

УДК 332.12

О.В. КОЛОМИЦЕВА, д-р екон. наук, професор кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

С.М. ПЕПЧУК, доцент кафедри економічної кібернетики та маркетингу
Черкаський державний технологічний університет, м. Черкаси

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ АКТИВНОГО ПОЗИЦІОНУВАННЯ ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЕГІОНУ

Ключові слова: технологія
активного позиціонування,
інвестиційна привабливість,
регіон, інвестиційний клімат.

Для підвищення інвестиційної привабливості регіону автори пропонують застосування технології активного позиціонування і просування регіону. Упровадження технології активного позиціонування передбачає формування сильної, висококонкурентної, оперативно гнучкої до змін економіки системи та стабілізацію соціального середовища регіону. Базою застосування визначеної технології є підприємницький потенціал, перспективною базою — регіональна освітня система як основа інноваційної інфраструктури. Важливим критерієм реалізації технології є ініціативний та креативний потенціал регіону, а ключовою умовою сприяння активному позиціонуванню регіону — політична воля і бажання регіональних та міських органів влади підтримати реалізацію визначеної технології активного позиціонування.

Постановка проблеми. В умовах глобалізації світової економіки посилення конкуренції на національному та міжнародних ринках, формування й утримання регіоном конкурентних переваг є базовою умовою для збереження соціальної та економічної стабільності, недопущення зниження якості господарського потенціалу й ефективності галузевої структури економіки регіону.

Для України роль інвестицій постійно зростає, оскільки вони є основою стабільного економічного розвитку, що дає змогу скоротити розрив в основних макроекономічних показниках між нашою державою та розвиненими країнами світу, створити передумови для гідної співпраці з іншими країнами.

У зв'язку з необхідністю залучення фінансових ресурсів та їхньою обмеженістю актуальною на сьогодні є проблема оцінки та підвищення інвестиційної привабливості регіонів, що дає змогу інвестору сформулювати уявлення про стан об'єкта вкладання коштів, забезпечення надійності майбутніх інвестицій та впевненості в отриманні очікуваних результатів від їхнього використання.

Як одна з умов підвищення інвестиційної привабливості регіону запропоновано застосування технології активного позиціонування регіону шляхом організації активної підтримки, супроводу та стимулювання діяльності провідних підприємств регіону, пошуку нових інноваційних ідей та підтримки їхньої реалізації на стартовому етапі, просування майданчиків для бізнесу, розвитку інфраструктури.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Багатоаспектність проблематики дослідження інвестиційної привабливості регіонів України набула втілення в наукових працях провідних вітчизняних і зарубіжних вчених, серед них: О. Асаул, І. Бланк, В. Захожай, О. Власюк, А. Гальчинський, В. Геєць, М. Долішній, І. Лукінов, Л. Петкова та ін. Разом із тим, аналіз значених джерел свідчить, що низка питань, пов'язаних із оцінкою інвестиційної привабливості регіонів, вивченням факторів та резервів її підвищення, їх прогнозуванням, залишаються невирішеними. Тому існує потреба в подальших теоретико-методичних і практичних дослідженнях у цьому напрямі.

Мета дослідження. Основною метою даної публікації є виявлення проблем, що гальмують інвестиційну активність регіонів, та розробка пропозицій щодо використання технологій активного позиціонування, які сприятимуть підвищенню інвестиційної привабливості регіонів України.

Результати дослідження. В економічній літературі відсутнє єдине загально визнане трактування поняття «інвестиційна привабливість регіону». Науковці по-різному підходять до формулювання дефініції «інвестиційна привабливість». На думку В. Дорохова та М. Піндура, інвестиційна привабливість — це сукупність об'єктивних можливостей і обмежень, що обумовлюють інтенсивність залучення інвестицій у регіон або інвестиційну активність у регіоні. При цьому зроблено акцент на тому, що об'єктивні можливості регіону щодо залучення інвестицій і є його інвестиційним потенціалом, а об'єктивні обмеження, що перешкоджають реалізації програми інвестування, є інвестиційними ризиками, наявність яких означає вірогідність неповної реалізації інвестиційного потенціалу регіону [1]. Л. Петкова та В. Проскурін [2] 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. В. Захожай та М. Кіт стверджують [3], що інвестиційна привабливість регіонів — це інтегральна характеристика окремих регіонів країни з позицій ефективності здійснення в них інвестиційної діяльності. Тобто існують різноманітні визначення категорії «інвестиційна привабливість»: від вузького до широкого.

Висока інвестиційна привабливість регіону дає змогу залучати великі інвестиції на його розвиток та гарантує отримання прибутку для інвесторів. Інвестиційна привабливість регіону може визначатись: вигідним географічним розташуванням регіону, наявністю необхідних умов, природних ресурсів, дешевою та кваліфікованою робочою силою, розвинутою інфраструктурою, ринком збуту продукції [4].

Оцінка інвестиційної привабливості регіонів є найважливішим аспектом для ухвалення будь-якого інвестиційного рішення, від правильності якого залежать наслідки як для інвестора, так і для економіки регіону та країни у цілому.

Існує багато методик оцінки інвестиційної привабливості регіону, проте єдиного підходу немає. Більшість дослідників пропонують оцінювати інвестиційну привабливість регіону рейтинговим методом або шляхом визначення інтегральних показників. Рейтинговий метод полягає в аналізі різних аспектів розвитку регіону, формуванні на їхній основі аналітичних і синтетичних показників за групами інтегрального показника. За цим показником або системою синтетичних показників визначається рейтинг регіону за рівнем його привабливості для інвестора.

Гамбурзький інститут світової економіки (*HWI*) спільно з німецькою аудиторською компанією *BDO AG* оприлюднили рейтинг країн за інвестиційною привабливістю *BDO International Business Compass (IBC)*. У рейтингу за 2016 р. Україна посіла 130-те місце (2015 р. — 89-те, 2014 р. — 79-те місце) із 174 країн [4, 5].

Відповідно до методики Європейської Бізнес-Асоціації, яка полягає у встановленні індексу інвестиційної привабливості — інтегрального показника, який ґрунтується на характеристичі інвестиційного клімату як сукупності політичних, економічних, законодавчих, регуляторних та інших чинників, рівень інвестиційної привабливості України знаходиться на найнижчих позиціях за усю історію дослідження (рис. 1).

Виходячи з наведених даних, у 2009—2015 рр. найвищий рівень індексу інвестиційної привабливості спостерігався в I кварталі 2011 р. — 3,4, найнижчий у IV кварталі 2013 р. — 1,81, проте в I кварталі 2016 р. спостерігається підвищення значення індексу до 2,88.

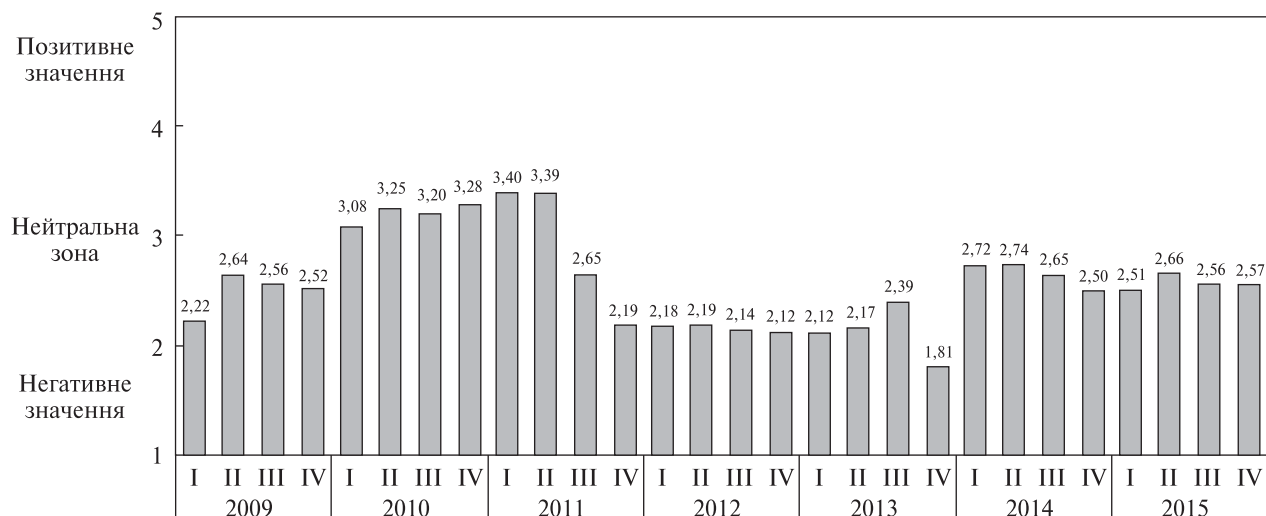


Рис. 1. Індекс інвестиційної привабливості України в 2009—2015 рр. (поквартально) за даними Європейської Бізнес-Асоціації [5]

Відповідно до запропонованої методики, рівень індексу інвестиційної привабливості України в сучасних умовах розвитку навіть не досягає нейтрального значення. Тому існує ряд стримувальних факторів, які гальмують розвиток інвестиційного ринку України, що в свою чергу спричинює зниження потенційно можливих прибутків суб'єктів господарювання України від інвестиційної діяльності.

Серед основних проблем, що обумовлюють несприятливий інвестиційний клімат в Україні та стримують економічний розвиток, численні вітчизняні та зарубіжні дослідники традиційно відзначають:

- нестабільність українського законодавства;
- нерозвиненість ринкової інфраструктури;
- сильний податковий тиск, корупцію в місцевих і центральних органах влади;
- відсутність сталої стратегії економічного і політичного розвитку;
- обмеженість державних підприємств, що підлягають приватизації і в яких зацікавлені потенційні інвестори;
- незабезпечення усім суб'єктам економічних відносин, у тому числі й іноземним інвесторам, рівних економічних прав і свобод у здійсненні фінансово-економічної діяльності;
- відсутність надійної інвестиційної історії, що формується роками внаслідок успішних капіталовкладень інвесторів;
- політичну ситуацію (АТО, загальна нестабільність, суперечливість відносин влади з опозицією, чітко невизначений напрям зовнішньої політики України).

На думку експертів українського офісу мережі *BDO*, аби переламати цю тенденцію погіршення інвестиційної привабливості країни, необхідні рішучі реформи, які забезпечать ріст ВВП щонайменше на 10 % щороку. Це неможливо без детінізації економіки та формування сприятливого регулятивного середовища [7].

Нааявні проблеми, дефіцит коштів для належного фінансування інноваційних проектів спонукають до пошуку підходів щодо формування сприятливого інвестиційного клімату та підвищення інвестиційної привабливості регіону. На нашу думку, використання технології активного позиціонування сприятиме підвищенню інвестиційної привабливості регіонів України.

Технологія активного позиціонування та просування регіону припускає цілеспрямовану діяльність усіх зацікавлених сторін цього процесу — регіональної влади, представників бізнесу, наукового співтовариства — у таких напрямках: створення загальних умов для розвитку регіональної економіки; постійний супровід наявних та активне залучення нових суб'єктів підприємницької діяльності. Результативним показником ефективного впровадження технології активного позиціонування має бути формування привабливого інвестиційного клімату, відповідно, активізація фінансових вливань в економіку регіону з боку як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів. Отже, сприятливий інвестиційний клімат активізує розвиток інвестиційного потенціалу,

мінімізує рівень супутних ризиків і в цілому значно підвищить інвестиційну привабливість регіону [4].

Постійний супровід бізнесу є не менш значущим, ніж створення умов для залучення нових видів бізнесу, оскільки підприємства, що працюють у регіоні, вже створили робочі місця і сплачують податки до регіонального бюджету. Тому чекати від них нових інвестицій імовірніше, ніж залучити новий бізнес у регіон.

Крім того, постійний супровід наявного бізнесу необхідний через низку важливих причин:

1. Підприємства регулярно оцінюють своє місце розташування і порівнюють його з альтернативними варіантами.

2. Постійний супровід підприємств і залучення нових бізнесів усе тісніше сполучаються: мережі, потенціал постачальників і партнерів у бізнесі і кооперації підсилюють своє значення як критерії вибору місця розташування; вже залучені підприємства є вагомим аргументом на користь регіону і засобом його подальшого розвитку; систематична підтримка контактів із підприємствами є засобом розкриття потенціалу регіону.

Ефективним шляхом підтримки контактів із підприємствами є їхнє анкетування, опитування і взаємодія через регіональні спілки промисловців і підприємців, торговельно-промислові палати регіонів. Крім того, потрібно використовувати стандартні процедури та заходи щодо виходу на нові ринки і залучення інвесторів: дні економіки, економічні й інвестиційні форуми, професійно-тематичні заходи, біржі ділових контактів, економічні делегації, технічні симпозиуми, виставки, ярмарки і презентації усередині регіону та за його межами.

У ході контактів особливе місце належить виявленню думок суб'єктів підприємницької діяльності щодо важливості для них різних аспектів послуг, які надають їм органи виконавчої влади регіону, а також ступеня задоволення такими послугами. У ході цього процесу оцінюють: швидкість обробки інформації та час, витрачений бізнесом на оформлення дозвільних процедур; розуміння потреб підприємств; забезпеченість кваліфікованою робочою силою; перевірюваність обґрунтованості рішень, що ухвалює влада; прозорість управлінських процесів і рішень.

Постійний супровід бізнесу з боку органів влади повинен охоплювати такі аспекти: під-

тримка в процедурах узгодження під час реалізації інтересів бізнесу в регіоні, посередництво у контактах із потенційними партнерами бізнесу; інформування про економічні тенденції; співпраця організацій з підтримки бізнесу; поліпшення пропозиції виробничих майданчиків і приміщень; розвиток консалтингових послуг; інформування про консультаційні служби; інтенсивна підтримка контактів.

Прагнення до забезпечення максимально привабливих умов ведення бізнесу в регіоні продиктоване необхідністю підвищення ділової активності підприємницьких структур регіону, інтенсифікації їхньої інноваційної діяльності, стимулювання відкриття нових бізнес-структур та залучення підприємств-нерезидентів для ведення господарської діяльності в межах регіону, що, в свою чергу, забезпечить активне позиціонування та просування образу регіону як привабливого для інвестицій. Необхідною умовою застосування технології активного позиціонування та просування регіону є наявність спеціалізованої структури, головне завдання якої — об'єднання та координація з активізації інноваційної діяльності провідних і перспективних підприємств регіону, пошуку та залучення як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів, формування сприятливого інвестиційного клімату регіону.

Цією спеціалізованою структурою може бути робоча група з формування позитивного іміджу регіону. Вважаємо, що така робоча група повинна бути сформованою і діяти у складі обласної державної адміністрації. Діяльність спеціальної робочої групи з формування позитивного іміджу регіону має відбуватись у тісному взаємозв'язку з іншими спеціалізованими структурами регіону. Основними напрямками її роботи мають бути посередництво у контактах і кооперації представників бізнесу, регіональні інновації, передавання технологій і регіональний маркетинг.

Для реалізації технології активного позиціонування і просування регіону можна виділити п'ять основних полів діяльності (рис. 2).

Кожне з п'яти полів діяльності (рис. 2) потребує для розвитку і успіху урахування факторів, що визначають такий успіх.

Посередництво у контактах і кооперації є важливим фактором успіху реалізації активного позиціонування і просування регіону, бо, по-перше, стимулює розвиток кооперації на



Рис. 2. Схема реалізації технології активного позиціонування і просування регіону

основі постійної підтримки контактів із провідними підприємницькими структурами регіону через формування якісного інформаційного простору. На основі посередництва у контактах і кооперації стає досяжною узгодженість між економічним розвитком різних міст і районів регіону, знижується роль фактора територіальної розпороченості, прискорюється процес пошуку нових потенційних підприємств інноваційного спрямування. По-друге, воно забезпечує маркетингове стимулювання логістичних ланцюжків між підприємствами як однієї, так і споріднених чи підтримувальних галузей економіки регіону, сприяє удосконаленню елементів виробничої та збутової інфраструктури. По-третє, відкриває нові можливості для інформаційного забезпечення кооперативного руху, підтримки освітніх ініціатив для поповнення кваліфікованими кадрами.

Регіональне управління лояльне до бізнесу повинно стимулювати залучення активних підприємницьких структур пріоритетних та іміджеформувальних галузей економіки регіону в національні, регіональні чи місцеві соціально-економічні ініціативи за принципами децентралізації в обґрунтуванні пріоритетів розвитку регіону, що дасть змогу забезпечити узгодженість використовуваного адміністративного підходу згори донизу у просуванні ініціатив із субсидіарним (знизу вгору). Права і механізми подання відповідних ініціатив та управління їхньою реалізацією мають базуватися на прин-

ципі партнерства з використанням методології «зустрічних потоків».

Для забезпечення активного залучення підприємницьких структур у процеси активного позиціонування та просування регіону на рівні стратегічного управління регіон повинен використовувати *vision*-методологію, принципи синергізму, а також діяльнісно-функціональний підхід як в організації системи регіонального управління економікою, так і у використанні маркетингу для досягнення цілей стійкості і генерування стратегічних конкурентних переваг. Важливим фактором успіху регіонального управління, лояльного до бізнесу, є діалог з представниками пріоритетних підприємницьких структур регіону, забезпечений шляхом налагодження ефективного зворотного зв'язку. Визначений фактор уможливіє діагностування ступеня розуміння і погодження підприємницьких структур регіону з поставленими завданнями активного позиціонування регіону, виявлення можливостей надання підтримки з боку регіональних органів влади у вигляді певних преференцій тощо.

Таким чином, регіональне управління, лояльне до бізнесу і зацікавлене в просуванні інвестиційного образу регіону в рамках активного позиціонування, має орієнтуватися на такі цільові настанови:

- визначення основних пріоритетів інвестиційних відносин (розвиток матеріально-технічної бази підприємств; удосконалення

соціальної та інженерної інфраструктури регіону, капітальне будівництво);

- забезпечення інформаційної підтримки учасникам інвестиційних відносин, інформаційної відкритості для потенційних інвесторів;
- моніторинг потреби в інвестиціях як окремих міст і районів, так і регіону в цілому;
- аналіз і можливості удосконалення системи податкових пільг для інвесторів (зниження ставок за податками у частині, що зараховується в регіональний бюджет на період фактичної окупності інвестицій, зниження податку на майно та ставок податку на прибуток, уведення пільг за місцевими податками);
- аналіз і удосконалення заходів щодо страхування ризиків інвесторів;
- удосконалення інвестиційної поведінки провідних сільськогосподарських і промислових підприємств регіону;
- надання консультаційної допомоги учасникам інвестиційних відносин.

Внутрішній регіональний маркетинг використовується для обґрунтування, формування та розвитку конкурентного потенціалу регіону, дає змогу адекватно представити образ регіону та окремі його підобрази, ідентифікувати проблеми, що не вирішуються або посилюються ринковим середовищем, виявити можливості технологічної інтеграції та кооперації в ланцюжках створення цінностей в економіці регіону і на цій основі окреслити перспективи активного позиціонування та просування регіону. При цьому істотною умовою реалізації зазначених перспектив є активізація поведінки цільової групи споживачів регіону та їхньої лояльності до регіону як простору реалізації індивідуальних і суспільних потреб.

Особливістю внутрішнього регіонального маркетингу в цьому аспекті є його вибіркова і прицільна спрямованість, тобто заходи внутрішнього регіонального маркетингу мають бути орієнтовані на конкретний сегмент цільової групи споживачів регіону.

Фактори успіху *формування мережі партнерства підприємств* полягають у можливостях прискореного впровадження нової продукції, зменшенні ризиків і витрат у зв'язку з проникненням на нові ринки, зміцненні конкурентної позиції окремих підприємств за рахунок застосування прогресивних технологій партнера та позицій регіону на національному ринку, відкритого доступу до інноваційних

високовартісних технологій шляхом об'єднання фінансових ресурсів, подолання ринкових бар'єрів, розширення сфери застосування технологічних рішень, формування ефекту масштабу, розвитку інтелектуального потенціалу. Роль спеціальної робочої групи з формування позитивного іміджу регіону у створенні партнерських підприємницьких мереж полягає у попередженні виникнення негативних наслідків партнерських відносин, спричинених поганою сумісністю підприємств-партнерів, розбіжністю їхніх цілей, відсутністю професіоналізму в управлінні спільними проектами тощо. Створення ефективного механізму формування мережі партнерства підприємств регіону з дієвими заходами інформаційної, інституційної та фінансової підтримки подібних інтегральних утворень із боку державних структур сприятиме сталому розвитку і формуванню цілісного підприємницького простору регіону, що, безумовно, може бути гарантом ефективності інвестиційних вкладень.

За *упровадження технологій поширення інновацій* на рівні соціально-економічної системи регіону необхідно враховувати специфічну системну взаємодію факторів, ресурсів, які створюють своєрідні можливості розробки, упровадження та освоєння нових технологій і наукомістких виробництв у різних сферах. Технологія активного позиціонування в розрізі цього поля діяльності передбачає стимулювання включення регіону в реалізацію значущих регіональних, державних, міжрегіональних інноваційно-інвестиційних корпоративних і національних проектів, стимулювання інноваційних процесів у малому та середньому бізнесі, включаючи допомогу в інкорпоруванні нових для них, але використовуваних у світі інноваційних процесів і технологій.

Значущість застосування ефективних технологій поширення інновацій у регіоні є очевидною. Процес просування інновацій повинен базуватися на застосуванні аналітичних інструментів дослідження процесів інноваційної динаміки в регіоні, виявленні та локалізації місця виникнення цих процесів, розрахуванні оптимальної точки старту тієї чи іншої інновації залежно від її базових характеристик. Дієвість фактора успіху впровадження технологій поширення інновацій залежить від поширення інновацій на різних рівнях ієрархічної системи — від більших та економічно роз-

винених міст і районів до менш розвинених. Важливим аспектом цього поля діяльності активного позиціонування видається вибір результативної технології поширення інновацій у регіоні. Критичний аналіз сучасних технологій поширення інновацій дає змогу виділити технології, побудовані на лінійній, дифузійній і просторовій моделях поширення інновацій, однак більшість із них не враховують значущості територіального концепту. Авторами запропоновано модель управління поширенням інновацій, яка базується на принципах партнерства і компромісу всіх потенційних учасників цього процесу (стейкхолдерів).

Усі вищезазначені фактори успіху активного позиціонування і просування регіону спрямовані на активізацію зацікавленості інвесторів у фінансовій підтримці економіки регіону, підтверджують і зміцнюють його образ як привабливого для інвестицій. У зв'язку з цим можна говорити про те, що в середньостроковій перспективі на початкових етапах використання технології активного позиціонування та просування регіону доцільно зосередити увагу на:

- забезпеченні залучення регіональної влади, провідних підприємницьких структур регіону, ініціативних громадських організацій у сфері підприємництва, освітньо-наукових структур до розробки стратегії позиціонування регіону;

- стимулюванні активності міських та селищних рад регіону, провідних суб'єктів господарювання, громадських організацій і населення в ініціації власних проектів як для реалізації в межах регіону, так і для включення до інших інвестиційно-інноваційних програм на міжнародному рівні.

В умовах зростання конкуренції регіонів їхні пропозиції для бізнесу і потенційних інвесторів стають усе більш подібними та рівнозначними. У зв'язку з цим на перший план виходить професіоналізм у справі просування регіону, тобто професійна діяльність спеціальної робочої групи з формування позитивного іміджу регіону. У сучасних умовах головні суб'єкти визначеної технології активного позиціонування і просування регіону повинні орієнтуватися на формування стійких конкурентних переваг, базуючись на унікальному комплексі ресурсів і можливостей регіону, активізації організаційних та інтеграційних

механізмів функціонування, забезпечення цілеспрямованих трансформацій внутрішніх структур і структур взаємодії з партнерами та цільовими групами споживачів.

Таким чином, технологія активного позиціонування регіону спрямована на довгострокове підвищення інвестиційної привабливості регіону, базуючись на підвищенні рівня конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності, які є основою його інноваційного розвитку. Застосування технології активного позиціонування дає змогу розширити коло споживачів маркетингової інформації про інвестиційні проекти, підприємства та наукові організації регіону, забезпечити повний цикл маркетингового супроводу інноваційної активності, формування позитивного інвестиційно-інноваційного іміджу, максимізації синергетичного ефекту від внутрішньої та міжрегіональної кооперації та розвитку наукомісткого бізнесу.

Висновки. Запропоновано використання технології активного позиціонування і просування регіону, яка сприятиме підвищенню конкурентоспроможності регіону, формуванню привабливого інвестиційного клімату, активізації фінансових потоків в економіку регіону з боку як внутрішніх, так і зовнішніх інвесторів, формуванню стійкого позитивного іміджу регіону.

Для реалізації технології активного позиціонування регіону виділено п'ять основних полів діяльності як ключових орієнтирів його просування (посередництво у контактах і кооперації, регіональне управління, лояльне до бізнесу, внутрішній регіональний маркетинг, формування мережі партнерства підприємства, упровадження технологій поширення інновацій), обґрунтовано фактори їхнього успіху та інструменти забезпечення цього успіху.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Дорохов В., Пиндур М. Инвестиционный климат. Инвестиционная привлекательность регионов и отраслей России. URL: http://studopedia.ru/1_63666_investitsionnyy-klimat-investitsionnaya-privlekatelnost-regionov-i-otrasley-grossii.html (дата звернення 10.03.2017).
2. Петкова Л., Проскурин В. Муниципальные инвестиции и кредиты. Учебное пособие. Киев, 2006. 158 с.
3. Захожай В., Кит М. Статистика інвестиційної діяльності. URL: <http://personal.in.ua> (дата звернення 27.02.2017).

4. Коломицева О.В., Пепчук С.М. Концепція позиціонування регіону в умовах глобальної конкуренції: монографія. М-во освіти і науки України, Черкас. держ. технол. ун-т. Черкаси: видавець Чабаненко Ю.А., 2016. 322 с.
5. European Business Association. Индекс інвестиційної привабливості URL: <http://www.eba.com.ua/uk/component/k2/item/7?Itemid=13> (дата звернення 26.02.2017).
6. Рейтинг інвестиційної привабливості регіонів. Підготовлено Київ. міжнар. ін-том соціології у партнерстві з Ін-том екон. дослідж. та політ. консультацій на замовлення Держ. агентства з інвестицій та управління нац. проектами України. Київ, 2014. 389 с. URL: <http://kiis.com.ua/materials/pr/20142904/RIPR2014.pdf> (дата звернення 26.02.2017).
7. Рейтинг інвестиційної привабливості: Україна опускається на дно. URL: <http://www.businessz.com.ua/news/27/1229> (дата звернення 26.02.2017).

REFERENCES

1. Dorohov V., Pindur M. Investicionnyj klimat. Investicionnaja privlekatel'nost' regionov i otraslej Rossii. URL: http://studopedia.ru/1_63666_investitsionnyj-klimat-investitsionnaya-privlekatel'nost-regionov-i-otrasleyrossii.html [in Russian].
2. Petkova L., Proskurin V. Municipal'nye investicii i kredit. Uchebnoe posobie. Kiev, 2006 [in Russian].
3. Zahozhaj V., Kit M. Statystyka investycijnoyi diyal'nosti. URL: <http://personal.in.ua> [in Ukrainian].
4. Kolomyceva O.V., Pepchuk S.M. Konceptiya pozycionuvannya regionu v umovah global'noyi konkurenciyi: monografiya. M-vo osvity i nauky Ukrainy, Cherkas. derzh. tehnol. un-t. Cherkasy: vydavec' Chabanenko Yu.A., 2016 [in Ukrainian].
5. European Business Association. Indeks investycijnoyi pryvablyvosti. URL: <http://www.eba.com.ua/uk/component/k2/item/7?Itemid=13> [in Ukrainian].
6. Rejtyng investycijnoyi pryvablyvosti regioniv. PidgotovleNo. Kyiv. mizhnar. in-tom sociologiyi u partnerstvi z In-tom ekon. doslidzh. ta polit. Konsul'tacij na zamovlennya Derzh. agentstva z investycij ta upravlinnya nacz. proektamy Ukrainy. Kyiv, 2014. URL: <http://kiis.com.ua/materials/pr/20142904/RIPR2014.pdf> [in Ukrainian].
7. Rejtyng investycijnoyi pryvablyvosti: Ukrayina opuskaet'sya na dno. URL: <http://www.businessz.com.ua/news/27/1229> [in Ukrainian].

Надійшла 16.04.2017

Е.В. Коломицева, С.Н. Пепчук

Черкасский государственный технологический университет, г. Черкасы

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИИ АКТИВНОГО ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

Для повышения инвестиционной привлекательности региона авторы предлагают применение технологии активного позиционирования и продвижения региона. Внедрение технологии активного позиционирования предусматривает формирование сильной, высококонкурентной, оперативно гибкой к изменениям экономики системы и стабилизацию социальной среды региона. Базой применения определенной технологии служит предпринимательский потенциал, перспективной базой — региональная образовательная система как основа инновационной инфраструктуры. Важный критерий реализации технологии — инициативный и креативный потенциал региона, а ключевое условие содействия активному позиционированию региона — политическая воля и желание региональных и городских органов власти поддержать реализацию определенной технологии активного позиционирования.

Ключевые слова: технология активного позиционирования, инвестиционная привлекательность, регион, инвестиционный климат.

О.В. Колымыцева, С.М. Пепчук

Cherkasy State Technological University, Cherkasy

THE USE OF TECHNOLOGY OF ACTIVE POSITIONING FOR INCREASE OF INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF REGION

To increase the investment attractiveness of the region author proposed active technology positioning usage and region promotion. Implementation of active positioning technology predicts the formation of a strong, highly competitive, flexible promptly to changes economy and stabilize the region social environment. The base for using stated technologies is entrepreneurial potential, prospective base — regional educational system as the basis of innovation infrastructure. An important criterion for the technology implementation is proactive and creative region potential. A key condition for promoting active region positioning is the political will and desire of regional and local authorities to support the implementation of certain active positioning technology.

Keywords: technology of the active positioning, investment attractiveness, region, investment climate.