

Київський національний торговельно-економічний університет

Кафедра світової економіки

## **ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

на тему:

### **«ВПЛИВ ІМІДЖУ УКРАЇНИ НА ЇЇ МІЖНАРОДНУ ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ»**

*(на матеріалах Асоціація «Український національний комітет Міжнародної  
Торгової Палати (ICC Ukraine)», м. Київ)*

Студента  
2 курсу 1 м групи,  
спеціальності 051 «Економіка»,  
спеціалізації «Міжнародна  
економіка»  
денної форми навчання

Біліма Андрія Ігоровича

Науковий керівник –  
доктор екон. наук, професор

Корж Марина  
Володимирівна

Гарант освітньої програми –  
канд. екон. наук, професор

Кудирко Людмила  
Петрівна

Київ 2020

Білім А.І.

«Вплив іміджу України на її міжнародну інвестиційну привабливість» спеціальності 051 «Економіка», спеціалізації «Міжнародна економіка»

**АНОТАЦІЯ.** У випускній кваліфікаційній роботі проаналізовані особливості взаємозв'язку іміджу країни з її інвестиційною привабливістю, специфіка цього зв'язку в залежності від економічного та соціально-політичного рівня розвитку країни. В першому розділі було проаналізовано теоретико-методологічні основи взаємозв'язку іміджу країни та її міжнародної інвестиційної привабливості, а саме був розглянутий імідж країни як один з засобів та інструментів покращення інвестиційної привабливості та клімату країни. Були розглянуті роботи вітчизняних та закордонних вчених та зроблені висновки щодо актуальності проблеми. Були розглянуті такі країни як Республіка Сінгапур, Республіка Білорусь, Сполучені Штати Америки та Китайська Народна Республіка та були проаналізовані залежність їх імідж від рівня надходження прямих іноземних інвестицій. У другому розділі були наведені специфічні властивості інвестицій в українську економіку та їх динаміка. Був проведений аналіз рівня надходження прямих іноземних інвестицій та іміджу України на міжнародній арені та всередині. У третьому розділі були виділені основні напрямки потенційного розвитку іміджу України, який може призвести до зростання інвестиційного рівня. Також були запропоновані деякі шляхи покращення інвестиційного іміджа, серед яких створення незалежного органу по моніторингу інвестиційного іміджа України. У висновку були наведені сильні та слабкі сторони надходження інвестицій та потенційні ризики та проблеми, з якими може стикатись Україна у випадку надмірного залучення інвестицій.

**КЛЮЧОВІ СЛОВА.** Інвестиції, інвестиційний імідж, інвестиційна привабливість, конкурентоспроможність, інвестиційний клімат, бренд.

**ANNOTATION.** The final qualification work analyzes the features of the relationship between the image of the country with its investment attractiveness and the specifics of this relationship depending on the economic and socio-political level of development of the country. The first section analyzes the theoretical and methodological foundations of the relationship between the country's image and its international investment attractiveness, namely, considered the country's image as one of the means and tools to improve the investment attractiveness and climate of the country. The works of domestic and foreign scientists were considered and conclusions were made about the urgency of the problem. Countries such as the Republic of Singapore, the Republic of Belarus, the United States of America and the People's Republic of China were examined for analyzing the dependence of their image on the level of foreign direct investment. The second section presents the specific properties of investments in the Ukrainian economy and their dynamics. An analysis of the level of foreign direct investment and Ukraine's image in the international arena and domestically was conducted. The third section highlighted the main directions of potential development of Ukraine's image, which may lead to an increase in the level of investment. Some ways to improve the investment image were also suggested, including the establishment of an independent body to monitor Ukraine's investment image. The conclusion highlighted the strengths and weaknesses of investment inflows and the potential risks and challenges that Ukraine may face in the event of excessive investment.

**KEYWORDS.** Investments, investment image, investment attractiveness, competitiveness, investment climate, brand.

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>4</b>
<b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІМІДЖУ КРАЇНИ ТА ЇЇ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ.....</b>	<b>7</b>
1.1 Імідж країни як один з інструментів покращення її інвестиційного клімату.....	7
1.2 Оцінка залежності іміджу країн світу від їх інвестиційної привабливості..	11
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ІМІДЖУ УКРАЇНИ НА ЇЇ МІЖНАРОДНУ ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ.....</b>	<b>20</b>
2.1. Аналіз інвестиційної привабливості України.....	20
2.2. Аналіз взаємозв'язку іміджу України та притоку інвестицій.....	27
<b>РОЗДІЛ 3. ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ПОЛІПШЕННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ.....</b>	<b>37</b>
3.1. Напрями розвитку та рекомендації щодо покращення інвестиційного іміджу України.....	37
3.2. Наслідки посилення залежності позитивного іміджу України від збільшення надходження інвестицій.....	42
<b>ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....</b>	<b>48</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....</b>	<b>51</b>



## ВСТУП

**Актуальність теми.** В умовах постійних політичних трансформацій та економічних криз, які досить сильно та негативно впливають на економіку України, інвестиційна привабливість стає дедалі важливішою та актуальною. Саме інвестиційний клімат є одним з основних чинників впливу на розвиток економіки, бізнесу та стабільності в країні. Не менш актуальним є вивчення саме впливу іміджу на інвестиційну привабливість. Не є секретом, що успішний та позитивний імідж країни в подальшому позитивним шляхом впливає на інвестиційну привабливість. У зв'язку з цим досить гостро стоїть питання формування іміджу України як сучасної, розвиненої та демократичної країни, яка долає перешкоди на шляху до покращення рівня життя, економічної та політичної стабільності. Виходячи з цього, виникає питання щодо вдосконалення шляхів покращення зовнішнього та внутрішнього іміджу України задля популяризації інвестиційної привабливості країни.

**Метою випускної кваліфікаційної роботи** є дослідження впливу іміджу України на її міжнародну інвестиційну привабливість, його порівняння з іміджем інших країн для подальшого покращення і модернізації, та впровадження нових механізмів покращення інвестиційного іміджу.

Для досягнення зазначеної мети необхідним є вирішення наступних **завдань роботи:**

- дослідити теоретико-методологічні зв'язки іміджу країни з її інвестиційною привабливістю;
- проаналізувати надходження прямих іноземних інвестицій в декілька країн світу та порівняти їх імідж на міжнародній арені;
- порівняти показники міжнародних індексів оцінки економічної та інвестиційної привабливості;
- здійснити оцінку успішності інвестиційного іміджу України та оцінити залежність прямих іноземних інвестицій від іміджу України в світі;

- розробити шляхи покращення інвестиційного іміджу України, яке в подальшому призведе до збільшення рівня надходження прямих іноземних інвестицій.

**Об’єкт дослідження.** Об’єктом дослідження випускної кваліфікаційної роботи є процес взаємозв’язку інвестиційного іміджу України та рівня інвестицій.

**Предмет дослідження.** Предметом дослідження виступає сукупність теоретичних, методичних і прикладних аспектів дослідження взаємозв’язку рівня інвестицій та інвестиційного іміджу України та інших країн світу.

**Методи дослідження.** В роботі було використано загальнонаукові та спеціальні методи дослідження. Серед загальнонаукових, зокрема, використовувалися:

- аналіз (розбиття цілого на складові частини та дослідження частин);
- синтез (об’єднання частин в єдине ціле та аналіз їх в сукупності);
- дедукція (форма дослідження, що дозволяє на підставі аналізу одного явища розробити закономірність для інших);
- індукція (форма дослідження, що дозволяє перейти від аналізу загального явища до аналізу конкретного);
- описовий метод (опис якогось процесу, явища, показника);

До спеціальних методів пізнання в роботі належать:

- балансовий метод (горизонтальний та вертикальний аналіз балансу);
- статистичний метод (аналіз динаміки та структури певних фінансових та економічних показників);
- графічний метод (графічне відображення результатів графіків та діаграм щоб забезпечити краще сприйняття інформації).

**Інформаційна база дослідження.** Робота виконана на основі наукових праць вітчизняних економістів та фінансистів, а також на матеріалах, які публічно представляє статистичні комітети Світового банку, Світового Економічного форуму, України, Китайської Народної Республіки, Республіки Сінгапур,

Сполучених Штатів Америки, Національний банк України, Центральний Банк Республіки Білорусь та інші.

Обробка інформації та підготовка роботи здійснювалася з використанням стандартного програмного забезпечення Microsoft Office: Word, Excel.

**Науково-практична новизна отриманих результатів** полягає в поглибленні теоретико-методичних засад і розробці практичних рекомендацій щодо покращення інвестиційного іміджу України і формування її стратегії залучення інвестицій.

**Апробація результатів дослідження.** За результатами дослідження було підготовлено статтю на тему «Формування іміджу України як інструмент залучення інвестицій», опубліковану в збірнику наукових статей студентів денної форми навчання «Світова економіка. World Economy. Збірник наукових статей» Київ. нац. торг.-екон ун-т, 2020. – Ч. 1. – С.6-11

**Структура роботи.** Випускна кваліфікаційна робота складається із вступу, 3 розділів, висновків і пропозицій, списку використаних джерел, що містить 5 таблиць, 9 ілюстрацій; список використаних джерел налічує 63 найменування. Загальний обсяг роботи – 57 сторінок.



## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ОСНОВИ ВЗАЄМОЗВ'ЯЗКУ ІМІДЖУ КРАЇНИ ТА ЇЇ МІЖНАРОДНОЇ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ.

1.1. Імідж країни як один з інструментів покращення її інвестиційного клімату.

Імідж кожної країни має досить великий вплив на її міжнародний розвиток та позиції як гравця міжнародної політики та економіки. Поняття «імідж» виводиться зазвичай від англійського слова «image», що означає «образ». Звернемося до словників. Отже, імідж - цілеспрямовано сформований образ (особи, явища, предмета), покликаний справити емоційно-психологічний вплив на когось з метою популяризації, реклами тощо. В сучасному світі, в тому числі й в Україні, все ширше використовуються різноманітні технології формування іміджу політичних суб'єктів – як окремих політичних, громадських чи державних діячів, так і органів державної влади та місцевого самоврядування з метою досягнення певних стратегічних і тактичних цілей. Як правило, імідж - це цілеспрямовано створений образ (хоча він може складатися й стихійно). Формування іміджу – це процедура, спрямована на створення у людей (в аудиторії іміджу) певного образу об'єкта (прототипу іміджу) з певною оцінкою цього образу у вигляді усвідомленої чи неусвідомленої думки про цей образ (прототип) задля досягнення психологічного привернення уваги аудиторії іміджу до певного об'єкта [14 с. 97 - 102; 16, с. 47-51; 19, с. 16 – 22].

Загалом, термін «інвестиційний клімат» різні вчені трактують по-різному, що продемонстровано в таблиці 1.1.

## Трактування терміну «інвестиційний імідж» різними авторами

Тлумачення	Автор
Сукупність політичних, соціально-економічних, фінансових, соціально-культурних, організаційно-правових і географічних факторів, які притаманні певній країні і визначають привабливість її для іноземного інвестора	Бланк І.А. [53, с. 352 – 354]
Узагальнена характеристика сукупності соціальних, економічних, організаційних, правових, політичних, соціокультурних передумов, що зумовлює привабливість і доцільність інвестування в ту або іншу господарську систему (економіку країни, регіону, корпорації)	Коваленко С.О. [54, с. 366 - 369]
Сукупність політичних, правових, економічних та соціальних умов, що забезпечують та сприяють інвестиційній діяльності вітчизняних та закордонних інвесторів	Ланченко Є.О. [55, с. 71 – 74]
Сукупність факторів регіональної дії, що визначають можливості компаній і формують у них стимули для здійснення продуктивних інвестицій, створення робочих місць і розширення своєї діяльності	Головатюк В.М. Солов'єв В.П [56, с.1 – 12]



Сукупність політичних, економічних, юридичних чинників та умов регулювання інвестиційної діяльності	Федорчак О. [57, с 162 – 170]
---	-------------------------------

Джерело: побудовано автором

Отже, термін «інвестиційний клімат» має досить різні тлумачення, однак об'єднуючим можна виділити визначення, яке надає О. Федорчак, а саме: «Сукупність політичних, економічних, юридичних чинників та умов регулювання інвестиційної діяльності» [21, с. 76 – 80].

Створення сприятливого інвестиційного клімату залежить від дії ряду факторів. Визначення, групування і використання факторів, які впливають на інвестиційний клімат, є важливим і відповідальним процесом, від якого багато в чому залежать управлінські рішення суб'єктів інвестиційного ринку. Загалом, під фактором, що впливає на інвестиційний клімат, розуміється процес, явище, дія об'єктивного або суб'єктивного характеру, що здатні змінити умови здійснення інвестиційної діяльності на певній території. Виділяють п'ять груп факторів, під впливом яких формується інвестиційний клімат [20, с. 366 – 369]:

- рівень розвитку продуктивних сил та стан інвестиційного ринку (стан та структура виробництва; рівень розвитку робочої сили; стан ринку інвестицій та інвестиційних товарів, ринку цінних паперів);

- політична воля влади та правове поле держави (створення відповідної законодавчої та нормативної бази; досягнення стабільності національної грошової одиниці; рівень розвитку валютного регулювання; забезпечення привабливості об'єктів інвестування);

- стан фінансово-кредитної системи та діяльність фінансових посередників (рівень інвестиційної діяльності банків; інвестиційна політика Національного банку);

– статус іноземного інвестора (режим іноземного інвестування; діяльність міжнародних фінансово-кредитних інституцій; наявність вільних економічних та офшорних зон);

– інвестиційна активність населення (відносини власності в державі; стан ринку нерухомості; виконання державної програми приватизації).

Якщо говорити саме про імідж, то дослідженню питань створення міжнародного іміджу України приділяє увагу багато науковців, серед яких Л. Губерський, Б. Дем'яненко, В. Кармазін, Г. Лавриненко, О. Онопрієнко, Є. Тихомирова, Ю. Чала та інші.

Серед зарубіжних дослідників, у працях яких значна увага приділяється питанням формування іміджу країни та впливу брендування можна виокремити таких вчених, як: Ф. Котлер, К. Асплунд, Д. Хайдер, І. Рейн, Чечель О.Ю., Антонюк О.В., та інші.

Імідж країни — це комплекс об'єктивних взаємозалежних характеристик державної системи (економічних, географічних, національних, демографічних тощо), що сформувалися в процесі еволюційного розвитку державності як складної багатофакторної підсистеми світового устрою, ефективність взаємодії ланок якої визначає тенденції соціально-економічних, суспільно-політичних, національно-конфесійних та інших процесів. Образ держави — це база, що визначає, яку репутацію має країна у свідомості своїх громадян і світової спільноти в результаті дії або без дієвості тих або інших її суб'єктів, що взаємодіють із зовнішнім світом.

Загалом, більшість вчених виділяють три типу чинників, які впливають на імідж країни [41, с. 100 – 105; 43, с. 113 – 118; 45, с. 104 – 107]:

- Внутрішні чинники, до яких належить добробут населення, рівень корупції, рівень дотримання прав людини, Конституції країни, дотримання міжнародних зобов'язань, відсоток тіньового сектора в загальній економіці та інші;
- Зовнішні чинники, до яких належить національні інтереси та пріоритети, членство в міжнародних організаціях, підписання наднаціональних угод та інші;

- Технологічні чинники. Вони є досить специфічними і самими «штучними», тому що вплив цих чинників виражається в технологічному «підживленні» іміджу – реклама країни через бренди та пам'ятки, популяризація через заходи масової інформації (ЗМІ), успіхи в рамках інформаційної війни та інші.

Ефективним механізмом формування іміджу як державної влади, так і держави в цілому є глобальні медіа структури. Завдяки їм доводиться рівень довіри до влади, відповідно до цього держава вимушена адаптуватися до нових умов суспільного розвитку.

Слід зауважити, що ці чинники впливають на політичний, економічний, інвестиційний та інші іміджі. Як відомо, імідж держави ґрунтується на трьох рівнях свідомості суспільства: міфологічному, стереотипному, предметному. Найбільш важливим у формуванні іміджу є стереотипний рівень. Однак при цьому необхідно враховувати роль і значення двох інших рівнів, що забезпечують баланс структури іміджу, що формується, його взаємозв'язок з очікуваннями громадськості та реальним станом справ в країні. Формуючи імідж держави, у якості основи використовуються позитивні характеристики, об'єктивні переваги та унікальні особливості держави [23, с. 165 – 168; 33, с. 83 – 87; 34, с. 101 – 105].

Таким чином, дослідження іміджу країни вже досить давно проводиться як українськими, так і світовими науковцями і направлені на покращення інвестиційної привабливості через механізм модернізації та покращення іміджу. В наш час формування іміджу вже не залежить від тільки внутрішніх факторів – його покращення залежить від впровадження нових засобів поширення та розповсюдження, і саме впливовість окремо взятого засобу треба дослідити науковцями для виведення найбільш ефективного та практичного. Саме проведення статистичних та аналітичних досліджень впливовості іміджа на інвестиційну привабливість може вказати на індикатори, над якими слід працювати і які треба відставити на другий план.

## 1.2 Оцінка залежності іміджу країн світу від їх інвестиційної привабливості.



Для аналізу залежності іміджу країн світу з їх інвестиційною привабливістю треба виділити країни, які є найбільшим гравцями на світовому ринку. Одним з найбільш об'єктивних показників є індекс глобальної конкурентоспроможності. Цей індекс щорічно складається в рамках Всесвітнього економічного форуму з 1979 року. Так, у звіті за 2019 рік на перше місце вийшов Сінгапур, друге місце посіли Сполучені Штати Америки, а на третє піднявся Спеціальний адміністративний район КНР Гонконг. У той час як європейські країни починають спускатись нижче в рейтингу, такі азійські країни як Республіка Корея, ОАЕ та так звана Китайська Республіка підіймаються в рейтингу [4]. Більш детальна інформація щодо рейтингу глобальної конкурентоспроможності вказана в Таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

**Топ-5 країн за Рейтингом глобальної конкурентоспроможності за останні 5 років**

2017	2018	2019
1. Швейцарія	1. США	1. Сінгапур
2. США	2. Сінгапур	2. США
3. Сінгапур	3. Німеччина	3. Гонконг
4. Нідерланди	4. Швейцарія	4. Нідерланди
5. Німеччина	5. Японія	5. Швейцарія

Джерело: побудовано автором на основі [4]

Однак для оцінки зв'язку іміджу потрібно взяти три досить різні та успішні країни з верхівки цього рейтингу, а саме: Сінгапур, як лідера рейтингу, але у той самий час досить авторитарну та консервативну країну, США, як крупного гравця ринку та світового лідера в становленні культурних та економічних тенденцій, а також КНР. КНР посідає 28 місце в рейтингу за 2019 рік, однак Китай стає все більш сильним гравцем на світовому ринку, навіть незважаючи на досить жорстку цензуру всередині країни, яка досить часто відлякує закордонні, а більш за все західні інвестиції. Для порівняння України з іншими більш успішними регіонами пропонуємо навести дані щодо Республіки Сінгапур, Сполучених Штатів Америки

та Китайської Народної Республіки. Ці країни є досить розвиненими, однак кожна відрізняється різними підходами до створення та впровадження іміджевої політики. Для порівняння безпосередньо з Україною в теперішній час слід взяти Республіку Білорусь, як пост-радянську країну з більш високим рівнем економіки.

Сінгапур з кожним роком стає все більш сильним гравцем на світовому ринку. На рисунку 1.1 можна побачити динаміку індексу надходження прямих інвестицій (ПІІ) в економіку Сінгапуру за 2016 – 2018 роки.



Рис. 1.1. Обсяги надходження ПІІ в економіку Сінгапуру за 2016 – 2018 рр, млрд. дол. США (Джерело: побудовано автором на основі [5])

Найбільше в економіку Сінгапуру вкладають США, Кайманові Острови та Британські Віргінські Острови, що вказує на те, що більш за все гроші йдуть бенефіціарам з офшорних зон. Більш за все зростанню іміджу Сінгапуру сприяє саме історична складова – за 50 років незалежності Сінгапур зробив величезний стрибок з лише портового міста у складі Сполученого Королівства до однієї з передових держав світу. Стабільність всередині країни є одночасно як плюсом, так і мінусом – авторитарний режим, який діє в країні є чи не єдиним успішним прикладом авторитарного режиму, в умовах якого іде постійний розвиток економіки та зростання рівня життя населення. Незважаючи на те, що умови життя в Сінгапурі можуть здаватися досить важкими пересічному мешканцю Європи або Сполучених Штатів, саме жорстка система є сильнішим гарантом іноземних



інвестицій, тому можна зі впевненістю сказати, що стратегія Сінгапуру є досить ефективною в рамках інвестиційної привабливості [5].

Після Другої світової війни Сполучені Штати Америки стали одним з сильніших гравців капіталістичного світу. Майже одразу з початком Холодної війни Сполучені Штати почали формувати імідж найуспішнішої країни світу, яка задає тенденції розвитку усього сучасного світу, та навіть почали тіснити на цій «посаді» Західну Європу. Після колапсу Радянського Союзу та Організації Варшавського договору культурна та економічна експансія Сполучених Штатів розширилась на Східну Європу, а політичний вплив почав поширюватись у тому числі завдяки розширенню блоку НАТО на Схід. Динаміку в надходженні ПІІ в економіку США можна прослідкувати на рисунку 1.2



Рис. 1.2. Обсяги надходження ПІІ в економіку США за 2016 – 2019 рр, млрд. дол. США (Джерело: побудовано автором на основі [6])

Як можна побачити, динаміка надходження інвестицій за останні роки починає спадати. Сполучені Штати втрачають свої позиції завдяки декільком факторам, які досить сильно впливають на інвестиційний клімат. По перше, США не так політично стабільні, що може потягнути за собою зміни у внутрішній та зовнішній політиці. По друге, США як найбільший гравець та найбільша економіка вже декілька років поспіль поступається Китаю в перспективності ринку. Криза, яка почалась в 2020 році, та невизначеність перед президентськими виборами в США також б'є по інвестиційній привабливості. У той самий час, США найбільш



успішно зберігають свій імідж порівняно з іншими гравцями на ринку, на що вказують досить сміливі дії США на міжнародній арені (війна в Іраку, Сирії та Югославії), які в перспективі не досить сильно вплинули на привабливість США [6].

Як вже було зазначено, Китай за останні десятиріччя досить сильно вплинув на світову економіку і вже випереджає США як світового лідера. Незважаючи на внутрішню авторитарну систему та досить сильне розгалуження між класами в суспільстві, Китай є дуже привабливою для інвестицій країною. У свій час КНР вдалось об'єднати капіталістичну та соціалістичну систему в межах однієї країни, а також створити так звані Спеціальні адміністративні райони, які розвиваються по системі «Одна країна – дві системи». Наразі ми не будемо розглядати окремо Шанхай, Гонконг та Макао, так як ці регіони мають окремі показники та окрему ситуацію, однак у той самий час, події в цих регіонах досить сильно впливають на інвестиційний імідж КНР. Детальну динаміку надходження ПІІ в економіку Китаю можна побачити на рисунку 1.3.

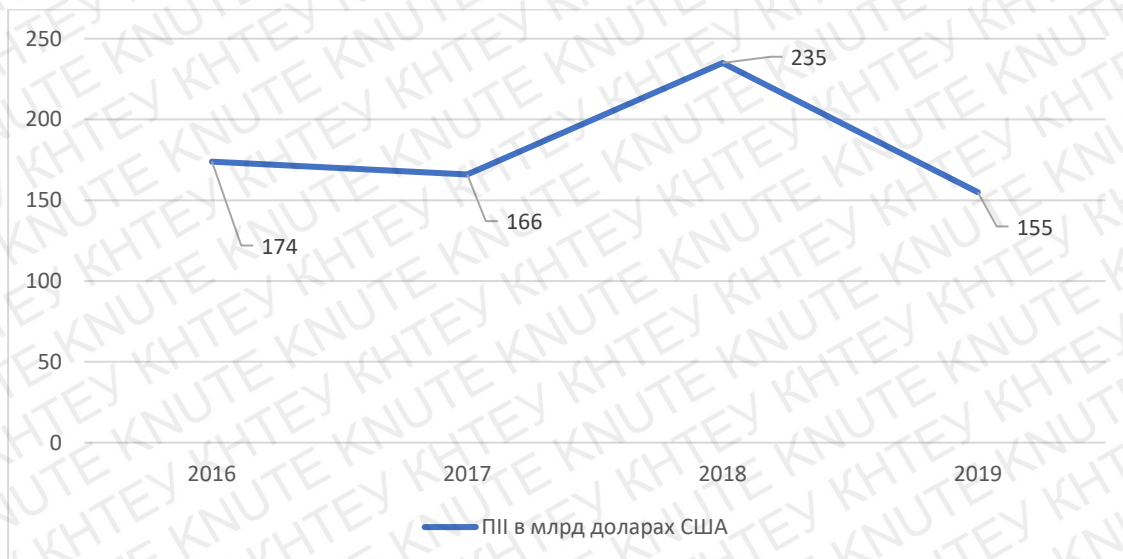


Рис. 1.3. Обсяги надходження ПІІ в економіку КНР за 2016 – 2019 рр, млрд. дол. США (Джерело: побудовано автором на основі [4, 25])

Як повідомлялося, протягом перших дев'яти місяців 2016 року Китай перевершив США і став найбільшим у світі поглиначом активів, вимірюваним вартістю корпоративних поглинань. В рамках переходу китайських інвесторів від зацікавленості в економіках, що розвиваються, до економік з високим рівнем

доходу, Європа стала важливим напрямком для прямих іноземних інвестицій. У 2014 та 2015 роках ЄС, за оцінкою, був найбільшим ринком придбань Китаю за вартістю [4, 25].

Швидке збільшення обсягів поглинань європейських компаній у Китаї викликало занепокоєння серед політичних оглядачів та політиків щодо широкого кола питань. Ці питання включають потенційні негативні стратегічні наслідки для окремих держав-членів ЄС та ЄС в цілому, зв'язки між Комуністичною партією Китаю та підприємствами, що інвестують, а також відсутність взаємності з точки зору обмеженого доступу європейських інвесторів до китайського ринку.

Авжеж, рівень інвестицій за 2020 рік впаде у зв'язку з епідемією COVID-19, яка почалась в Китаї раніше, чим в інших країнах світу та досить сильно вплинула на економіку всередині країни. Загалом, незважаючи на досить щільну цензуру всередині країни та триваючі протести в Гонконгу Китай досі залишається дуже привабливим для інвестицій у зв'язку зі своєю стабільною економікою, дешевою робочою силою, великою технологічною складовою та великою територією. З січня 2020 року в Китаї діє новий Закон про інвестиції, який дає термінологію «іноземні інвестиції», створює більш жорсткі контролю за інвестиціями, а саме: чорні списки, перевірка безпеки щодо можливих ризиків національній безпеці КНР та інше.

Порівняння України з Республікою Білорусь є найбільш об'єктивним показником ефективності іміджевої політики обох країн, так як саме Білорусь є найближчою до України з історичної, територіальної та економічної точки зору країною. Польща вийшла дуже вперед в порівнянні з Україною, а Росія не є рівносильною з Україною країною за багатьма показниками. Імідж Білорусі дуже сильно залежить від політичної ситуації в країні. На початку 2010-х країна опинилась під санкціям ЄС та США через непрозорість президентських виборів та розгони протестів, однак протягом декількох наступних років США та їх західні партнери почали зменшувати тиск на Білорусь у зв'язку зі зменшенням тиску влади на громадянських активістів та демократичні свободи населення. Це досить сильно відображає графік надходження ПІІ в економіку Республіки Білорусь за останні п'ять років, який зображений на рисунку 1.4.





Рис. 1.4. Обсяги надходження ПІІ в економіку Республіки Білорусь за 2015 – 2019 рр, млрд. дол. США (Джерело: побудовано автором на основі [62])

В 2019 визначається невелика тенденція щодо зменшення рівня надходження прямих інвестицій, однак слід вважати, що в 2020 році ця тенденція стане ще більше. Це обумовлено не тільки падінням рівня світової економіки у зв'язку з входженням світу в нову економічну кризу, а й з політичною нестабільністю всередині Білорусі. Станом на жовтень 2020, більшість країн ЄС не визнали Олександра Лукашенко обраним Президентом Білорусі, а також заблокували економічні відносини у зв'язку з застосуванням сили щодо демонстрантів, які не згодні з результатами президентських виборів. Білорусь досить сильно розвинена з сільськогосподарської точки зору, однак її гостра залежність від політичних процесів не може гарантувати економічну стабільність. Наразі ситуація наближається до того, що майже не єдиним стратегічним, економічним та політичним партнером Білорусі залишиться Росія, що досить сильно обмежить ринок збуту Білорусі та диверсифікацію інвестицій за країнами.

Досить об'єктивним показником ситуації є Індекс глобальної конкурентоспроможності, який щорічно складається Світовим економічним форумом. Він відображає, наскільки конкурентоспроможною є та чи інша країна в порівнянні з іншими. Слід зауважити, що в 2019 індекс змінився, тому не можна порівнювати періоди до 2018 року і після в абсолютних показниках, однак



відсотково ситуація в 2019 році залишається приблизно такою самою. Динаміка за період 2015 – 2018 роки відображена на рисунку 1.5.

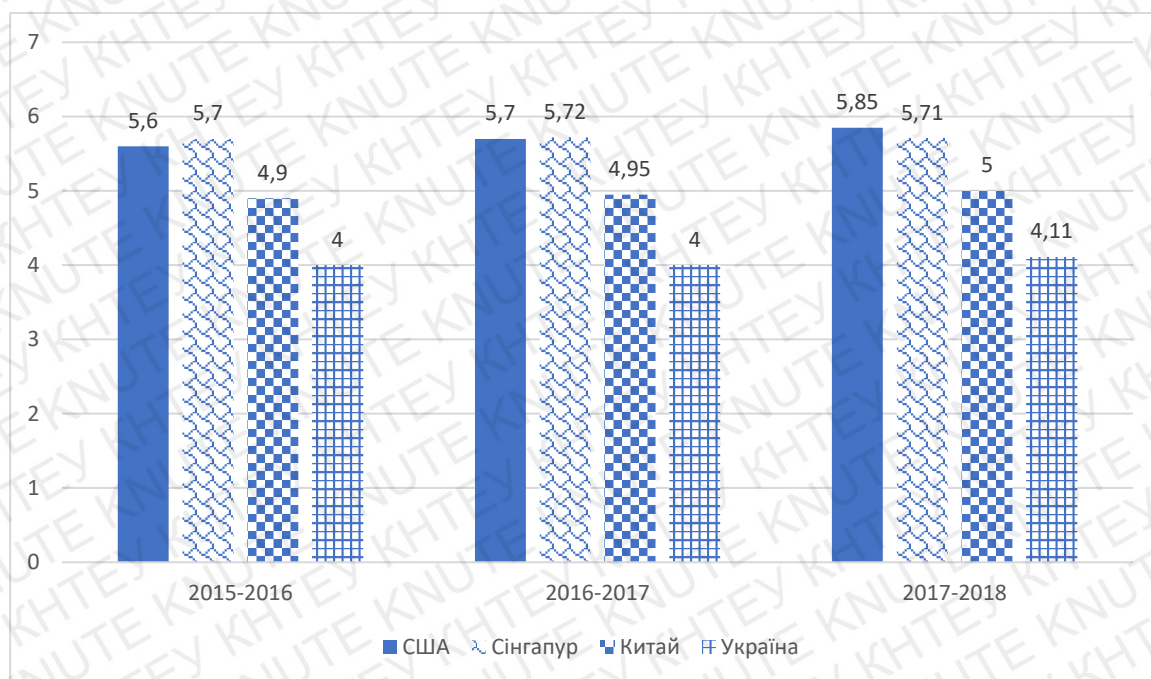


Рис. 1.5. Індекс глобальної конкурентоспроможності, 2015 – 2018 роки

(Джерело: побудовано автором на основі [63])

Підсумовуючи, можна вказати, що інвестиції в ці країни мають досить сильну залежність з іміджем, однак незважаючи на деякі негативні аспекти, особливо в КНР та Сінгапурі, ці країни все одно залишаються інвестиційно стабільними саме завдяки створення іміджу сильних економік та фактичних показників. Білорусь, у свою чергу, здається, знаходиться в глухому куті залежності політичного іміджу від економічного і подолати цю залежність можливо лише за умови стабілізації першого показника. Олександр Лукашенко вже вичерпав свій ліміт довіри від Європейського Союзу та Сполучених Штатів і зараз може опиратись лише на підтримку Росії. Це може бути досить довго працюючою тактикою, враховуючи тісні зв'язки цих двох країн, однак з приходом до влади режиму, який опонує пану Лукашенко, ситуація може повернутися в протилежний бік, що обвалить економіку країни досить сильно, однак, як не парадоксально, може підняти її імідж в Західній Європі та Сполучених Штатах. Однак всі ці процеси мають більш глобальний характер та логічну закономірність – політичний імідж досить сильно впливає на інвестиційну привабливість для молодих країн, що

розвивається. Сучасне демократичне суспільство «відштовхує» авторитарні країни, різними шляхами намагаючись зупинити їх розвиток. Однак, ці авторитарні країни не одні в світі, тому не можна сказати, що опиняючись в ізоляції від демократичного світу, вони ламають всі канали зв'язку та надходження інвестицій, але цей шлях в більшості випадків призводить до більш катастрофічних наслідків, які можуть виражатись в затяжній кризі, та будіванні іміджу з нуля.

## РОЗДІЛ 2

### АНАЛІЗ ТА ОЦІНКА ВПЛИВУ ІМІДЖУ УКРАЇНИ НА ЇЇ МІЖНАРОДНУ ІНВЕСТИЦІЙНУ ПРИВАБЛИВІСТЬ.

#### 2.1. Аналіз інвестиційної привабливості України

Питання покращення інвестиційної привабливості є дуже актуальним в Україні ще з часів набуття нею незалежності та все ще є досить дискусійним та піддається досить великою кількості маніпуляцій, популізму та змінності курсу. Політичні зміни часом досить стрімкі та впливають на вектор інвестиційної привабливості. Однак з 2014 року України досить чітко визначила свій напрямок розвитку, що дає змогу сформулювати чіткий план покращення інвестиційної привабливості, в першу чергу спираючись на ринок Європейського Союзу як на цільовий. Існувала думка, що зміна вектору розвитку України зіграє рішучу роль в стрімкому зростанні прямих іноземних інвестицій в Україну, однак, в зв'язку з повільністю економічних реформ і озброєним конфліктом на Сході України, цього зростання не відбулось. Навпаки, якщо подивитись на показник ПІІ, Україна й досі не повернулася на рівень 2013 року, що більш детально вказано на рис. 2.1.

Згідно чинного законодавства України [15, 51] іноземні інвестиції можуть здійснюватися у вигляді:

- іноземної валюти, що визнається НБУ конвертованою;
- будь-якого рухомого і нерухомого майна та пов'язаних з ним майнових прав;
- інших цінностей (майна), які відповідно до закону визнаються іноземними інвестиціями.

Статистику щодо рівня інвестицій веде Національний Банк України починаючи з 2001 року. Перед тим як перейти до характеристики рівня інвестицій, треба виділити два засоби для вимірювання рівня надходження ПІІ в Україну, а саме через засіб потоку та запасу. Запас вимірюється в певний час та враховує кількість, яка може залишитись на момент вимірювання (наприклад, на конкретну дату). Потік, у свою чергу, вимірюється в одиниці проміжку часу (наприклад, один рік). Для оцінки накопичення інвестицій та ретроспективного аналізу нам потрібно



брати оцінку інвестицій за запасами. Дані нижче, які зображені на рисунку 2.1., надані на 31 грудня вказаного року та на кінець червня 2020 року.

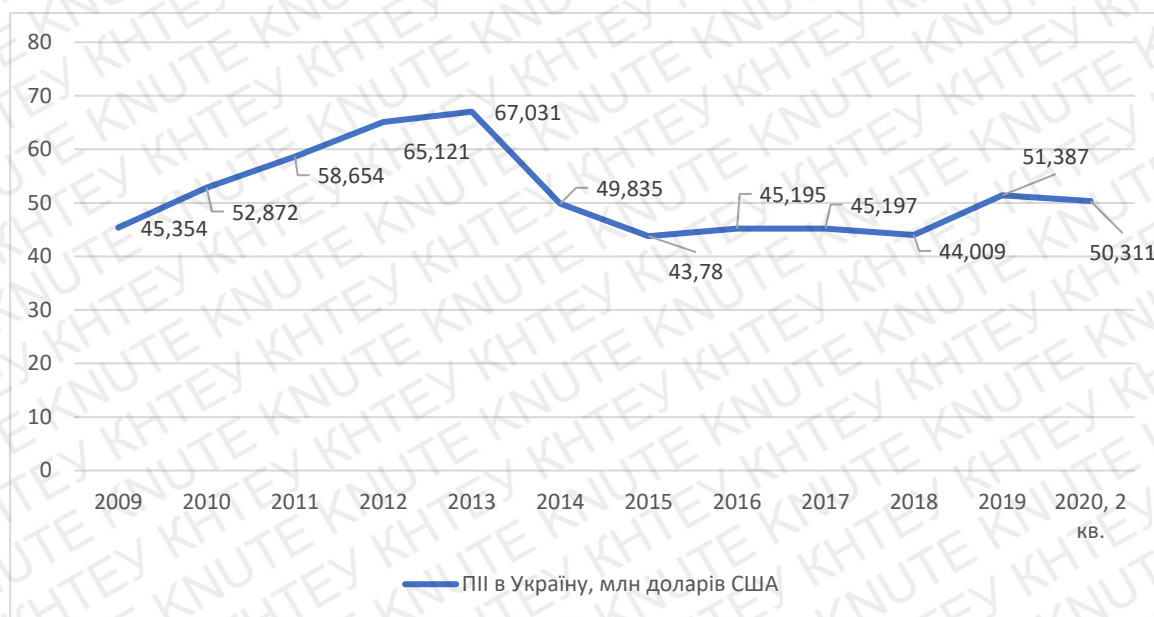


Рис. 2.1. Обсяг надходження ПІІ в Україну, млн доларів США, 2009 – 2 кв. 2020 (Джерело: побудовано автором на основі [11])

Як ми бачимо, за останні 10 з половиною років найбільш рівень ПІІ Україна мала саме в 2013 році, а нова тенденція на збільшення намітилась з 2018 року. Для повної характеристики зв'язку падіння та зростання та специфіки інвестицій треба оглянути дані щодо інвестицій по секторах, які теж надає Національний банк України (з 2015 року). За останні п'ять років передовими є декілька галузей, що вказано в таблиці 2.1 [11]:

Таблиця 2.1

**Розподілення ПІІ в Україну за секторами економіки, 2015 – 2019, млн доларів США**

Рік	Галузь	Сума, млн доларів США
2015	Фінансова та страхова діяльність	3,056
2016	Фінансова та страхова діяльність	2,740
2017	Промисловість	1,632

Продовження табл. 2.1

2018	Промисловість	2,228
2019	Промисловість	2,525

Джерело: побудовано автором на основі [36]

Стрімка зміна головної галузі, в яку вкладають інвестори пов'язана в першу чергу з просіданням фінансового ринку в Україні економічною та фінансовою нестабільністю галузі, в той час як промисловість не так сильно залежить від політичних процесів, хоча і не є найрозвиненішим видом економічної діяльності в Україні. В найближчому минулому з урахуванням відкриття ринку землі для іноземців в 2024 році. Як показує досвід сусідніх пост-соціалістичних країн, такі як Польща, Румунія та Росія, відкриття ринку землі навіть тільки для громадян країни створює дуже добрі умови для покращення інвестиційного клімату та відкриває новий ринок [17, с. 80 – 100; 18, с. 64 – 69].

Повертаючись до загальної характеристики, можна відмітити, що стрімке падіння інвестицій в 2014 році прямо пропорційне стрімкому падінню економіки, яке, в свою чергу, було викликано політичною нестабільністю кінця 2013 року, яке викликало падіння рівня інвестицій в Україну. Певне зростання можна помітити в 2018 році, яке в першу чергу було пов'язано зі стабілізацією економічної ситуації в Україні та більш щільним процесом євроінтеграції. Станом на 2 квартал 2020 року падіння рівня інвестицій не є дуже сильним, однак з урахуванням економічної кризи, в яку вступив світ та впливу жорсткого карантину, який впроваджувався в Європі восени 2020 року досить важко прогнозувати суттєвість змін в інвестиційному кліматі України та регіону, однак, якщо подивитись на тенденції, то можна констатувати, що падіння буде до рівня 2017 – 2018 років.

За даними Державної служби статистики, станом на 2018 рік найбільше інвестицій у приватний сектор України надійшло з Нідерландів – 951,5 млн. дол. США, що склало 33,2% від загальних надходжень за рік [36]. Загальний обсяг прямих іноземних інвестицій в Україну складає 2869,9 мільйонів доларів. Зазначимо, що Кіпр та Британські Віргінські острови є офшорними зонами, тобто ставки за ключовими податками там є дуже низькими. Більшість таких інвестицій

в Україну – це український капітал, власники якого використовують компанії на Кіпрі та інших офшорних зонах для отримання спеціального правового статусу, а також оптимізації оподаткування. Раніше Національний банк України проводив дослідження прямих іноземних інвестицій, що надійшли в Україну протягом 2010–2017 років та виявив, що 22% цих надходжень – це повернуті з офшорних рахунків кошти, які виводили громадяни України. Коливання інвестицій з інших країн було значною мірою зумовлене вкладеннями в банківський сектор. Наприклад, докапіталізація банків з іноземним капіталом призвела до зростання інвестицій з Австрії (АТ «Райффайзен банк Аваль») та Угорщини (АТ «ОТП БАНК») [11]. Тому важливим та актуальним постає питання створення умов для залучення реального іноземного капіталу.

Позитивні та негативні фактори, що впливають на інвестиційний клімат, оцінюються міжнародними індексами та рейтингами. Нині ключовим інформативним показником для потенційного інвестора є значення індексу інвестиційної привабливості – дослідження, яке відображає стан бізнес-клімату за експертними оцінками перших осіб компаній-членів Європейської Бізнес Асоціації. Індекс складається із трьох компонентів: оцінка інвесторами попереднього періоду, прогнози на найближчий період, оцінка поточного стану. Він вимірюється кожні півроку, починаючи з 2008 року. Позначка три вважається нейтральною, показники вище трьох свідчать про позитивні зрушення. Станом на кінець 2018 року Індекс інвестиційної привабливості України склав 3,07 з можливих 5 балів. В Європейській Бізнес Асоціації наголошують, що вже другий рік поспіль Індекс тримається на рівні вище трьох балів. Це означає, що Індекс вийшов з негативної площини та перейшов у нейтральну. Так, в кінці 2018 року він склав 3,07, у кінці 2017 року – 3,03, у кінці 2016 року – 2,85. З того часу Індекс сягав позначки вище трьох балів у 2010 році і склав 3,28. Це був один з найбільших показників. Загалом, за всю історію досліджень, індекс жодного разу не набував позитивних значень (> 4 балів). Україна за рік піднялася на 3 позиції і займає 131 місце в рейтингу інвестиційної привабливості країн світу [52].



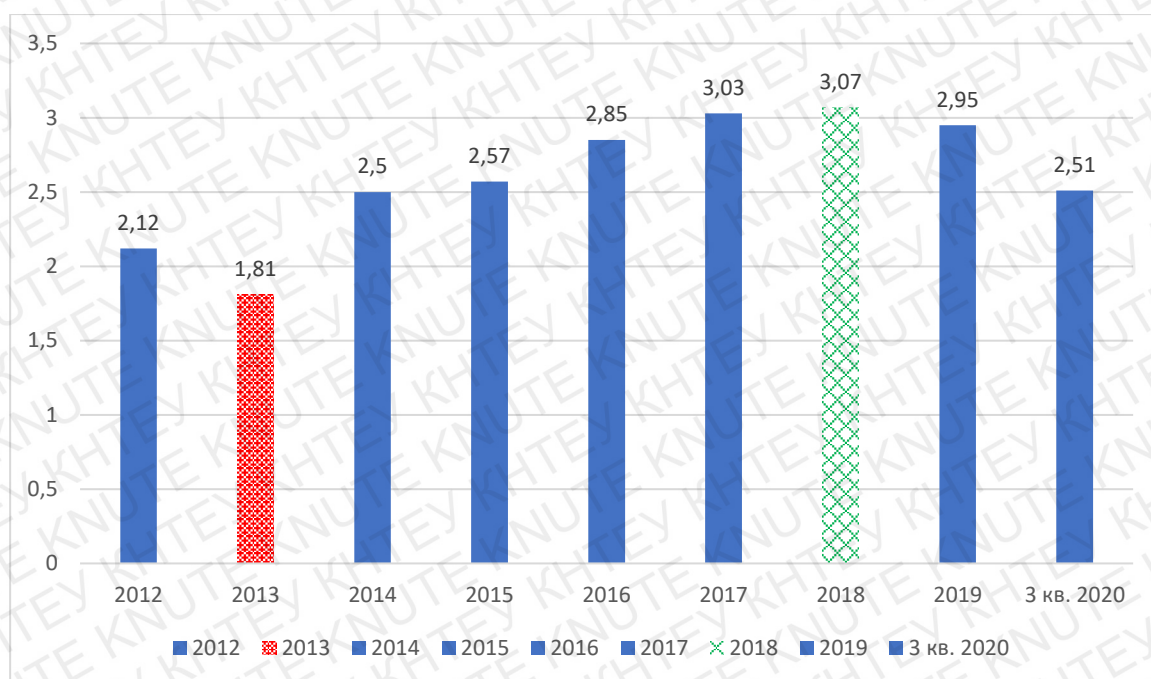


Рис. 2.2. Індекс інвестиційної привабливості України (Джерело: побудовано автором на основі [52])

Європейська бізнес асоціація встановлює показник в 3 як нейтральний, і вище 5 – як позитивний. Тож, виходячи з рисунку 2.2, можна прийти до висновку, що Україна лише у 2017 та 2018 роках дійшла до нейтрального індексу інвестиційної привабливості.

В 2013 році показник опустився нижче 2, що є найнижчим показником за останні 10 років. Це в першу чергу викликано політичною ситуацією в Україні, яка виникла наприкінці 2013 року і привела к революції, зміні влади та вектора розвитку. За 5 років індекс піднявся на 1.26 пункти і в 2019 склав 3.07, що, станом на жовтень 2020 року, є найвищим показником за останні 10 років. Падіння в 2020 році обумовлено новою економічною кризою, яка досить сильно вдарила не тільки по Україні, однак саме слабкість економічної системи України відіграє вирішальну роль, так як країна стає дуже вразливою до криз та катаклізмів, що сильно впливає на інвестиційну стабільність.

На основі проведеного дослідження, Європейська бізнес асоціація виділяє ряд стримуючих факторів, які впливають на процес залучення ПІІ в національну економіку. Одною з найважливіших є проблема захисту прав власності, оскільки саме невпевненість інвестора щодо можливостей збереження свого майна суттєво

гальмує наміри щодо вкладення капіталу і бажання провадити господарську діяльність. На низький рівень економічної активності також впливають військові дії на сході країни й пов'язані із цим постійні ризики загострення ситуації, безсистемні зміни державної політики щодо інвестицій, широкомасштабна корупція, відсутність довіри до судової системи, непередбачуваний валютний курс та нестабільна фінансова система. Водночас доцільно звернути увагу на труднощі, з якими зіштовхуються безпосередньо іноземні інвестори: необхідність регулярного поновлення дозволу на тимчасове перебування в країні, неможливість безпроблемної репатріації вкладеного капіталу, труднощі відкриття рахунків для нерезидентів, які передбачають необхідність підтвердження кожної трансакції тощо [52].

Серед низки зрушень, що мають позитивне відображення на інвестиційну діяльність країни варто виокремити наступні: розпочато судову реформу, прийнято закон про валютну лібералізацію, про товариство з обмеженою відповідальністю, вирішено питання щодо відшкодування ПДВ. Ключовими очікуваннями інвесторів від бізнесу залишаються: фактичне зняття обмежень із валютного врегулювання, боротьба з контрабандою та тіньовою економікою, судова реформа, політична стабільність, прозора приватизація, захист прав інтелектуальної власності, покращення інфраструктури [42, с. 100 – 105; 43, с. 113 – 118; 48]. ППІ також сприяють зростанню підприємницької активності за рахунок залучення місцевих компаній до глобальних виробничих ланцюгів. Це ключові активи для сталого економічного росту та для більш вигідної інтеграції України до глобальної економіки [48].

Загалом, задля підвищення інвестиційної привабливості України необхідно створити умови для реалізації інвестиційних проектів. Державні інвестиційні проекти, які вже протягом 2–3 років реалізуються лише на 45 – 48%, не мають перспектив без кардинального збільшення коштів на ці цілі і запровадження середньострокового бюджетного планування. Підтримки потребують приватні інвестиційні проекти. Варто приділити увагу напрямам поліпшення інвестиційної діяльності в Україні, зокрема: зміцнення національної грошової одиниці,



нарощення міжнародних резервів, збільшення експорту та надходження конвертованих грошей. Зазначимо, що експорт товарів і послуг України у 2012 році склав 82 млрд 340 млн дол. США. У 2015 році він скоротився до позначки 38 млрд 140 млн дол. США, хоча за підсумками 2017 року зріс до 52,3 млрд дол. США. Також, необхідно мінімізувати геополітичні, макроекономічні та військові загрози і ризики інвестування в Україну. Наразі більша частка інвестицій є реінвестуванням українських коштів в економіку України, тому тільки з поліпшенням інвестиційного клімату можна буде прогнозувати збільшення чистих інвестицій, а не повернення коштів з офшорних юрисдикцій. Досить перспективним є інвестиції в ІТ сектор, який наразі хоч і є одним з найбільш тіньових в Україні, однак все одно приносить досить багато додаткової вартості економіці та іміджу країні на міжнародній арені. Як не парадоксально, перевагою України можна вважати низький рівень економічного та промислового розвитку, який можна підвищити за рахунок інвестицій, однак для цього треба створити безпечні та комфортні умови для інвесторів. У жовтні 2019 року Кабінетом Міністрів було представлено програму до 2024 року. Серед іншого, поставлена мета залучення ПІІ на рівні 50 млрд доларів США, в результаті чого буде досягнуто зростання економіки країни на 40%, а також скорочено державний борг до 40% ВВП з нинішніх 60%. З урахуванням сучасних реалій, прогноз щодо зростання економіки на 40% за п'ять років є надто оптимістичним, однак за останні декілька років уряд з парламентом провели досить велику роботу щодо покращення інвестиційного іміджу України [2, 12, 26].

На мою думку, аналіз інвестиційного рівня України показує, що загальна динаміка інвестицій не надто сильно залежить від політичних обставин та не досить волатильна, однак не слід забувати про вплив сталих економічних умов, які не дають інвестиційному рівню піднятися вище. Досить повільні темпи економічного розвитку, політична та економічна нестабільність дають свої плоди в загальному вираженні та досить сильно впливають на імідж України на міжнародному рівні. Для подолання цієї залежності слід зацентрувати увагу на зростанні саме економічного



рівня розвитку, тоді політична система буде асоціюватись саме зі зростанням економічного рівня і не будуть впливати на інвестиційний рівень.

## 2.2 Аналіз взаємозв'язку іміджу України та притоку інвестицій

Серед факторів, що визначають інвестиційну привабливість, важливу роль необхідно відвести формуванню інвестиційної культури. Інвестиційна культура - це вміння управляти фінансовими ресурсами, ризиками, вміння вести переговори (комунікаційний аспект). Гнучкість, помірність і виваженість, контроль доходів і витрат, оцінка ефективності, страхування ризиків - основні елементи інвестиційної культури, формування якої можливо за допомогою грамотних маркетингових комунікацій, освітніх семінарів для потенційних інвесторів і лобіювання змін в законодавстві, що стимулює зростання ринку і розвиток економіки країни. Сприятливий інвестиційний імідж і культура сприяють підвищення інвестиційної привабливості, інвестиційної активності і конкурентоспроможності. У свою чергу інвестиційна привабливість формується під впливом взаємопов'язаного комплексу законотворчих і нормативних, організаційно-економічних, соціально-політичних та інших факторів, що визначають умови інвестиційної діяльності. На формування іміджу України впливають три групи факторів:

1) природно-ресурсний потенціал; національна та культурна спадщина; постійні геополітичні фактори — географічне положення, площа території, довжина кордонів держави, вихід до морів; історичні події, що вплинули на розвиток української державності (завоювання, великі наукові й географічні відкриття), а також внесок видатних українців, діяльність яких нерозривно пов'язана з історією розвитку країни; базова форма державного устрою та структура управління;

2) соціально-психологічні настрої в українському суспільстві; форми суспільно-політичної інтеграції українців, структура, характер і принципи діяльності суспільно-політичних об'єднань України; моральні аспекти розвитку українського суспільства;

3) стабільність української економіки, яка оцінюється рівнем доходів на душу населення, обсягом залучених інвестицій, фінансовою забезпеченістю бюджетів усіх рівнів, гарантією прав і свобод господарюючих на українському ринку суб'єктів реального сектора економіки; правовий простір України та відповідність українських правових норм міжнародним вимогам; функції, повноваження й механізми державного регулювання різних галузей і сфер діяльності в українській державі (ефективність владної конструкції).

Кожен рік Wall Street Journal складає рейтинг Індекс економічної свободи за різними показниками. Візьмемо основні для аналізу індексу в Україні за останні 5 років та порівняємо його зі світовим [30].

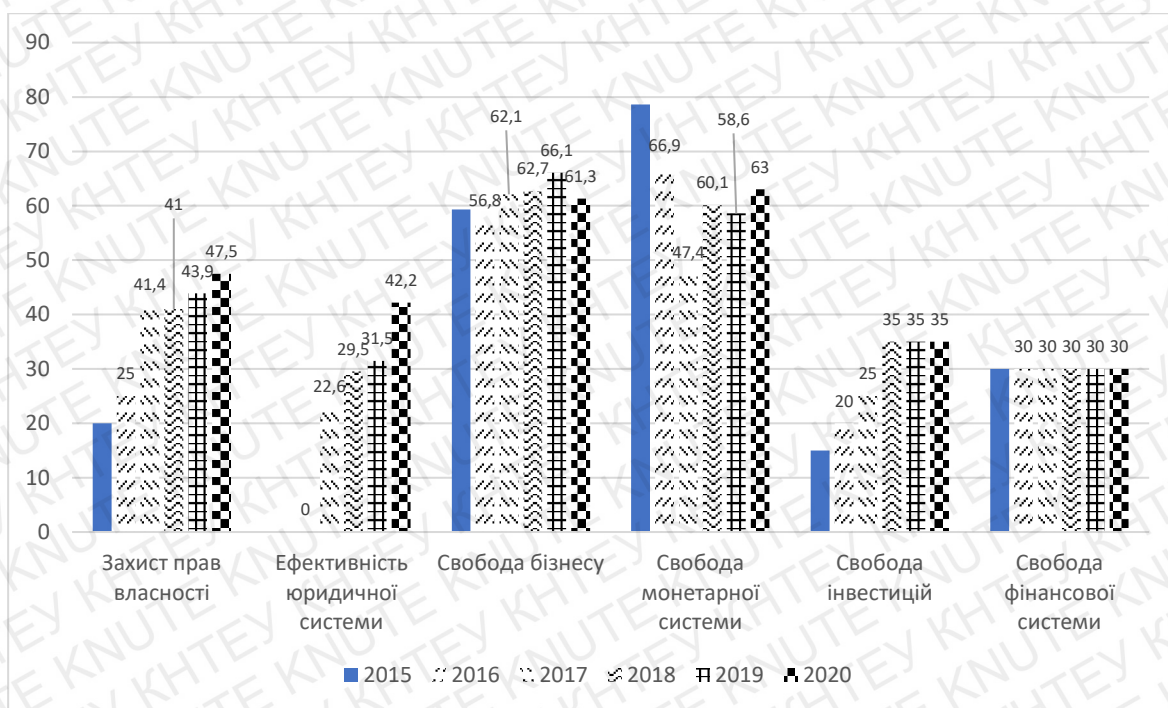


Рис. 2.3. Індекс економічної свободи України за шістьма показниками, 2015 – 2020 (Джерело: побудовано автором на основі [30])

Як відображає індекс, Україна досить сильно зросла в питаннях захисту прав власності та ефективності юридичної системи, однак нестабільність в монетарній системі та свободі бізнесу дають досить сильний тиск на клімат. Слід зауважити, що середні світові показники досить вище в питаннях захисту прав власності та свободі фінансової системи, однак майже такі ж в свободі монетарної системи (2018 – 2020 роки).



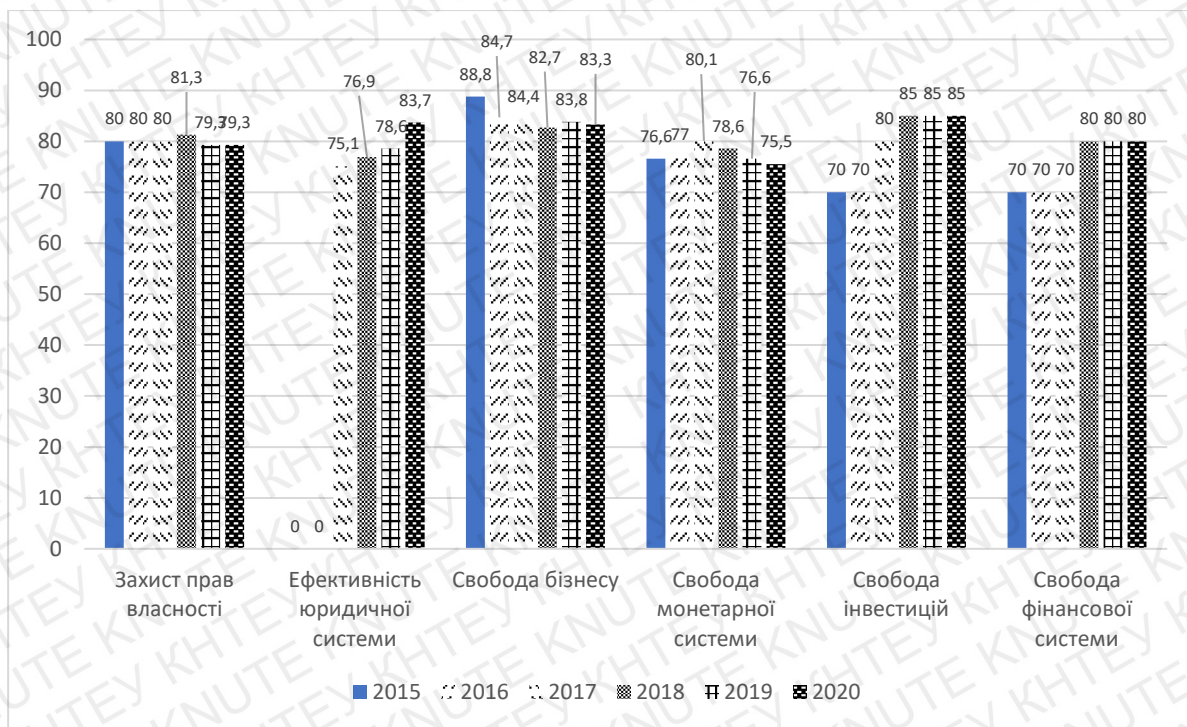


Рис. 2.4. Індекс економічної свободи США за шістьма показниками, 2015 – 2020 (Джерело: побудовано автором на основі [30])

Як ми бачимо, в порівнянні зі Сполученими Штатами показники України є відносно низькими, однак показник свободи монетарної політики підходить майже до рівня Сполучених Штатів.

Для порівняння ефективності залежності іміджу України з притоком інвестицій треба розглянути досвід більш економічно розвинених країн, імідж яких вплинув на інвестиційну привабливість. Ефект країни походження, як ефект впливу на популярність тих чи інших товарів чи послуг, що вироблені в тій чи іншій країні, був продемонстрований у багатьох випадках по всьому світу. Париж - символічна столиця краси та елегантності, і це призвело до розквіту багатьох французьких брендів краси та дизайну, таких як L'Oreal, L'Occitane en Provence та Hermès. Коли Корея зміцнює свою позицію як зразкова модель для «азіатської краси», корейська компанія краси AmorePacific реалізує своє бачення бути «азіатським творцем краси», за допомогою своїх товарів для краси та здоров'я. Або ж пригадайте наступні приклади: Сінгапур: найсучасніші технології, Таїланд: екзотичні пляжі та кухня та Південна Корея: процвітаючий культурний рух Hallyu, електроніка світового класу та мальовнича краса. Жодне з цього є випадковістю. Ці країни



вклали мільйони доларів у створення такого іміджу бренду, а потім забезпечили, щоб ідентичність бренду послідовно повідомлялася всім можливим зацікавленим сторонам через усі можливі точки дотику по всьому світу.

Вищезазначені країни Азії також зуміли отримати значну економічну та соціальну цінність від своїх інвестицій у брендинг країн. Сінгапуру вдалося прогресувати економічно швидкими темпами - від країни третього світу до торгового порту першої світової за тривалістю менше 50 років завдяки позитивному ефекту країни походження Сінгапуру як провідного світового фінансово-економічного центру. Сьогодні понад 70% експорту - це послуги, що відтворюють з 13,3% ВВП. Аналогічно, сектор подорожей та туризму сприяв 9,4% ВВП Таїланду, оскільки країна відома своїм дивовижним гостинністю та напрямками відпочинку та досвідом. Японія визнана своєю майстерністю в галузі технологій та електроніки і ми бачимо зростання багатьох місцевих брендів на світовій арені - Toyota, Canon та SONY. Навіть модній компанії Uniqlo вдалося досягти інновацій у своїй корпоративній стратегії [29].

З іншого боку, ефект країни походження може також нанести шкоду компанії, особливо коли глобальне сприйняття країни, в якій працює компанія, не є позитивною. Протягом останніх двох десятиліть "Зроблено в Китаї" часто сприймали як недорогу та низькоякісну. Питання щодо безпеки продуктів, включаючи забруднення дитячої суміші меламіном, іграшки, що містять свинцеву фарбу, а також занепокоєння щодо прав людини та торговельних суперечок між США та Китаєм порушили сприйняття світовим споживачем Китаю. Це стало головною перешкодою для успіху у створенні бренда багатьох китайських компаній, що розвиваються. У світі, що швидко розвивається, в цифровому масштабі та в реальному часі, компанії та їх керівництво завжди мають бути готовими до управління негативними уявленнями про бренди та провалами бренда. Однак деякі компанії дозволили собі прорив. Huawei - це приклад китайської компанії, яка зуміла подолати виклики своєї країни походження. Своєю прихильністю до НДДКР, інновацій та досвіду клієнтів Huawei наполегливо працював у виробництві високоякісної продукції та досяг успіху в подоланні

негативних чи скептичних уявлень, пов'язаних з китайською країною походження. Однак одного скандалу з мікрочіпами Huawei, які використовувались для шпигунства в США було достатньо, щоб майже повністю вивести компанію з американського та європейського ринків.

На периферії членства в ЄС Туреччина також стала країною, яка спостерігає за тим, як інші країни в регіоні виходять з арабської весни і продовжують боротися з конфліктами. Туреччина, яка довгий час існувала як зразок ісламської демократії та характеризувалась як гібрид близькосхідних та західних моделей, здобуває визнання як буквальний, так і образний міст між Європою та Азією. Коли Тайгер Вудс вдарив м'яч для гольфу над мостом Босфор у Стамбулі в рамках рекламного трюку для Turkish Airlines Open, в очах ЗМІ Туреччина ненавмисно стала символом зв'язку між двома континентами у свідомості багатьох.

Отже, брендинг країни важливий для компаній, щоб дати їм добру основу для розвитку своїх успіхів.

Наразі найбільш ефективним фактором покращення іміджу є великі вливання в PR кампанію щодо просування країни в медіа. Значні кошти витрачаються на дослідження громадської думки в інших країнах, щоб при нагоді вчасно її відкоригувати й уникнути серйозних наслідків. У більшості країн Заходу при Уряді успішно працюють інформаційні та PR служби, завданням яких є створення сприятливого фону для політичної, соціальної та комерційної діяльності. Завдяки своєчасному інформуванню державних структур, закордонних представництв про можливі наслідки тих чи інших дій, кроки, що вживаються державою, стають прозорими і зрозумілими для громадськості. Інформаційні бюро багатьох держав займається технічним обслуговуванням PR-діяльності, створюють і поширюють пропагандистські фільми, фотоматеріали, статті, організують виставки тощо. Відповідно до існуючих підходів можна також дати визначення іміджу держави як сукупності уявлень про країну в основних сферах її життєдіяльності: політичній, соціальній, економічній, екологічній, науковій, культурній, спортивній. Але якщо брати до уваги той факт, що серйозний вплив на зовнішній імідж країни чинять міфи і стереотипи, які живуть у масовій свідомості жителів різних країн і

масштабно поширюються закордонними засобами масової інформації, то можна зазначити, що імідж держави є сформованим стереотипом. Синтезуючи різні визначення даного поняття, можна зазначити, що імідж держави — це різнобічне, багатопланове явище, яке потребує міждисциплінарного підходу до розгляду, що включає в себе безліч абсолютно різних аспектів (від культури до зовнішньої політики), вимагає комплексного дослідження, що включає як аналіз сприйняття образу країни її громадянами (воно в значній мірі визначає внутрішньополітичну ситуацію), а також аналіз сприйняття її іншими країнами. Позитивний імідж держави в очах її громадян здатний підсилити самоідентифікацію народу, сприяти сталому розвитку країни.

Формування позитивного іміджу України за кордоном є однією з важливих функцій не тільки для Міністерства закордонних справ України чи урядових інституцій загалом. Правильно вибудовані інформаційні потоки, орієнтовані на закордонні цільові аудиторії з використанням всього інструментарію державних органів та неурядових інститутів, допомагають зробити країну зрозумілою. Це буде мати вплив, зокрема, і на забезпечення національних інтересів держави та поліпшення життя її громадян. Найбільш успішним проектом останніх років є бренд “Ukraine NOW” («Україна Зараз»), який має на меті популяризацію України як бренду на міжнародній арені. Цим брендом будуть маркуватися інвестиційні пропозиції, реклама туризму, тощо [46, 47, с. 652 – 659; 48]. Також необхідно зазначити, що імідж держави не може бути постійним, сталим. Він неодмінно повинен адаптуватися до вимог часу, трансформуватися разом з розвитком економічних, соціальних, технологічних, інформаційних та інших процесів. Кожна держава повинна бути готова переглянути свій імідж за обставин, коли:

- сприйняття країни не відповідає реальному стану речей;
- діють такі зовнішні аспекти, як кардинальна зміна розстановки сил на геополітичній карті світу та значне зміцнення позицій суперників, безпосередньо пов'язані зі зниженням авторитету своєї країни (наприклад, сьогодення зовнішньополітична ситуація України);



- держава отримує можливість позиціонувати свою економіку чи політику на міжнародній арені в позитивному плані.

Підтримка, або зміна іміджу держави має будуватися на професійній, науковій основі. Ця наука, як ніяка інша, не допускає дилетантського підходу, і в той же час саме в цій області реальні особистості, політики діють без належної підготовки, не приділяючи належної уваги оцінці (прогнозованим результатам) своїм діям (та діючи при цьому часто всупереч наміченим цілям). Прийоми PR, спрямовані на зміцнення іміджу, часто використовуються непродумано, неефективно і безсистемно. Елементами іміджевого потенціалу України є її культурна та історична спадщина, досягнення в галузі культури та науки. Координованість проведення іміджевих кампаній та проектів є обов'язковою умовою та неодмінним атрибутом для досягнення бажаного результату. При цьому слід використовувати ЗМІ, бізнес-структури, наукові та освітні центри, діаспори співвітчизників за кордоном, установи культури, спортивні організації як важелі впливу на думку світової спільноти. Зараз, згідно з Міністерством юстиції України [2], офіційно затверджені такі напрями формування інвестиційного іміджу України:

- лібералізація ділової та інвестиційної активності, розвиток ринку товарів та послуг;
- дерегуляція підприємницької діяльності, створення стабільної нормативно-правової бази з питань регулювання інвестиційної діяльності;
- поліпшення корпоративного та державного управління, реформування адміністративної системи;
- усунення обмежень для залучення міжнародного капіталу та з метою активізації інвестиційної діяльності;
- удосконалення фінансової системи;
- проведення антикорупційних заходів;
- мінімізація політичних ризиків.

Як наслідок, виконання цих пунктів в довгостроковій перспективі може створити бренд України як країни з відомим брендом країни походження товару чи послуги.

Загалом, брендування діяльності можна поділити на три види, кожен з яких має свої плюси, які відображені в таблиці 2.2

Таблиця 2.1

### Види національного брендування та їх користь

Види національного брендування	Користь
Брендування експортної продукції	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Збільшення можливості експорту</li> <li>• Ефект країни походження</li> <li>• Гало-ефект</li> </ul>
Загальне брендування країни	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Привабливість країни для закордонної робочої сили</li> <li>• Збільшення інвестиційної привабливості</li> <li>• Стійкість під час фінансових криз</li> <li>• Можливість утримувати більш високі ціни</li> </ul>
Внутрішнє брендування країни	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Можливість утримувати закордонну робочу силу</li> <li>• Зростання морального та патріотичного духу населення.</li> </ul>

Джерело: побудовано автором

У багатьох випадках імідж країни надає достовірності іміджу марки. Швейцарські годинники, французьке вино, тайська гостинність, італійська мода, екологічно-чиста Нова Зеландія - деякі відомі приклади. Дослідження довели, що ефект країни походження дуже сильно впливає на готовність клієнтів купувати продукцію та планувати рівень цін, на який вони готові враховувати. Сама країна походження може бути причиною успіху чи невдачі певного товару, що продається

за певною ціною, через асоціації, які вони створюють у свідомості споживачів [10, 13, с. 43 – 48].

Слід зазначити, що на формування негативного іміджу України досить сильно впливає інформаційна війна з Росією, метою якою є дискредитувати Україну як незалежний суб'єкт міжнародного права як в очах росіян, так і в очах усього світу. Для цього Російська Федерація має досить сильний арсенал теле- та інтернет-передач, які досить сильно акцентують увагу на створенні негативного іміджу України протягом років. На жаль наразі, Україна так і не має сильного та впливово супротиву цій інформаційній агресії, і якщо думка пересічного росіянина не сильно може впливати на іміджу України (враховуючи зовнішньополітичний курс України), то ставлення багатьох громадян ЄС можуть.

Таким чином, на мою думку, підсумовуючи вищевикладене, на формування іміджу в першу чергу впливає міжнародна політика, державні програми підтримки цього іміджу та підґрунтя іміджу реальними економічним та соціально-політичними реформаціями. Якщо країна формує імідж тільки всередині країни, обмежуючись лише змінами брендів, логотипів та брошур, але не буде підґрунтя в якості економічних змін, які можуть гарантувати надійність вкладів та інвестицій, то в такому випадку буде досить важко зберегти цей потенціал на довгостроковій перспективі. Саме це має бути першочерговою задачею, на базі якої можна формувати іміджеву політику за межами країни.

Якщо порівнювати з вищевказаним Сінгапуром, США, КНР та Білоруссю, очевидними лідером в успішній іміджевій політиці є США. У багатьох жителів країн третього світу США асоціюються з розвитком, чимось сучасним та модним. Культурний експорт, в який США вкладає досить багато грошей за останні декілька десятиліть дає свої плоди. Китай, в свою чергу, намагається наразі позбавитись іміджу країни, яка виробляє неякісні товари і вкладає багато зусиль в покращення туристичного потенціалу, а також у створенні іміджу високотехнологічної країни, яка може позмагатися за світове лідерство з США. Сінгапур досі тримає свій імідж «країни економічного дива», зосереджуючись на зростанні економіки, і не досить сильно афішуючи авторитарну систему та посилення контролю за громадянами.



У той самий час для формування успішного іміджу Україна може зосередитись на покращенні туристичного потенціалу та на зміні іміджу від «країни, що знаходиться біля Росії» на «країну в центрі Європи». На жаль, протягом останніх років у Україні сформувався досить негативний імідж країни, яка в інших країнах Європи в більшості випадків асоціюється з бідністю, російською агресією та корупцією. Слід визнати, що ці іміджеві стереотипи нелегко подолати навіть з реальними змінами в цих напрямках, однак якщо поступово змінювати цей процес, результат не змусить довго себе чекати. Але для цього потрібно сформувати комфортні економічні умови для громадян та туристів, щоб позбутися цього негативного іміджу.

## РОЗДІЛ 3

### ШЛЯХИ ПОКРАЩЕННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО КЛІМАТУ УКРАЇНИ ЧЕРЕЗ ПОЛІПШЕННЯ ІМІДЖУ УКРАЇНИ НА СВІТОВІЙ АРЕНІ.

3.1. Напрями розвитку та рекомендації щодо покращення інвестиційного іміджу України.

Аналізуючи сформований інвестиційний клімат в нашій країні, можна помітити, що розмір капіталовкладень усередині країни залежить від ступеня довіри населення державі, а за кордоном розмір капіталовкладень залежить в основному від індексу інвестиційного клімату. Ранжування країн світового співтовариства за індексом інвестиційного клімату або зворотному йому показнику індексу ризику служить узагальнюючим показником інвестиційної привабливості країни і "барометром" для іноземних інвесторів.

Методи оцінки інвестиційного клімату досить різноманітні. В Україні досі відсутня своя система оцінки інвестиційного клімату та її окремих регіонів. Іноземні інвестори орієнтуються на оцінки численних фірм, що регулярно відстежують інвестиційний клімат в багатьох країнах світу, в тому числі і в Україні. Інвестиційний клімат в Україні: подолання ризиків прямих іноземних інвестицій.

Однак оцінки інвестиційного клімату в Україні, що даються зарубіжними експертами на їх регулярних засіданнях, що проводяться поза Україною і без участі українських експертів, представляються мало достовірними. У зв'язку з цим постає завдання формування системи моніторингу інвестиційного клімату в Україні. Це забезпечить приплив і оптимальне використання іноземних інвестицій, послужить орієнтиром українським банкам у власній кредитній політиці.

Припливу в інвестиційну сферу приватного національного та іноземного капіталу перешкоджають політична нестабільність, інфляція, недосконалість законодавства, нерозвиненість виробничої та соціальної інфраструктури, недостатнє інформаційне забезпечення. Взаємозв'язок цих проблем посилює їх негативний вплив на інвестиційну ситуацію. Слабкий приплив прямих іноземних інвестицій в українську економіку можна пояснити розбіжностями між виконавчою і законодавчою владою.

Залучення інвестицій (як іноземних, так і національних) в українську економіку є життєво важливим засобом усунення інвестиційних проблем нашої країни. Особливу роль в активізації інвестиційного клімату має відіграти страхування інвестицій від некомерційних ризиків. Важлива умова, необхідна для приватних капіталовкладень - постійний і загальновідомий набір догм і правил, сформульованих таким чином, щоб потенційні інвестори могли розуміти і передбачати, що ці правила будуть застосовуватися до їх діяльності.

Для стабілізації економіки та активізації інвестиційного клімату потрібне прийняття ряду кардинальних заходів, спрямованих на формування в країні, як загальних умов розвитку цивілізованих ринкових відносин, так і специфічних, що відносяться безпосередньо до вирішення завдання залучення інвестицій, з метою активізації інвестиційного клімату.

Однак незважаючи на вказані вище недоліки, які впливають на інвестиційний клімат та високий ризик інвестування в Україні, існують фактори, які приваблюють іноземних та вітчизняних інвесторів. Україна завдяки своєму потенціалу, значним трудовим ресурсам, ємності внутрішнього ринку є державою із суттєвим простором для інвестиційної діяльності. Передумовами формування в Україні сприятливого інвестиційного клімату є:

- 1) вигідне географічне положення (Україна має доступ до стратегічних ринків, зокрема, Європейського Союзу – одного з найбільших світових ринків; країн Середнього Сходу);
- 2) природно-ресурсний потенціал (інвестиційне значення в Україні мають три види природних ресурсів: мінеральні, земельні й рекреаційні);
- 3) рівень розвитку промислового виробництва;
- 4) висококваліфікована та конкурентоспроможна робоча сила;
- 5) несформований ринок товарів (Україна потенційно є одним з найбільших ринків в Європі);
- б) незадоволений попит населення.

Інвестиційний клімат може безпосередньо впливати на основні показники соціально-економічного розвитку країни. Позитивний інвестиційний клімат, у



свою чергу, сприяє вирішенню соціальних проблем, забезпечує високий рівень зайнятості населення та дозволяє оновлювати виробництво, проводити модернізацію й нарощування основних фондів підприємств, тощо.

Ряд позитивних кроків у цьому напрямі вже здійснено [38, с. 112 – 120; 39, с. 926 – 931]:

1. На сьогодні в Україні створене правове поле для інвестування та розвитку державно-приватного партнерства. Законодавство України визначає гарантії діяльності для інвесторів, економічні та організаційні засади реалізації державно-приватного партнерства в Україні.

2. На території України до іноземних інвесторів застосовується національний режим інвестиційної діяльності, тобто надано рівні умови діяльності з вітчизняними інвесторами. Іноземні інвестиції в Україні не підлягають націоналізації.

3. Для підвищення захисту іноземних інвестицій Законом України від 16.03.2000 № 1547 ратифікована Вашингтонська Конвенція 1965 року про порядок вирішення інвестиційних спорів між державами та іноземними особами.

4. Підписано та ратифіковано Верховною Радою України міжурядові угоди про сприяння та взаємний захист інвестицій з більше ніж 70 країнами світу. Зокрема, у поточному році підписано Угоду між Україною та Японією про сприяння та захист інвестицій, яку ратифіковано Законом України від 03.06.2015 № 505-VIII. Урядом та Президентом України здійснюються кроки по створенню якісно нових умов ведення бізнесу, що мають забезпечити відбудову економіки України та сприятимуть її стабільному розвитку та активізації інвестиційної діяльності, а саме [5, 15]:

- відмінено 16 неефективних регуляторних обмежень; гармонізовано систему оренди землі; встановлено строки реєстрації підприємств протягом не більше двох днів; запроваджено видачу документів дозвільного характеру через центри надання адміністративних послуг (Закон України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України

щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)” від 12.02.2015 № 191-VIII);

- відмінено ліцензування 26 типів господарської діяльності; визначено виключний перелік видів господарської діяльності, що підлягають ліцензуванню; встановлено уніфікований порядок їх ліцензування, нагляду і контролю у сфері ліцензування (Закон України “Про ліцензування видів господарської діяльності” від 02.03.2015 № 222-VIII);
- затверджено План дій щодо дерегуляції господарської діяльності та спрощення регуляторної бази, що спрямований на усунення надмірного адміністративного регулювання господарської діяльності, створення сприятливих умов для ведення бізнесу (розпорядження Кабінету Міністрів України від 18.03.2015 № 357-р);
- скасовано неефективну сертифікацію в сільськогосподарській сфері та обов'язковий моніторинг виконання особливих умов користування надрами, що відкривали значні можливості для корупції (постанова Кабінету Міністрів України від 28.01.2015 № 42 “Деякі питання дерегуляції господарської діяльності”);
- забезпечено адаптацію українського законодавства до загальноєвропейського і відповідний захист міноритарних акціонерів (Закон України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо захисту прав інвесторів” від 07.04.2015 № 289-VIII);

З урахуванням всіх недоліків, які негативно впливають на інвестиційний клімат нашої країни, було б доцільним запропонувати шляхи активізації інвестиційного клімату України.

Шляхи активізації інвестиційного клімату України:

- досягнення національної згоди між різними владними структурами, соціальними групами, політичними партіями та іншими громадськими організаціями;
- боротьба зі злочинністю;

- гальмування інфляції усіма відомими у світовій практиці заходами за винятком невивлати трудящим зарплати;
- перегляд податкового законодавства у бік його спрощення і стимулювання виробництва;
- мобілізація вільних коштів підприємств і населення на інвестиційні потреби шляхом підвищення процентних ставок по депозитах і внесках;
- впровадження в будівництво системи оплати об'єктів за кінцеву будівельну продукцію;
- надання податкових пільг вітчизняним та іноземним інвесторам, що йде на довгострокові інвестиції з тим, щоб повністю компенсувати їм збитки від уповільненого обороту капіталу.

Для реалізації цих планів необхідно розробити тактику та стратегію імплементації цілей для покращення інвестиційної привабливості, які наведені в таблиці 3.1

Таблиця 3.1

### Цілі розвитку України для підвищення рівня інвестицій

Короткострокові цілі (1 – 3 роки)	Середньострокові (4 – 7 років)	Довгострокові (7 – 15 років)
Продовження підписання договорів про партнерство	Формування єдиних правил тарифного регулювання	Створення та вихід на нові ринки збуту
Скасування обмежень в товарообігу	Створення сприятливого інвестиційного клімату	Підвищення рівня життя населення
Оптимізація законодавства під міжнародні стандарти	Робота над підняттям рівня конкурентоспроможності України на світовому рівні	Дія реформ юридичної системи, яка дасть захист інвестиціям



Продовження табл. 3.1.

Збільшення товарообігу з Україною та ЄС	Моделі та стратегії формування сприятливого інвестиційного клімату	Більш щільна інтеграція української економіки в міжнародний простір, в тому числі за межами Європи
---	--	--

Джерело: побудовано автором

На мою думку, покращити інвестиційний клімат країни можливо за рахунок різноманітних заходів, зокрема забезпечення чіткого правового поля інвестиційної діяльності, макроекономічної та політичної стабільності, запровадження податкових та митних пільг, дотацій, субсидій, субвенцій і бюджетних позик на розвиток пріоритетних сфер галузей економіки, подолання бюрократичних бар'єрів, корупції, забезпечення правового захисту інвестицій, покращення інформаційного забезпечення та інвестиційної інфраструктури.

Отже, можна зауважити, що політика регулювання та заохочення іноземних інвесторів до України вимагає вдосконалення та значного корегування. Розвиток та експансія великого національного приватного бізнесу, який теж поступово виходить на міжнародну арену і стає транснаціональним, необхідність підвищення його ефективності та конкурентоспроможності й отримання нових потоків прямих іноземних інвестицій вимагають лібералізації та вдосконалення національної інвестиційної політики в Україні.

3.2. Наслідки посилення залежності позитивного іміджу України від збільшення надходження інвестицій.

Згідно з веб-сайтом Міністерства юстиції України, формування інвестиційного іміджу має такі позитивні наслідки:

- лібералізація ділової та інвестиційної активності, розвиток ринку товарів та послуг;
- дерегуляція підприємницької діяльності, створення стабільної нормативно-правової бази з питань регулювання інвестиційної діяльності;

- поліпшення корпоративного та державного управління, реформування адміністративної системи;
- усунення обмежень для залучення міжнародного капіталу та з метою активізації інвестиційної діяльності;
- удосконалення фінансової системи;
- проведення антикорупційних заходів;
- мінімізація політичних ризиків.

Наразі досить важко оцінити зв'язок іміджу зі зростанням інвестицій в Україні, так як для повноцінного аналізу зв'язку іміджевих змін з рівнем інвестицій повинен пройти більший час. Однак дивлячись на міжнародний досвід, покращення та робота над іміджем має більше позитивних наслідків. Авжеж, як і кожний економічний процес, він має негативні наслідки, які також слід відмітити:

- репатріація капіталу і переклад прибутку в різних формах (дивіденди, відсотки, роялті), що погіршує платіжний баланс країни;
- тиск на місцевих виробників;
- посилення залежності національної економіки, що загрожує її економічній і політичній безпеці;
- ігнорування іноземним інвестором місцевих умов і особливостей;
- можливість деформації структури національної економіки;
- упадок традиційних галузей національної економіки;
- посилення соціальної напруженості та диференціації (зокрема за рахунок більш високої оплати праці на іноземних підприємствах);
- ослаблення стимулів для проведення національних НДДКР внаслідок ввезення іноземних технологій, що, в кінцевому рахунку, може призвести до посилення технологічної залежності;
- погіршення стану навколишнього середовища в результаті перекладу в країну «брудних» виробництв і хижацької експлуатації місцевих ресурсів.

Останній пункт став особливо дискусійним під час обговорень земельної реформи 2019 року, так як екологи та фермери турбувались щодо простої експлуатації родючої української землі іноземцями за досить дешеву ціну.

Як було відзначено, іноземні інвестиції підвищують попит на висококваліфіковану робочу силу, в зв'язку з чим зростає рівень добробуту населення, так як іноземні інвестори платять більш високу заробітну плату в порівнянні з місцевими фірмами. Але відповідно скорочуються прибутку місцевих фірм через несправедливу конкуренцію. Іноземні інвестиції стимулюють виробництво проміжної продукції, так як створюється попит саме на неї. Місцеві фірми змушені створювати додаткові виробничі потужності, оскільки вони не виробляли б дані товари при відсутності попиту з боку зарубіжних компаній, країн.

Іншим аспектом негативного впливу іноземних інвестицій на економіку приймаючої країни служить ефект витіснення внутрішніх капіталовкладень іноземними інвестиціями, витіснення місцевих фірм більш конкурентоспроможними зарубіжними, тобто місцеві фірми просто не мають можливості розвиватися, рости, пробиватися на світовий ринок. Можна сказати, що цей ефект далеко неоднозначний, так як іноземні інвестиції можуть сприяти розвитку національних фірм за рахунок зростання продуктивності праці, зовнішнього ефекту від передачі технології, що є одним з позитивних впливів іноземних інвестицій на економіку приймаючої країни.

Слід згадати також і про вплив іноземних інвестицій на імпорт і експорт приймаючої країни. Через вторгнення іноземного капіталу, іноземних підприємств експорт і імпорт продукції приймаючої країни може істотно знизитися, тому що випереджає за якістю продукцію місцевих фірм продукція іноземних інвесторів є більш прийнятною для зовнішніх ринків. У свою чергу в зв'язку з випуском продукції іноземних інвесторів відпадає необхідність в імпорті продукції даного виду приймаючою країною.

Необхідно також відзначити і неекономічні наслідки зарубіжних інвестицій, таких як, наприклад, культурні зміни. Важливим також є те, що при відсутності чіткої програми і продуманої політики взаємодії з глобальними компаніями, що здійснюють фінансові вливання в країну, приплив іноземних інвестицій може вкрай негативно вплинути як на міжнародну конкурентоспроможність країни, так і на перспективи її подальшого економічного зростання.



Однак більшість дослідників і місцевих експертів сходяться на думці, що позитивний імідж підвищує привабливість регіону для інвесторів, дозволяючи збільшити дохід, забезпечує безпеку ведення бізнесу. Інвестори при виборі території інвестування найчастіше вивчають такі основні питання: галузеву структуру господарства, інвестиційне законодавство, рівень розвитку транспортної та бізнес-інфраструктури, наявність і якість інвестиційних майданчиків, питання логістики, незалежну рейтингову оцінку регіону та т.д. Однак в більшості випадків рішення інвестора спирається на суб'єктивне сприйняття іміджу регіону.

Таким чином, в процесі функціонування регіональної економіки, реалізації державної політики інвестиційний клімат та інвестиційний імідж не залишаються статичними характеристиками регіону. Однак це не означає, що імідж не впливає на інвестиційну привабливість і має ігноруватися як не ефективний важіль впливу. Розробка іміджу приносить результат набагато пізніше і його важко відстежити, однак якщо взяти навіть такий простий ефект як «ефект країни виробництва», то можна відслідкувати, як ми асоціюємо якісь бренди з країнами виробництва.

Можна прийти до висновку, що більшість негативних наслідків залучення іноземних інвестицій напряду пов'язані з відсутністю, або недостатньою жорсткістю регуляторних процесів. Інвестицій є досить необхідним фактором залучення капіталу для країн, що розвиваються, тому що завдяки їм проходить досить великі вливання в економіку. Наразі важко оцінити показник реальних закордонних інвестицій і відсіяти реінвестицій з офшорних зон. В тому числі покращення іміджу зможе збільшити частку саме інвестицій, а не вливань іноземного капіталу з офшорів. Однак не слід виключати контроль за надходженням та регулювання внутрішнього українського бізнесу, який не в досить гарному та стабільному стані. У разі перенасичення інвестицій, Україна і справді може стати перед загрозою послаблення внутрішнього бізнесу, тому коли цей момент настане, законодавство має захищати інтереси українського виробника. Загалом, при правильному регулюванні, інвестицій можуть досить сильно покращити рівень розвитку в країні та не завдати шкоди. Гарний імідж досить

сильно впливає на туристичну привабливість, так як у туристів формується окремий образ країни, в яку вони планують подорожувати.

Вочевидь, Україна потребує принципово перегляду вектору розвитку покращення інвестиційної привабливості. Завдяки створенню умов, завдяки яким інвестиційний клімат може бути принципово покращений, Україна може досить швидко залучити міжнародних інвесторів. Для цього пропоную створити так званий Інститут оцінки та моніторингу іміджу країни. Наразі Україна досить сильно відстає від сусідніх держав в питаннях моніторингу суспільної думки, однак ще гіршим є те, що в нас майже не ведеться робота щодо поширення позитивного іміджу країни. Так, у сусідній Польщі все сильніше вкорінюється імідж України як країни «постачальника» дешевої робочої сили, а в Росії імідж українців стрімко погіршився завдяки агресивній інформаційній політиці російської влади та федеральних ЗМІ. Таким чином, розробка позитивного іміджу має тривати постійно і реагувати на зміни обставин. Інститут оцінки та моніторингу іміджу країни має бути створений на базі або ж колегій Міністерств культури, закордонних справ та молоді та спорту, або ж на базі найкрупніших університетів країни. Кожен підхід має свої плюси та мінуси. Так, створення Інституту на базі міністерств дасть більше впливу на прийняття рішень, однак додає заангажованості прийнятим рішенням. Створення на базі університетів може залучити для впровадження більш науковий підхід, однак обмеженість фінансувань та повільність освітньої системи може сильно сповільнити розробку стратегій.

Таким чином, найбільш оптимальним варіантом я вважаю створення Інституту на базі міністерства, заохочуючи туди дизайнерів, аналітиків, експертів з закордонних справ та оцінки громадської думки та соціології. Важливо, щоб ці експерти назначалися шляхом конкурсу через прозору процедуру відбору. Авжеж потрібно розуміти, що хороші експерти коштують дорожче, а робота в політичній сфері додає ризику для їх кар'єри у майбутньому, тому слід оцінювати адекватно важкість створення експортного комітету. Однак потенціал такого Інституту досить великий. По-перше, він може займатися розробкою єдиної державної іміджевої політики – розробки реклами, популяризації культури та туризму, тощо

за допомогою бренду Ukraine.NOW, який, нажаль, хоч і отримав дуже позитивні відгуки після його імплементації, однак, не був впроваджений масово. Зараз дуже мало українці освідомленні про існування такого бренду і впровадження його в масову рекламу на заході може створити асоціативний ряд з Україною у жителів Західної Європи. Однак не слід забувати й про культурну особливість, яка теж може покращувати інвестиційну привабливість. Так, наприклад, на Сході України треба запроваджувати менш агресивні та російськомовні бренди, так як у багатьох жителів Східної України існує негативна конотація українських та україномовних брендів. Тому розробка іміджевої політики повинна відрізнитись в залежності від регіону.

Також Інститут може займатися аналізом та вивченням суспільної думки щодо іміджу в Україні та за кордоном для швидкого реагування на попит суспільства та економічної ситуації. Ми бачимо, як з 2014 року в Україні дуже активізувався інститут соціальної реклами та більш патріотично налаштованої реклами. Однак за кордоном імідж України все ще залишається в більшості своєму як у країни, «яка веде війну з Росією» та як у країни, «яка найбідніша в Європі». Так, з цими факторами важко сперечатись, так як це, нажаль, невід'ємні факти нашого сучасного життя і люди зазвичай легше запам'ятовують погане, ніж хороше. Однак саме таргетована зовнішня культурна експансія здатна створити більш позитивний імідж, над яким треба працювати і розширювати.



## ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Надходження інвестицій залежить від багатьох факторів, одним з яких є формування іміджу країни. Саме імідж країни створює «образ», який буде заохочувати, або, навпаки, відлякувати інвесторів. Однак, у своїй роботі я дійшов до висновку, що не завжди існує пряма залежність між іміджем та рівнем інвестиційної привабливості. В більшості ситуацій відіграє ключову роль саме історична складова та багаторічне будівництво міжнародних відносин, в якому, тем не менш, дуже важливу роль відіграє історичний імідж тієї чи іншої країни.

У першому розділі я проаналізував інвестиційне положення в більш розвинених країнах, таких як Сполучені Штати Америки, Республіка Сінгапур, Китайська Народна Республіка та більш схожою за економічним положенням Республікою Білорусь. Протягом аналізу, я прийшов до висновку, що кожна з цих країн має унікальну історію створення та формування іміджу, однак загальна характеристика сходиться до того, що в економіках з розвиненими інститутами вирішальну роль грають історичні тенденції, у той час як в країнах що розвиваються, це більш залежить від політичної ситуації. Більше того, суттєві внутрішні, та навіть світові події, які залежать від вищевказаних країн не досить сильно впливають на інвестиційний рівень, у той час як економічні чинники залишаються досить впливовими на рівень інвестицій в розвинені країни. Тож, можна прийти до висновку, що залежність інвестицій від іміджу має відношення до загального економічного та соціального розвитку країни.

У другому розділі, протягом розгляду інвестиційного рівня України, я дійшов до висновку, що, незважаючи на підтримку в законодавчій базі і впровадження нових механізмів модернізації інвестиційної привабливості, український імідж все ще має багато шляхів розвитку. Незважаючи на зміну політичного та економічного курсу в 2014 році, він не приніс стрімкого зростання інвестицій, а імідж України на світовій арені став дуже спірним. Протягом шістьох років не відбулося стрімкого стрибка уперед, якого очікувала більшість населення, що призвело до досить стриманого рівня надходження інвестицій. Більш того, станом на другий квартал 2020 року Україна й досі не вийшла на рівень надходження прямих іноземних

інвестицій 2013 року. Тож, це наштовхує на ту ідею, що країні потрібно в першу чергу замислюватись над впровадженням реформ, що зміцнять економічне зростання, і паралельно розробляти стратегії покращення іміджу. Не можна сказати, що Україна має досить сильний та привабливий імідж за кордоном. Однак проведення реформ, які будуть акцентовані на залученнях закордонного інвестора, який буде почуватись комфортно в українських умовах, відіграє важливу роль в підвищенні рівня інвестицій. Наразі Україна все ще є більш комфортною для інвестора з колишнього пост-радянського простору, однак позиціонує себе як країна для західних інвесторів, що створює дисонанс в очікуваннях і результатах. Для цього Україні треба створити імідж країни західного світу.

Надмірне надходження, або відсутність внутрішнього регулювання можуть мати негативні наслідки, однак для України вони не становлять досить серйозної загрози. Що може створювати загрозу, так це відсутність чіткої стратегії щодо формування інвестиційного іміджу. Аналізуючи попередні розділи, можна сказати, що імідж є невід'ємною складовою залучення інвестицій для країн, що розвиваються. Для цього я пропоную запровадити такі дії:

1. Імплементация чіткого плану залучення інвестицій, виділяючи основні сфери розвитку, які є привабливим для інвесторів та потребують найбільшого вливання іноземного капіталу.
2. Створення Інституту оцінки та моніторингу іміджу країни на базі декількох міністерств, який буде складатися з експертів в сфері соціології, економіки, закордонних справ, тощо та буде займатися аналізом інвестиційного іміджу та розробкою та запровадженням нових моделей та шляхів розвитку інвестиційного іміджу.
3. Подальша розробка та популяризація бренду Ukraine.NOW та поширення його використання. Розповсюдження бренду всередині країни, враховуючи регіональні аспекти різних областей України.
4. Запровадження чітких механізмів захисту національного бізнесу від його витіснення іноземним капіталом. Як відомо, агресивні гравці на ринку завжди використовують прогалини в законодавстві для експансії на

внутрішній ринок тієї чи іншої країни, і саме прописані законодавчі норми щодо ліміту іноземного капіталу в специфічних сферах, які можуть впливати на національну безпеку, або більш зручні умови оподаткування для українських підприємців може допомогти малому бізнесу співіснувати з підприємствами з іноземним капіталом в рівних умовах.

Таким чином, у України ще багато шляхів для вдосконалення інвестиційної політики та іміджу країни. Однак найважливішим у всьому цьому є саме чітке та стратегічне розуміння зв'язку стратегії та іміджу. Позитивний імідж в наш час не формується сам по собі завдяки зовнішнім факторам або через збіг обставин, його треба розробляти, враховуючи безліч внутрішніх, та зовнішніх факторів, які постійно змінюються. Маючи чітку стратегію розробки та імплементації іміджу в Україні є великі шанси на підвищення інвестиційної та загальної привабливості за кордоном. Однак тільки у тісному зв'язку з економічним розвитком та політичною стабільністю можна досягти практичного ефекту від покращення іміджевої політики. Досвід більш успішних країн показує, що це довгий, але поступовий етап, який напряду залежить від комплексу інституцій, які націлені на покращення рівня життя, економіки та загального багатства населення. Тож, вирішення проблеми низького залучення інвестицій в першу чергу залежить від рівня економічного розвитку та низьких гарантій безпеки інвестицій, і лише в другу чергу, як сукупний, але не менш важливий фактор, можна спів віднести імідж.



## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1) Котірлеа Д.А «Country Image Vs. Country Brand: Differences And Similarities», Екофорум, Вип. 1, 2015 р. – с. 165 – 170.
- 2) Веб-сайт Міністерства юстиції України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [https://minjust.gov.ua/m/str\\_11352](https://minjust.gov.ua/m/str_11352)
- 3) Євроінтеграційний портал [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://eu-ua.org/analityka/pokrashchennya-investyciynogo-klimatu-v-ukrayini-na-chasi>
- 4) Веб-сайт Всесвітнього банку [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://data.worldbank.org/indicator/BX.KLT.DINV.CD.WD?end=2019&locations=CN&start=2015&view=chart>
- 5) Веб-сайт Державного комітету статистики Республіки Сінгапур [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://www.singstat.gov.sg/modules/infographics/singapore-direct-investment>
- 6) Веб-сайт Бюро економічного аналізу Сполучених Штатів Америки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://apps.bea.gov/iTable/iTable.cfm?reqid=2&step=3&isuri=1&step1prompt1=1&step2prompt3=1&step1prompt2=3>
- 7) Близнюк А. О. Інвестиційна діяльність в період економічної кризи [Текст] / А. О. Близнюк, О. М. Шершенюк // Економіка. Фінанси. Право. – 2016. – № 11. – С. 4-6.
- 8) Румянцева С. Прямі іноземні інвестиції в Україну [Текст] / С. Румянцева // Цінні папери України. – 2015. – № 36-37. – С. 19.
- 9) Свистун Л.А., Мороховець І.О Перспективи іноземного інвестування в економіку України у контексті загроз її економічній безпеці / Л.А. Свистун, І.О. Мороховець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. № 18. – С. 483–489.
- 10) Еніс Еміновец, Вплив образу країни на залучення іноземних інвестицій, 2013, Університет Сараєво.
- 11) Національний Банк України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external#5>

12) Юридична Газета Онлайн [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://yur-gazeta.com/publications/practice/inshe/poteplynnya-investiciynogo-klimatu-v-ukrayini.html>

13) Герзанич В.М. Основні недоліки та проблеми залучення іноземних інвестицій в Україні // Ефективна економіка. – 2015. – Вип. №4. – С. 43–48.

14) Федоров Г.О. Особливості формування інвестиційного іміджу України. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія : Державне управління. - 2018. - Т. 29(68), № 3. - С. 97-102.

15) Закон України «Про режим іноземного інвестування» від 19.03.1996 № 93/96-ВР. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/93/96-вр>

16) Шубина Т.Н. Формирование имиджа региона как инструмента территориального маркетинга при повышении его инвестиционной привлекательности. – 2011 – 8 (101) – с 47-51.

17) Алессандро де Ніско, The Role of Country Branding in Attracting Foreign Investment: Country Characteristics and Country Image, - 2018 – с. 80 – 100

18) Студінська Г.Я. Бренд голосу як складова системи брендів національної економіки, - 2019 – №40 – с. 64 – 69

19) Студінська Г.Я., Ходжаян А.О. Бренд як інструмент реструктуризації національної економіки, - 2017 – Вісник економічного університету, 34/1 – с. 16 – 22

20) Коваленко С.О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення / С.О. Коваленко // Вісник економіки транспорту і промисловості. — № 38. — 2012. — С. 366—369.

21) Федорчак О. Основні підходи до наукового визначення інвестиційного клімату, Ефективність державного управління – 2016 – Вип. ½ - с. 162 – 170

22) Шевердіна О. В. Розвиток інвестиційного потенціалу України: правовий аспект / О. В. Шевердіна // Право і суспільство [Текст]. – 2015. – № 1/2. – С. 76 – 80.



23) Швець Ю.О., Бурдило О.В. Оцінка інвестиційного клімату в Україні: стан, проблеми та шляхи його поліпшення – 2017 – Міжнародні економічні відносини та світове господарство. випуск 12 – с. 165 – 168

24) Рагуліна Н.В., Інвестиційний клімат та методи покращення інвестиційного потенціалу на пост-конфліктних територіях України. Ефективна економіка. Дніпровський державний аграрний університет – 2017 - №12.

25) Foreign Investment Law of the People's Republic of China [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://en.wikipedia.org/wiki/Foreign\\_Investment\\_Law\\_of\\_the\\_People%27s\\_Republic\\_of\\_China](https://en.wikipedia.org/wiki/Foreign_Investment_Law_of_the_People%27s_Republic_of_China)

26) Веб-сайт Мінфін [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://index.minfin.com.ua/economy/fdi/>

27) Штепенко К.П., Забураєва О.Ю., Аналіз прямих іноземних інвестицій в економіку України та передумови необхідності їх залучення, Ефективна економіка. Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка – 2019 р., - №5.

28) Веб-сайт MartinRoll [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://martinroll.com/wp-content/uploads/Benefits-of-Branding-Nations-Martin-Roll.pdf>

29) Веб-сайт MartinRoll [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://martinroll.com/resources/articles/marketing/how-nations-and-brands-overcome-country-of-origin-challenges/>

30) Веб-сайт Heritage [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.heritage.org/index/visualize>

31) Веб-сайт Studme [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [https://studme.org/136284/marketing/investitsionnyy\\_imidzh\\_vliyanie\\_razvitie\\_territori\\_i](https://studme.org/136284/marketing/investitsionnyy_imidzh_vliyanie_razvitie_territori_i)

32) Непран А.В. Формування та використання фінансового потенціалу інвестиційної діяльності в Україні / А.В. Непран // Фінанси України. – 2016. – № 9. – С. 111–128.



33) Лендел О.М. Теоретико-методичні аспекти здійснення інвестиційної діяльності в сучасних економічних умовах / О.М. Лендел // Інвестиції: практика та досвід. – 2016. – № 18. – С. 83–87.

34) Руснак Ю.І. Вплив політико-правових чинників на формування інвестиційного клімату / Ю.І. Руснак // Право і суспільство. – 2016. – № 1(2). – С. 101–105.

35) Юрчик І.Б. Іноземні інвестиції в Україні: проблеми та перспективи / І.Б. Юрчик, А.А. Маценко // Молодий вчений. – 2016. – № 5(32). – С. 204.

36) Оцінка обсягів прямих іноземних інвестицій, в яких кінцевим контролюючим інвестором є резидент (round tripping) за 2010р. - 2019р. 2020р., Національний Банк України. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external/data-sector-external#5>

37) Лубенченко О. Проблеми залучення капітальних інвестицій в сучасних умовах / О. Лубенченко, Н. Петришина // Збірник наукових праць Державного економіко-технологічного університету транспорту. Серія «Економіка і управління». – 2015. – Вип. 32. – С. 279–287.

38) Коваленко Ю.М. Прямі іноземні інвестиції: національний і міжнародний аспект / Ю.М. Коваленко, Т.О. Мельничук // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2014. – № 1. – С. 112–120.

39) Терещенко В. Л. Проблеми та перспективи покращення інвестиційного клімату в Україні / В. Л. Терещенко // Глобальні та національні проблеми економіки [Текст]. – 2015. – № 4. – С. 926 – 931.

40) Шабанова О. В. Інвестиційний клімат функціонування недержавних пенсійних фондів / О. В. Шабанова // Інвестиційні ресурси відтворювальних процесів в Україні [Текст]. – 2014. – № 2(20). – С. 123 – 126.

41) Малько К. С. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість України: чинники їх формування в сучасних умовах / К. С. Малько // Актуальні проблеми економіки [Текст]. – 2015. – № 3 (165). – С. 100 – 105.

42) Малько К. С. Інвестиційний клімат та інвестиційна привабливість України: чинники їх формування в сучасних умовах [Електронний ресурс] / К. С. Малько // Актуальні проблеми економіки. - 2015. - № 3. - С. 100-105. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape\\_2015\\_3\\_13.pdf](http://nbuv.gov.ua/j-pdf/ape_2015_3_13.pdf)

43) Новак І. М. Теоретико-методологічні засади формування категорії інвестиційний клімат / І.М. Новак // Економіка: реалії часу. - 2014. - № 1. - С. 113-118. - [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/jpdf/econrch\\_2014\\_1\\_19.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/econrch_2014_1_19.pdf)

44) Чіп Л. О. Особливості інвестиційного клімату в Україні / Л. О. Чіп // Вісник Полтавської державної аграрної академії. - 2014. - № 3. - С. 142-146. - [Електронний ресурс] Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/jpdf/VPDAA\\_2014\\_3\\_32.pdf](http://nbuv.gov.ua/jpdf/VPDAA_2014_3_32.pdf)

45) Кулеба О.В. Роль сучасних інформаційно-комунікативних технологій у формуванні міжнародного іміджу держав / О.В. Кулеба // Інвестиції: практика та досвід. — 2015. — № 3. — С. 104—107.

46) Веб-сайт проекту Ukraine NOW. [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://banda.agency/ukrainenow/>

47) Студінська Г.Я. Просування національного бренду країни засобами територіального маркетингу «Сталий розвиток – ХХІ століття: управління, технології, моделі. Дискусії 2018: колективна монографія» / за ред. проф. Хлобистова Є.В. – Київ, 2018. – С. 652-659.

48) Як залучати прямі іноземні інвестиції. Практичний посібник для українських міст та районів – в 2013р – [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://regionet.org.ua/files/02\\_How\\_to\\_attract\\_FDI\\_-\\_UA.pdf](https://regionet.org.ua/files/02_How_to_attract_FDI_-_UA.pdf)

49) Свистун Л.А., Мороховець І.О Перспективи іноземного інвестування в економіку України у контексті загроз її економічній безпеці / Л.А. Свистун, І.О. Мороховець // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2017. – Вип. № 18. – С. 483–489.

50) Герзанич В.М. Основні недоліки та проблеми залучення іноземних інвестицій в Україні // Ефективна економіка. – 2016. – Вип. №4. – С. 43–48.



51) Закон України «Про інвестиційну діяльність» - 1991 - [Електронний ресурс] Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1560-12#Text>

52) Веб-сайт Європейської бізнес асоціації [Електронний ресурс] Режим доступу: [https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/EBA-InvestIndex\\_1H-2020\\_UKR.pdf](https://eba.com.ua/wp-content/uploads/2020/07/EBA-InvestIndex_1H-2020_UKR.pdf)

53) Бланк І.А., Финансовый менеджмент: учебный курс / «Финансы и статистика» - 2007. – с. 352 – 354

54) Коваленко С.О. Інвестиційний клімат в Україні та напрями його покращення. Вісник економіки транспорту і промисловості. №38. 2016. С. 366 – 369

55) Ланченко Є.О. Соціально трудові проблеми розвитку інвестиційних процесів у сільському господарстві. Вісник Вінницького політехнічного інституту. №3 – 2017 - С. 71 – 74

56) Головатюк В.М. Проблемноориентированные подходы в оценке инвестиционной привлекательности социально-экономической среды в контексте инновационного развития. Центр исследований научно-технического потенциала и истории науки им. Г.М.Доброва НАН Украины. 2013. С. 1 – 12

57) О. Федорчак. Основні підходи до наукового визначення інвестиційного клімату. ЕФЕКТИВНІСТЬ ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ. ВИП. 1/2 (46/47) 2016. Ч. 1. С. 162 – 170

58) Піскорська Г.А., Яковенко Н.Л. Імідж України в контексті російсько-українського конфлікту. Київський інститут міжнародних відносин. Міжнародні відносини. №3. 2017. С 10 – 17

59) Лавриненко Г. Формування міжнародного іміджу України в західному світі (на прикладі Польщі). Схід. — 2011. — № 4 (111). — С. 149-154.

60) Котлер Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс курс. 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С.Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с.

61) Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и



страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 384 с.

62) Веб-сайт Кноема [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://knoema.ru/atlas/Беларусь/topics/Экономика/Платежный-баланс-Счет-операций-с-капиталом-и-финансовыми-инструментами/Прямые-иностранные-инвестиции-чистый-приток-в-текущих-ценах-долл-США>

63) Веб-сайт Світового економічного форуму [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.weforum.org/reports>