

УДК 330.332(477)

## МАРКЕТИНГОВІ ІНСТРУМЕНТИ ОЦІНЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

Ю.М. Попова, кандидат економічних наук.  
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка

© Попова Ю.М., 2016.

Стаття отримана редакцією 14.01.2016 р.

**Вступ.** Сучасна інтеграція України до європейського та світового співтовариства розвинутих держав вимагає розв'язання проблем регіональної політики, перш за все за рахунок підвищення інвестиційної привабливості регіонів. Регіон є складовою господарського комплексу держави, на яку покладено виконання ряду функцій. В умовах ринкової економіки для виконання цих функцій та ефективного розвитку необхідним є залучення інвестиційних ресурсів. Приплив інвестицій у регіон визначається його інвестиційною привабливістю, під котрою розуміють комплексну характеристику об'єкта інвестицій за багатьма параметрами, яка відображатиме ступінь доцільності вкладень.

Актуальність цього дослідження обумовлена тими обставинами, що при прийнятті інвестиційного рішення доцільно враховувати результати оцінювання інвестиційного клімату в країнах, регіонах та рівень інвестиційної привабливості цих територій. Тільки в тих регіонах, котрі є привабливими для інвесторів, можуть бути успішно реалізовані інвестиційні проекти. Потенційні інвестори, обираючи конкретний регіон для вкладення коштів, оцінюють рівень його інвестиційної привабливості, спираючись на існуючі вітчизняні й зарубіжні рейтинги та методики, використовуючи при цьому певний набір інструментів. Доцільним у цьому контексті є застосування відповідних інструментів маркетингу регіону, які дозволять найбільш точно визначити рівень інвестиційної привабливості того чи іншого регіону.

**Огляд останніх джерел досліджень і публікацій.** Результати дослідження регіонального розвитку висвітлено у різноманітних аспектах: з точки зору інвестицій, інвестиційного клімату й інвестиційної привабливості – у роботах В. Захожай [2], О.В. Кузьменко [4], Л. Петкової [8], С.А. Петровської [9], В.В. Ушакова [11]; у контексті маркетингу регіону – у публікаціях Т.В. Кайнової [3], А.П. Панкрухіна [7], а також у розрізі стратегічного менеджменту – дослідження Д.В. Арутюнової [1], О.С. Майсак [5], А.П. Міщенко [6] та інших. Проте питання інвестиційної привабливості регіонів, які в Україні мають економічні характеристики, що суттєво різняться, і сьогодні залишаються актуальними та потребують додаткового дослідження. Зокрема, у сфері оцінювання привабливості регіону для інвесторів на основі маркетингового підходу.

**Постановка завдання.** Наразі не існує єдиного концептуального підходу до оцінювання інвестиційної привабливості регіону. Насамперед відсутнє загальноприйняте визначення поняття «інвестиційна привабливість», немає єдиної методології її оцінювання (розраховуються різні індекси та показники на основі різних наборів факторів), не визначені цільові аудиторії такого оцінювання, бракує чіткої систематизації інструментів, за допомогою яких має оцінюватися інвестиційна привабливість регіону. У зв'язку із цим метою статті є дослідження основних маркетингових інструментів, котрі доцільно застосовувати для оцінювання інвестиційної привабливості регіонів.

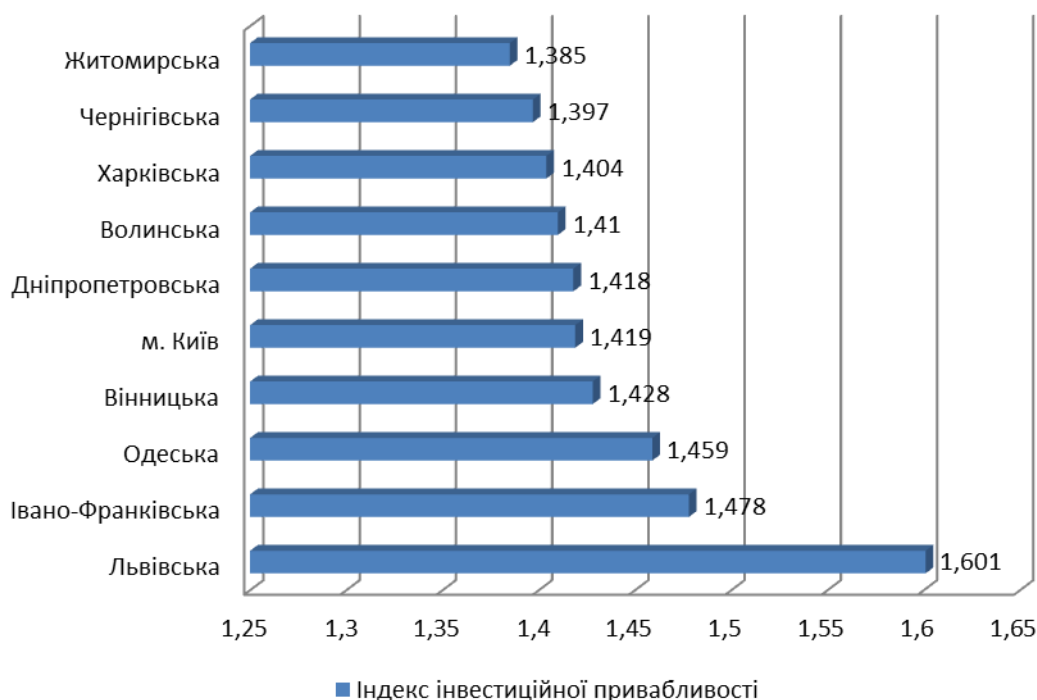
**Основний матеріал і результати.** Однією з проблем визначення інвестиційної привабливості є різноплановість підходів до самої категорії та оцінювання її рівня. На думку В. Захожай і М. Кіт [2], інвестиційна привабливість регіонів – це інтегральна характеристика окремих регіонів країни з позицій ефективності здійснення в них інвестиційної діяльності. С.А. Петровська [9] визначає інвестиційну привабливість регіону як інтегральну характеристику окремого регіону країни з позиції інвестиційного клімату, рівня розвитку інвестиційної інфраструктури, можливостей залучення інвестиційних ресурсів. Л. Петкова і

В. Проскурін [8] розглядають інвестиційну привабливість регіону як сукупність об'єктивних і суб'єктивних умов, що сприяють або перешкоджають процесу інвестування національної економіки на макро-, мезо- і мікрорівнях, а В.В. Ушаков [11] – як сукупність факторів, які зумовлюють поведінку діючих та потенційних суб'єктів інвестиційної діяльності щодо здійснення інвестицій у розвиток економіки регіону.

Нині в Україні відсутня загальноприйнята методика визначення інвестиційної привабливості регіону. Її розраховують різні установи та організації з використанням власних підходів, що зумовлює труднощі у підтвердженні об'єктивності оцінки. Зокрема, Міністерство економічного розвитку і торгівлі України щорічно розраховує рейтинг привабливості регіонів України за такими показниками: економічний стан регіону, розвиток ринкової, транспортної та фінансової інфраструктури, стан людських ресурсів, діяльність органів місцевої виконавчої влади у сфері підприємництва [4]. Інвестиційну привабливість регіонів оцінює також НАН України.

Поділяємо точку зору О.В. Кузьменка [4], який найбільш об'єктивною з точки зору методики вважає оцінювання й прогнозування інвестиційної привабливості регіонів, що здійснюється Київським міжнародним інститутом соціології (КМІС). Останній виконує розрахунки за рівнями загальноекономічного розвитку; розвитку інвестиційної інфраструктури; розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури; демографічною характеристикою та ступенем безпеки інвестиційної діяльності. При цьому індекс інвестиційної привабливості регіонів розглядається як відносна оцінка якості характеристик регіону, необхідних інвестору для прийняття рішення щодо вкладання коштів.

Так, аналіз рейтингу інвестиційної привабливості регіонів України, складеного КМІС за 2014 р., показав, що найвищий індекс інвестиційної привабливості мають Львівська, Івано-Франківська та Одеська області (рис. 1). До другої «десятки» ввійшли: Тернопільська, Запорізька, Київська, Рівненська, Сумська, Миколаївська області, м. Севастополь, Черкаська, Хмельницька, Полтавська області. «Регіони-аутсайтери» рейтингу: Кіровоградська, Донецька, Луганська, Закарпатська, Херсонська, Чернівецька, АР Крим [10].



**Рис. 1. ТОП-10 регіонів України за індексом інвестиційної привабливості**

*Джерело:* складено за джерелом [10]

Дослідження стану інвестиційної діяльності в Україні показує, що обсяги залучення капітальних інвестицій у січні – червні 2014 р. складають 86,9 млрд. грн., що становить 82,5% до відповідного періоду 2013 р. Поряд із цим обсяг прямих іноземних інвестицій на 1 липня 2014 р. становив 50021,8 млн. дол. США (без урахування тимчасово окупованої території

Автономної Республіки Крим і м. Севастополя), що на 11,9% менше обсягів інвестицій на початок 2014 р. У розрахунку на одну особу населення це складає 1164,1 дол. США. Спостерігається непропорційний розподіл обсягів залучення інвестицій у регіони України. До Дніпропетровської, Харківської, Київської, Львівської, Одеської, Запорізької областей та до м. Києва надійшло більш за все інвестицій – 88,8% усіх залучених прямих іноземних інвестицій. Таке спрямування прямих іноземних інвестицій та капітальних інвестицій у регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів і посилює подальше збільшення розриву в їх розвитку [4].

Узагальнюючи підходи до визначення сутності та оцінювання інвестиційної привабливості регіону, вважаємо, що за основу в цьому дослідженні доцільно брати його економічну характеристику, що відображає здатність залучати, освоювати й використовувати інвестиції завдяки розвинутому інвестиційному потенціалу та сприятливій регіональній інвестиційній політиці. Такий підхід дозволяє стверджувати, що для ухвалення рішення щодо інвестування коштів у регіон необхідно провести аналіз його інвестиційної привабливості за допомогою інструментів маркетингу регіону.

На думку Т.В. Кайнової, маркетинг регіону – це діяльність, пов'язана з розробленням за допомогою основних маркетингових інструментів і технологій, спрямованих на найбільш ефективне та вигідне для території використання наявних ресурсів з метою підвищення її іміджу й конкурентоспроможності [3, с. 85–86]. Погоджуємося з автором, що для маркетингу регіону важливу роль відіграє формування його іміджу та привабливості для населення, інвесторів і держави. Ключовим є підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості регіону порівняно з іншими. Для маркетингу регіону важливу роль відіграють об'єктивні умови: природно-ресурсний потенціал і кліматичні умови, геополітичне становище, інфраструктурний потенціал, фінансові, трудові, організаційні та інші ресурси. Суттєвим є те, що для маркетингу регіону економічний ефект досягається загальною «сумарною» дією геофізичних, фінансових, техніко-технологічних і кадрових ресурсів, зростанням обсягів виробництва та активізацією зовнішньоекономічної діяльності, результатами участі в міжнародних проектах тощо [3].

У зв'язку з вищевикладеним завданням стратегічного маркетингу є перетворення регіону на «унікальну пропозицію» для вкладення коштів відносно інших регіонів. Це означає формування інвестиційної, економічної, соціальної та культурної привабливості регіону.

На нашу думку, маркетинг регіону включає в себе не лише просування регіону як привабливого товару, створення позитивного іміджу та брендинг як інструмент маркетингу, а й можливість оцінювання інвестиційної привабливості регіону за допомогою таких інструментів маркетингу, як PEST, SWOT та SNW-аналіз. Саме ці інструменти маркетингу дають можливість створити фундамент для вдалого поєднання маркетингових інструментів з іншими методиками оцінювання інвестиційної привабливості регіону. Слід відмітити, що значна кількість потенційних інвесторів для оцінювання регіону на предмет розміщення у ньому інвестицій в своїй практиці використовують лише один з видів маркетингового аналізу. Однак поєднання PEST, SWOT та SNW у єдиний комплекс оцінювання дозволить сформувати потужний, різнобічний, дієвий механізм для залучення інвестицій в інфраструктуру регіону.

Однією зі складових такого маркетингового комплексу оцінювання інвестиційної привабливості регіону є PEST-аналіз – маркетинговий інструмент, що дозволяє оцінити інвестиційну привабливість регіону за допомогою таких аспектів зовнішнього середовища: політичних (Political), економічних (Economic), соціальних (Social) і технологічних (Technological) [6].

Оцінка інвестиційної привабливості регіону характеризується багатоетапністю її побудови:

I етап – до чотирьох основних складових PEST-аналізу необхідно додати перелік факторів, які безпосередньо впливають на інвестиційну привабливість регіону;

II етап – потрібно оцінити важливість факторів та складові, до яких ці фактори належать, шляхом присвоєння їм певного коефіцієнта вагомості від 1 до 0. Причому сума коефіцієнтів усіх факторів повинна дорівнювати одиниці;

III етап – необхідно оцінити вплив кожного фактора на інвестиційну привабливість за п'яти бальною шкалою;

IV етап – установлення зваженої оцінки шляхом множення коефіцієнта важливості фактора на оцінку впливу кожного фактора на інвестиційну привабливість. Отримані результати слід просумувати;

V етап – суму факторів кожної складової потрібно помножити на коефіцієнт складової. Для отримання зваженої сумарної оцінки одержані результати знову необхідно просумувати.

Таким чином, у результаті PEST-аналізу буде встановлений рівень інвестиційної привабливості регіону й виведена зважена оцінка впливу кожного фактора основної складової на інвестиційний клімат у регіоні. Головним завданням буде розроблення дієвої стратегії зі створення умов та усунення перепон для залучення інвестицій у конкретний регіон на основі отриманих даних.

Наступним інструментом маркетингового оцінювання інвестиційної привабливості регіону є SWOT-аналіз (Strengths – сильні сторони, Weaknesses – слабкі сторони, Opportunities – можливості, Threats – загрози). Відповідно при використанні SWOT-аналізу для оцінювання інвестиційної привабливості регіону будуть ураховуватися такі чинники: Strengths – сильні сторони регіону, які безпосередньо впливають на здатність залучити інвестиційний капітал. Weaknesses – слабкі сторони регіону, що негативно впливають на інвестиційний клімат регіону. Opportunities – існуючі можливості (зовнішні та внутрішні) – наявні або можливі в майбутньому, сприятливі для залучення інвестицій. Threats – загрози (зовнішні й внутрішні), які перешкоджають розвитку регіону та залученню інвестицій [5].

Шкала для оцінювання буде матиме такий вигляд:

1 – дуже низький вплив сильних і слабких сторін території на використання можливостей та подолання загроз для залучення інвестицій;

2 – середній вплив сильних і слабких сторін території на використання можливостей та подолання загроз для залучення інвестицій;

3 – дуже високий вплив сильних і слабких сторін території на використання можливостей та подолання загроз для залучення інвестицій.

У результаті проведення SWOT-аналізу отримасмо загальну розгорнуту картину інвестиційної привабливості регіону. Це відкриє перед нами не тільки додаткові інструменти залучення інвестицій, а й дасть можливість підготувати підґрунтя для їх ефективного впровадження.

Для того щоб мати повну картину інвестиційної привабливості регіону, доцільно скористатися ще одним інструментом маркетингового оцінювання інвестиційної привабливості – SNW-аналізом. Використовуючи його для оцінювання інвестиційної привабливості регіону можна виявити слабкі й сильні сторони, які так чи інакше впливають на залучення та ефективне використання інвестицій, при SNW-аналізі оцінюється внутрішнє середовище регіону за трьома показниками: Strength (сильна сторона), Neutral (нейтральна сторона) і Weakness (слабка сторона). Виявлення нейтральної сторони дозволяє в будь-який час активізувати її і таким чином поліпшити інвестиційну привабливість регіону. Саме нейтральна сторона може стати лакмусовим папірцем у прийнятті рішення інвестором щодо інвестування. Тому виявлення нейтральних та слабких сторін в інвестиційній привабливості регіону дозволяє отримати потужний інструмент впливу на інвестора [1].

На практиці використання SNW-аналізу для оцінювання інвестиційної привабливості регіону повинно складатися з декількох етапів: по-перше, побудова таблиці, в якій в одній колонці потрібно перелічити основні фактори внутрішнього середовища регіону, що впливають на його інвестиційну привабливість, а у трьох інших – установити, який вплив (сильний, нейтральний, слабкий) ці фактори мають на інвестиційну привабливість регіону. По-друге, на основі отриманих даних потрібно зробити розгорнутий аналіз слабких і нейтральних факторів та розробити стратегічні заходи щодо підвищення слабких і активізації нейтральних факторів.

**Висновки.** Таким чином, залучення інвестицій є пріоритетним напрямом розвитку економіки регіону. Спрямування на самостійність регіонів викликає необхідність обґрунтування потреб в інвестиціях та залучення інвесторів. Крім того, суттєвою є

спроможність інфраструктури регіону освоювати й ефективно використовувати інвестиційні кошти. У цьому сенсі важливою є формалізація підходів до визначення інвестиційної привабливості регіону, оскільки його позиціонування в цьому аспекті дозволяє залучити потенційних інвесторів для виконання регіональних інвестиційних програм.

Використання таких маркетингових інструментів, як SWOT, PEST та SNW-аналіз у вигляді єдиного комплексу оцінювання інвестиційної привабливості регіону демонструє всебічне та глибоке охоплення всіх проблем і перешкод, що стоять на шляху до залучення інвестицій у регіональну економіку. Практичне застосування такого потужного комплексу маркетингового інструментарію дає змогу робити прогнози не тільки в короткостроковій перспективі, а й будувати стратегію на довгостроковий період розвитку.

Перспективи подальших досліджень лежать у площині аналізу окремих маркетингових інструментів оцінювання інвестиційної привабливості регіону.

#### **ЛІТЕРАТУРА:**

1. Арутюнова Д. В. Стратегический менеджмент: учебное пособие / Д.А. Арутюнова. – Таганрог: Изд-во ТТИ ЮФУ, 2010. – 122 с.
2. Захожай В. Статистика інвестиційної діяльності [Електронний ресурс] / В. Захожай, М. Кіт. – Режим доступу: <http://personal.in.ua>
3. Кайнова Т. В. Маркетинг регіону як фактор інноваційного розвитку / Т. В. Кайнова // Академічний огляд. – 2014. – № 2 (41). – С. 85–90.
4. Кузьменко О. В. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість регіонів України / О. В. Кузьменко // Економічний нобелівський вісник. – 2015. – № 1 (8). – С. 46–54.
5. Майсак О. С. SWOT-аналіз: об'єкт, фактори, стратегії. Проблема поиска связей между факторами // Прикаспийский журнал: управление и высокие технологии. – 2013. – № 1 (21). – С. 151–157.
6. Мищенко А. П. Стратегическое управление: учебное пособие / А. П. Мищенко. – Днепропетровск: Изд-во ДУЭП, 2007. – 332 с.
7. Панкрухин А. П. Исследования территорий: подход маркетолога [Электронный ресурс] / А. П. Панкрухин. – Режим доступа: [http://gradoforum.novosibirsk.ru/files/pankruhin\\_1.pdf](http://gradoforum.novosibirsk.ru/files/pankruhin_1.pdf)
8. Петкова Л. Муниципальные инвестиции та кредити: навч. посіб. / Л. Петкова, В. Проскурін. – Київ, 2006. – 158 с.
9. Петровська С. А. Оцінка інвестиційної привабливості регіону: порівняльний пофакторний аналіз / С. А. Петровська // Механізм регулювання економіки. – 2012. – № 2. – С. 90–97.
10. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів України за 2014 р. / Інститут економічних досліджень та політичних консультацій. – К.: Київський міжнародний інститут соціології, 2014. – 390 с.
11. Ушаков В. В. Сутність понять «інвестиційна привабливість регіону» та «інвестиційний клімат в регіоні» та фактори, що їх обумовлюють / В. В. Ушаков [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://lubbook.net/book\\_431\\_glava\\_1\\_Tema\\_1.](http://lubbook.net/book_431_glava_1_Tema_1.)

UDC 330.332(477)

**Popova Yulia Mikhailovna**, Ph.D., assistant professor of international economics and marketing, Poltava National Technical Yuriy Kondratyuk University. **Marketing tools for the assessment of investment attractiveness of region.** The complexity of investment regulation is the fact that it covers diverse areas of economic life – the field of scientific and technological progress, government management of the economy, finance and banking, commercial calculation enterprises pricing. Therefore, the relevance of the study is to evaluate the investment attractiveness with the help of tools, which will take into account all these factors. The purpose of the article is a study of basic marketing tools which can be used to assess investment attractiveness of the regions. Investment space of the country is considered in the coordinates of “investment climate of regions – investment activity in the regions”. The system of meters of investment attraction: investment potential and investment risk, quality of use of the resource of the region (strategic and administrative resources, innovative capacity). Author concludes that investment attractiveness of the area that eventually manifested in the ability of the region to attract investment funds formed under the influence of a number

of factors. Investment attractiveness of Ukraine regions in 2014 was analyzed. Author proposes to evaluate the investment attractiveness of the region with the help of such marketing tools: PEST-analysis, SWOT-analysis and SNW-analysis. These marketing tools provide an opportunity to create a Foundation for a successful combination of marketing tools with other techniques of evaluation of investment attractiveness of the region. The proposed toolkit can be used by companies, investors and regional authorities for evaluation of investment attractiveness of regions.

**Keywords:** investment attractiveness of region, regional marketing, marketing areas, SWOT-analysis, PEST-analysis, SNW-analysis.

УДК 330.332(477)

**Попова Юлия Михайловна**, кандидат экономических наук, доцент кафедры международной экономики и маркетинга. Полтавский национальный технический университет имени Ю. Кондратюка. **Маркетинговые инструменты оценки инвестиционной привлекательности региона.** Исследована сущность инвестиционной привлекательности региона. Обоснована целесообразность применения маркетинговых инструментов оценки инвестиционной привлекательности регионов, и охарактеризованы их особенности.

**Ключевые слова:** инвестиционная привлекательность региона, региональный маркетинг, маркетинг территорий, SWOT-анализ, PEST-анализ, SNW-анализ.

УДК 330.332(477)

**Попова Юлія Михайлівна**, кандидат економічних наук, доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу. Полтавський національний технічний університет імені Ю. Кондратюка. **Маркетингові інструменти оцінювання інвестиційної привабливості регіону.** Досліджено сутність інвестиційної привабливості регіону. Обґрунтовано доцільність застосування маркетингових інструментів оцінювання інвестиційної привабливості регіонів та схарактеризовано їх особливості.

**Ключові слова:** інвестиційна привабливість регіону, регіональний маркетинг, маркетинг територій, SWOT-аналіз, PEST-аналіз, SNW-аналіз.