвитку України. На сьогоднішній день, в наслідок міжнародної фінансової кризи, рівень інвестицій у структурі ВВП України дозволяє, у кращому разі, лише відновлювати виробничий потенціал. Інвестиції ще не стали дієвим чинником реструктуризації та підґрунтям довгострокового стійкого розвитку вітчизняної економіки.

Аналіз статистичних даних [8] свідчить, що у січні – вересні 2012 року в економіку України іноземними інвесторами вкладено 4,3 млрд. дол. США прямих іноземних інвестицій, що становить 91,07 % до відповідного періоду 2011 року, у січні – вересні 2011 року відповідно - 138,52 % до відповідного періоду 2010 року.

Обсяг внесених з початку інвестування в економіку України прямих іноземних інвестицій (акціонерного капіталу) на 1 жовтня 2012 року становив 52673,8 млн. дол. США, що на 5,2 % більше обсягів інвестицій на початок 2012 року, та в розрахунку на одну особу населення складає 1157,0 дол. США.

До десятки основних країн-інвесторів, на які припадає 82 % загального обсягу прямих інвестицій, входять: Кіпр – 15075,5 млн. дол. США, Німеччина – 7432,7 млн. дол. США, Нідерланди – 5040,8 млн. дол. США, Російська Федерація – 3706,1 млн. дол. США, Австрія – 3300,7 млн. дол. США, Велика Британія – 2396,0 млн. дол. США, Віргінські Острови (Брит.) – 1805,7 млн. дол. США, Франція – 1796,8 млн. дол. США, Швеція – 1578,6 млн. дол. США та Швейцарія – 1085,1 млн. дол. США.

Спеціалісти відзначають, що незадовільна, незначна диверсифікація джерел залучення прямих іноземних інвестицій в Україну за країнами-інвесторами може бути прихованим ризиком. Економіка України може потрапити в залежність від політики кількох країн – основних інвесторів.

Крім того, необхідно виділити наступні інвестиційні ризики:

- економічний – пов'язаний з розвитком економіки території;
- корупційний або регуляторний – пов'язаний з адміністративними зловживаннями;
- політичний – пов'язаний з поляризацією політичних уподобань населення;
- соціальний – пов'язаний з рівнем соціальної напруги;

- екологічний – пов’язаний з рівнем забруднення навколишнього середовища території;
- кримінальний – пов’язаний з рівнем злочинності на певній території.

Враховуючи вищевказане, серед першочергових завдань інвестиційної політики, які постають перед країною в цілому і її окремими територіями, слід виокремити наступні: створення інвестиційної стратегії; удосконалення нормативної бази; формування іміджу території, розширення географії іноземних інвестицій.

Необхідно зазначити, що існують різні підходи до трактування поняття «імідж території». Так, в енциклопедичному словнику економіки і права «імідж» визначено як цілісний, якісно визначений образ об’єкта, що стійко існує та відтворюється в масовій і/або індивідуальній свідомості засобами масової інформації та психологічного впливу [9].

Всесвітня організація туризму розглядає імідж території як сукупність емоційних і раціональних уявлень, що випливають із зіставлення всіх ознак території, власного досвіду людей і чуток, що впливають на створення певного образу [2, с. 53].

Економічна сутність територіального іміджу проявляється в позиціонуванні певної території як середовища, сприятливого для ведення бізнесу, капіталовкладень.

Дослідження питання інвестиційного іміджу територій дозволяє зробити певні висновки і погодитись з дослідниками [1, с.283] стосовно того, що імідж не варто ототожнювати з кліматом, зокрема інвестиційним.

На думку О.І. Рогача, «інвестиційний клімат – сукупність політичних, економічних, соціальних та юридичних умов, що впливають на інвестиційний процес» [10, с.688]. Якщо інвестиційний клімат являє собою комплекс об’єктивних умов інвестування в територію, що включає як економічні, так і політичні і соціальні компоненти, у тому числі: природні ресурси, кадровий потенціал, законодавство, то інвестиційний імідж – це сприйняття потенційними та існуючими інвесторами інвестиційного клімату території.

Слід зазначити, що інвестиційний імідж території існує у різних видах. А саме [2, с.42]:

- позитивний інвестиційний імідж, який асоціюється в інвесторів

здебільшого з перевагами території. Він не потребує зміни. Навпаки, його слід підтримувати, зміцнювати та поширювати серед потенційних інвесторів;

- слабо виражений інвестиційний імідж, який зумовлений відсутністю достовірної, повної інформації про територію, а відтак – низькою обізнаністю цільових аудиторій. У цьому разі потрібно розробити програми забезпечення інформаційної відкритості, здійснити презентації конкурентних переваг території в інвестиційній сфері;
- традиційний інвестиційний імідж ґрунтується на уявленнях про певну територію, які сформувалися історично. Він потребує коригування, оскільки не відображає сучасні тенденції розвитку, а тому може відштовхнути потенційних інвесторів;
- суперечливий інвестиційний імідж, який є характерним для великих територіальних утворень. Має місто за умов, коли територія має певні переваги й обумовлені ними недоліки (наприклад, забруднена вода, смог, інтенсивний рух тощо). Покращити такий імідж можна шляхом розірвання цих зв'язків;
- змішаний інвестиційний імідж виникає при існуванні протилежних уявлень про територію. У практичній діяльності він спостерігається найчастіше, оскільки будь-яка територія, як місце організації бізнесу має сильні і слабкі сторони, що не дозволяє інвестору сформувати однозначне уявлення. Такий імідж змінюється шляхом підкреслення позитивних рис та нівелювання негативних;
- негативний інвестиційний імідж, який асоціюється в потенційних інвесторів переважно із недоліками, слабкими сторонами. Тому необхідно не лише створювати новий імідж, а й активно нівелювати старий;
- занадто привабливий інвестиційний імідж території, який обумовлений наявністю сприятливих умов для здійснення інвестиційної діяльності. У цій ситуації спостерігається зростання попиту з боку потенційних інвесторів, який на певній території не можливо задовольнити за рахунок власних ресурсів. Відтак органи місцевої влади змушені вживати заходи щодо зменшення попиту, зокрема підвищувати податкові ставки, тарифи.

Інвестиційний територіальний імідж може бути реальним (уявлення

про певну територію, яке є в інвесторів) та суб'єктивним (уявлення громадян про те, якою певна територія вважається за її межами).

Необхідно звернути увагу, що позитивний територіальний імідж є значним фактором в підвищенні конкурентоспроможності, залученні інвестицій у реальний сектор національної економіки та здатен виконувати ряд функцій. Серед основних з них автор роботи [3] справедливо визначає наступні:

- ідентифікація (забезпечує аудиторії сприйняття інформації про позитивне в життєдіяльності території);
- ідеалізація (забезпечує режим найбільшого сприяння образу певної території);
- протиставлення (будується на основі історичного розвитку території або іміджевих образів інших територіальних утворень);
- номінативна (відрізняє певну територію за конкретних умов серед інших територіальних утворень, демонструє її відмінні риси);
- естетична (покликана гармонізувати враження, яке справляє територія на громадськість);
- адресна (зв'язок між іміджем території та її цільовою аудиторією).

Також слід акцентувати увагу, на тому, що для потенційного інвестора важливим фактором є можливість реалізації на певній території власних економічних інтересів.

Отже, серед основних принципів управління інвестиційним іміджем територіального утворення слід відзначити наступні:

- чіткість, несуперечливість позиціонування на рівні раціональних і емоціональних переваг;
- оптимізація співвідношення «Інвестиційний імідж/інвестиційний клімат»
- узгодженість системи повідомлень, які транслюються;
- систематичність роботи щодо створення позитивного іміджу території;
- синхронізація дій на різних рівнях
- ефективність зворотного зв'язку
- виконання зобов'язань перед інвестором.

Висновки. Проведене дослідження дозволило визначити, що позитивний імідж сприяє залученню необхідних для розвитку території

ресурсів, зокрема іноземних інвестицій, розвитку ділового й культурного потенціалу, створенню сприятливого середовища життєдіяльності.

Позитивний імідж окремих територій формує сприятливе враження про Україну в цілому, підвищуючи її авторитет у міжнародному співтоваристві.

У зв'язку з цим, з метою підвищення конкурентних переваг території, формування позитивного інвестиційного іміджу, в подальших дослідженнях представляється доцільним формування системної національної політики, спрямованої на зростання інвестиційної привабливості, формування и активне просування іміджу території.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Садовий В. О. Імідж регіону як фактор залучення іноземних і внутрішніх інвестицій / В. О. Садовий, Н. О. Могильна, В. А. Омеляненко // Механізм регулювання економіки. – 2009. – № 3. – Т. 2. – С. 282–287.
2. Панкрухин А.П. Маркетинг территорий. – 2-е изд., дополн. / А.П.Панкрухин. – СПб. : Питер, 2006. – 416 с.
3. Хижняк Л.М. Конструювання іміджу регіону як шлях виходу з соціально-економічної кризи [Електронний ресурс] / Л.М. Хижняк. – Режим доступу: http://www.m_economy.ru/art.php3?artid=23236#ftn1.
4. Макаренко А.П. Інвестиційна діяльність суб'єктів підприємництва в регіонах України: Монографія / Макаренко А.П., Гончаров Є.В., Заволока Ю.М. – Донецьк: СПД Купріянов В.С., 2011. – 160 с.
5. Бузько І.Р. Інвестиційна політика у глобальному вимірі: формування та реалізація: монографія / І.Р. Бузько, В.І. Чиж, А.Ю. Тищенко. – Луганськ: вид-во СНУ ім. В. Даля, 2011. – 192 с.
6. Державний комітет статистики України. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
7. Инвестология: наука про інвестування : навч. посіб. / [Реверчук С.К., Реверчук Н.Й., Скоморович І.Г. та ін.]; за ред. докт. екон. наук, проф. С.К. Реверчука. – К.: АТІКА, 2001. – 264 с.
8. Державне агентство України з інвестицій та розвитку. Офіційний сайт [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.in.gov.ua>.
9. Энциклопедический словарь экономики и права [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dic.academic.ru/contents.nsf/dic_economic_law.
10. Рогач О.І. Міжнародні інвестиції: Теорія та практика бізнесу транснаціональних корпорацій: Підручник / О.І. Рогач. – К. : Либідь, 2005. – 720 с.