

**Халилова Э.М.**

## **ФУНКЦИОНИРОВАНИЕ ТПР И СЭЗ В АВТОНОМНОЙ РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОЦИАЛЬНО – ЭКОНОМИЧЕСКОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНА**

Одним из направлений, способствующих социально-экономическому развитию регионов, является создание территориальных приоритетного развития и свободных экономических зон. В начале рыночных и структурных преобразований в народном хозяйстве Украины инициатива по созданию СЭЗ принадлежала Закарпатской, Одесской, Черновицкой, Харьковской, Днепропетровской областям и Автономной Республике Крым. Этапными в деле формирования СЭЗ в Украине стали 1992 г., когда был принят Закон «О взаимных основах создания и функционирования специальных (свободных) экономических зон», и 1994 г. - год утверждения Кабинетом министров Украины Концепции создания СЭЗ.

Территории, на которых создаются СЭЗ и ТПР, должны отвечать следующим требованиям:

1. Иметь благоприятное транспортно-географическое расположение;
2. Размещаться вблизи или иметь развитую сеть коммуникаций;
3. Быть приближенными к государственной границе Украины;
4. Иметь достаточный ресурсный потенциал;
5. Быть обеспеченными объектами производственной и социальной инфраструктур;
6. Не иметь ограничений экономического характера.

Указанным критериям создания и расположения СЭЗ, отвечает и наш регион, Автономная Республика Крым, на территории которой действует 7 ТПР и 1 СЭЗ «Порт Крым». По состоянию на 01.01.2004г. Советом по вопросам территориального приоритетного развития действуют 43 проекта общей стоимостью 208,4 млн. долл. США. За весь период существования ТПР на территории АРК сметная стоимость инвестиционных проектов увеличилась почти в 42 раза. Объемы инвестирования предприятий полуострова реализующих инвестиционные проекты, занимают среди регионов Украины 5-е место после Донецкой, Закарпатской, Харьковской и Львовской областей и составляют 7,8%. С начала реализации инвестиционных проектов в экономику АРК поступило 58% средств, предусмотренных инвестиционными проектами (121,1 млн. долл. США)

Реализация утвержденных проектов позволила решить ряд социальных вопросов, связанных с развитием инфраструктуры ТПР и положительно повлияла на социально-экономическое положение регионов, для которых характерен высокий уровень безработицы. По состоянию на 1 января 2004 г. создано 2197 новых рабочих места и сохранено 14225 рабочих мест. Среднемесячная заработная плата в истекшем году на 7% выше предусмотренной на год.

Из вышесказанного можно сделать следующий вывод. Несмотря на существование в Украине несовершенной нормативно-правовой базы по вопросам СЭЗ и ТПР, введение специального режима инвестиционной деятельности в АРК позволило достичь поставленных целей:

1. Остановка падения объемов промышленного производства (объемы производства товаров и услуг в 2003 году по сравнению с 2002 годом увеличились в 2 раза);
  2. Обеспечение притока в регион инвестиционных ресурсов;
  3. Обеспечение проведения реконструкции и технического перевооружения имеющегося производственного потенциала, улучшение ассортимента и качества выпускаемой продукции;
  4. Облегчение проблемы занятости населения;
- Об эффективности работы ТПР в Крыму свидетельствует положительное сальдо платежей в бюджет (120,8 млн. грн.) и налоговых льгот (110 млн. грн.).

Таким образом, существование специального режима инвестиционной деятельности в АРК на сегодняшний день является оправданным.

**Харламова Г.О.**

## **ТЕОРЕТИЧНІ ПРОПОЗИЦІЇ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ ПОЛІТИКИ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УКРАЇНУ: ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ КРАЇНИ**

У процесі світової боротьби за обмежений ресурс – інвестиційний капітал - важливим завданням нашої держави при реалізації зовнішньо-економічної політики щодо інвестиційної діяльності є *маркетингове позиціонування інвестиційних об'єктів* в умовах глобальної інтеграції ринків капіталів. Потрібно зрозуміти, що об'єкт інвестування на рівні країни – чи то регіон, чи то економічна діяльність, чи галузь промисловості, або проект – є товаром на ринку капіталів, хоча й специфічним. Тому для зростання попиту на такі „товари” потрібна виважена, чітко побудована маркетингова стратегія їх просування. Потрібно чітко зрозуміти, що головною метою інвестиційної стратегії України має бути формування позитивного іміджу України в очах інвесторів, і лише в другу чергу – безпосереднє збільшення надходжень іноземних інвестицій (що з економічної логіки буде результатом досягнення головної мети). Економіці України необхідні ефективні інвестиції, а не просте „тактичне” збільшення інвестиційних надходжень.

Маркетинг країни можна описати трьома **основними методами інвест-промоушену**:

- розробка іміджу (країна, як і будь-який товар, має бути відома у світі, бажано своїми перевагами);
- генерування внутрішніх інвестицій (успішний маркетинг країни полягає у позиціонуванні інвестиційних об'єктів країни не тільки для іноземців, а й для внутрішніх інвесторів);
- супутні послуги інвестору (перед-інвестиційні рішення; послуги по виконанню інвестиційних проектів; пост-інвестиційні послуги).

Країни можуть приваблювати інвестиції декількома шляхами:

1. лібералізація умов для доступу та роботи іноземних інвесторів;
2. промоушн країни загалом (без намагання привабити окремі види інвестицій);
3. промоушн об'єктів країни селективно, фокусуючись на окремих видах економічної діяльності, технологіях чи інвесторах.

Маркетинг залучення інвестицій (зокрема, прямих іноземних інвестицій) має поєднувати й оптимально пов'язувати вирішення 2-х принципових питань:

- з одного боку, максимально сприяти залученню іноземних інвестицій,