

## РОЗДІЛ 1. СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

### ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ ВКЛАДНИКІВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

### PREREQUISITES FOR FORMING INVESTMENT ATTRACTIVENESS FOR FOREIGN INVESTORS AND ITS IMPACT ON TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

УДК 379.85

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-1>

**Бублик Л.Я.**

к.е.н., асистент,

асистент кафедри туризму

Львівський національний політехнічний  
університет

**Bublyk Lilia**

Lviv National Polytechnic University

У статті визначено поняття «інвестиційна привабливість країни» та встановлено основний показник впливу на інвестиційний клімат держави. Указано, що рейтинг інвестиційної привабливості держав світу визначають за Індексом глобальної конкурентоспроможності, який складається з дванадцяти основних показників і за яким у 2018 р. Україна посіла 81-е місце зі 137 можливих, що пояснюється відсутністю довіри закордонних інвесторів, зумовленою всеохоплюючою корупцією, відсутністю платоспроможного попиту, бідністю населення та недосконалістю інституційно-законодавчого забезпечення здійснення інвестиційної діяльності на теренах України. Інвестиційна привабливість України має прямий вплив на стабілізацію розвитку туризму. Зазначаємо, що поліпшення рейтингу «Бренду Україна» призвело до того, що протягом 2017–2019 рр. візний та візний туристичні потоки зберігають стабільну тенденцію до зростання.

**Ключові слова:** інвестиції, інвестиційний клімат, туризм, туристичний логотип, «Бренд Україна».

В статье определено понятие «инвестиционная привлекательность страны» и

установлен основной показатель влияния на инвестиционный климат страны. Указано, что рейтинг инвестиционной привлекательности стран мира определяют по Индексу глобальной конкурентоспособности, который состоит из двенадцати основных показателей и в котором в 2018 г. Украина заняла 81-е место из 137 возможных, что объясняется отсутствием доверия иностранных инвесторов, обусловленным всеобъемлющей коррупцией, отсутствием платежеспособного спроса, бедностью населения и несовершенством институционально-законодательного обеспечения осуществления инвестиционной деятельности на территории Украины. Инвестиционная привлекательность Украины имеет прямое влияние на стабилизацию развития туризма. Отмечено, что улучшение рейтинга «Бренда Украины» привело к тому, что в течение 2017–2019 гг. въездной и выездной туристические потоки сохраняют стабильную тенденцию к росту.

**Ключевые слова:** инвестиции, инвестиционный климат, туризм, туристический логотип, «Бренд Украина».

*The article defines the concept of "investment attractiveness of the country" and sets the main indicator of the impact on the investment climate of the state. It is stated that the ranking of investment attractiveness of the countries of the world is determined by the Global Competitiveness Index, which consists of twelve main indicators which include: "Macroeconomic environment", "Health care and elementary education", "Institutions", "Infrastructure", "Higher education" and training, "Product Market Efficiency", "Market Size", "Labor Market Efficiency", "Financial Market Development", "Innovative Potential", "Technological Readiness", and also "Business Compliance with Modern Requirements". As a result of which, in 2018, Ukraine ranked 81st out of 137 possible, which is explained by the lack of confidence of foreign investors, due to inclusive corruption, lack of effective demand, poverty of the population and the lack of institutional and legislative support for investment activity of Ukraine. The article also describes the dynamics of changes in the volume of direct investments in Ukraine and from Ukraine, and compares investment activity in neighboring countries, and proves that Ukraine is significantly ahead of its neighbors, namely Poland – the growth rates of the Competitiveness Index, which during the whole analyzed period were significantly lower, and Russia, whose rating is plummeting, due to the country's volatile macroeconomic policies. The investment attractiveness of Ukraine has a direct impact on the stabilization of tourism development, we note that improving the rating of "Brand Ukraine" led to in 2017-2019 inbound and outbound tourist flow maintains a stable upward trend, and in 2018 recorded an unprecedented increase in the volume of tourists countries like the United States, China, Lithuania, Italy, Germany, France and Israel. The main reasons for this were visa facilitation, increased interest in Ukraine, improved air travel and investment attractiveness of the country and such advantages of the Ukrainian tourist logo as recognition of tourist goods and services abroad, their identification and clear decoding of the country, by means of collation and collation.*

**Key words:** investment, investment climate, tourism, tourism logo, Brand Ukraine.

**Постановка проблеми.** Розвиток індустрії туризму в країні передусім залежить від її інвестиційної привабливості, іміджу на міжнародному економічному ринку та ціни бренду держави, аналіз яких є вкрай актуальним.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженню передумов формування інвестицій-

ної привабливості для іноземних вкладників та впливу інвестиційного клімату на розвиток туризму України приділяли увагу такі вчені-економісти: Г. Бак [1], Ю. Бараш [2], Л. Богуш, В. Данильчук [3], О. Кальченко, В. Кифяк та ін.

**Постановка завдання.** Метою дослідження є з'ясування впливу інвестиційної привабливості

держави на обсяг іноземних вкладень та розвиток сфери туризму України завдяки поліпшенню інвестиційного клімату загалом.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Інвестиційна привабливість країни – це атестація інвестиційного клімату, що включає відстеження економічного розвитку країни, стабільності законодавства, зовнішньоекономічних ризиків, а також характеристику ключових показників конкурентоспроможності держави. До них, насамперед, відносимо продуктивність ринку праці, високий виробничий потенціал, зростання прибутковості внутрішнього ринку, ефективність споживчого ринку товарів та послуг, наявність інфраструктури та технологічно-інноваційного потенціалу. При цьому основним показником привабливого інвестиційного клімату є макроекономічна стабільність держави. За допомогою рис. 1. охарактеризуємо інвестиційний клімат України.

Рейтинг інвестиційної привабливості держав світу визначають за Індексом глобальної конкурентоспроможності, оприлюдненим Всесвітнім економічним форумом. Даний Індекс складається з дванадцяти основних показників, до складу яких входять близько ста змінних, згрупованих у три категорії субіндексів («Основні вимоги», «Підсилювачі продуктивності» і «Інновації та фактори вдосконалення»). Отже, до контрольних показників належать: «Макроекономічне середовище», «Охорона здоров'я та початкова освіта», «Інституції», «Інфраструктура», «Вища освіта і професійна підготовка», «Ефективність ринку товарів», «Розмір ринку», «Ефективність ринку праці», «Розви-

ток фінансового ринку», «Інноваційний потенціал» «Технологічна готовність», «Відповідність бізнесу сучасним вимогам». Розглянемо рейтинг конкурентоспроможності України, Польщі та Російської Федерації за 2013–2018 рр. на рис. 2.

Проаналізувавши динаміку зміни показника конкурентоспроможності України в означений вище період, варто констатувати значний потенціал держави до залучення прямих зовнішніх інвестицій, що неефективно реалізовується. Так, у 2014 р. Україна зайняла 84-е місце зі 148 країн за розміром досліджуваного Індексу, навіть у період активних бойових дій на сході країни та внаслідок анексії Криму рейтинг держави не знизився, і в 2015 р. Україна зайняла 76-е місце зі 144 країн. Проте вже у 2017–2018 рр. спостерігається зменшення основних показників конкурентоспроможності держави: у 2018 р. Україна посіла 81-е місце зі 137 можливих.

Зазначимо також, що Україна значно випереджає своїх сусідів, а саме Польщу, темпи росту Індексу конкурентоспроможності якої впродовж усього аналізованого періоду були значно нижчими, та Росію, рейтинг якої стрімко падає у зв'язку з нестабільною макроекономічною політикою держави.

За допомогою рис. 3 розглянемо динаміку зміни обсягів прямих іноземних інвестицій в Україну та з України впродовж 2013–2018 рр.

2014 р. став переломним для України у багатьох аспектах, що різко позначилося на інвестиційному кліматі держави і відобразилося у зменшенні прямих іноземних інвестицій в Україну на 4 089 млн дол. США. Упродовж наступних років Україна збільшувала власну інвестиційну при-

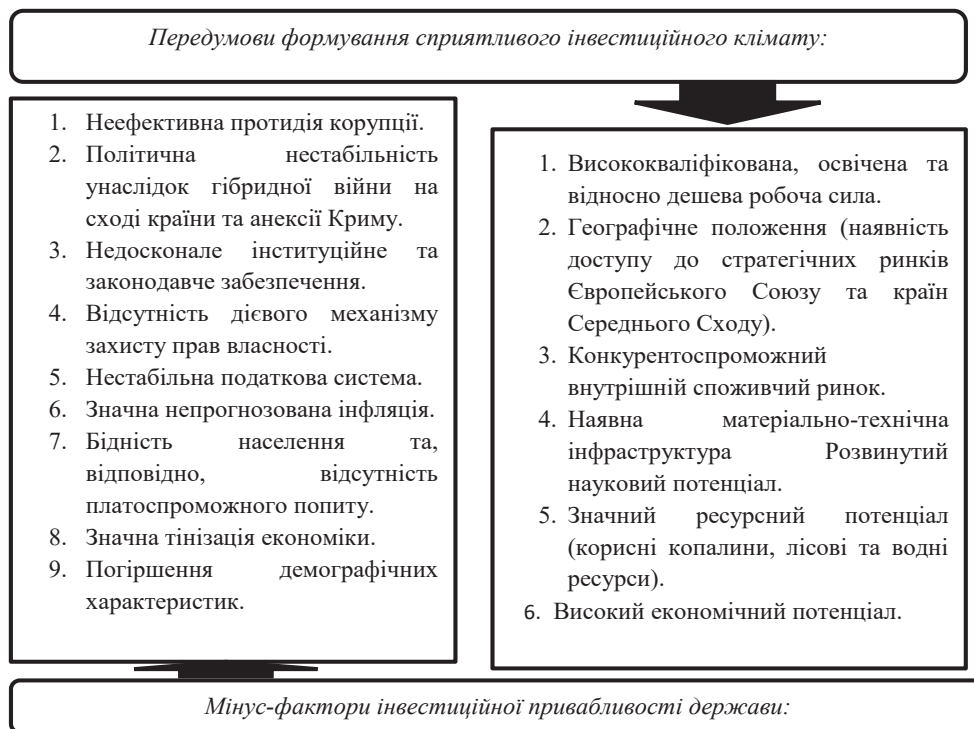
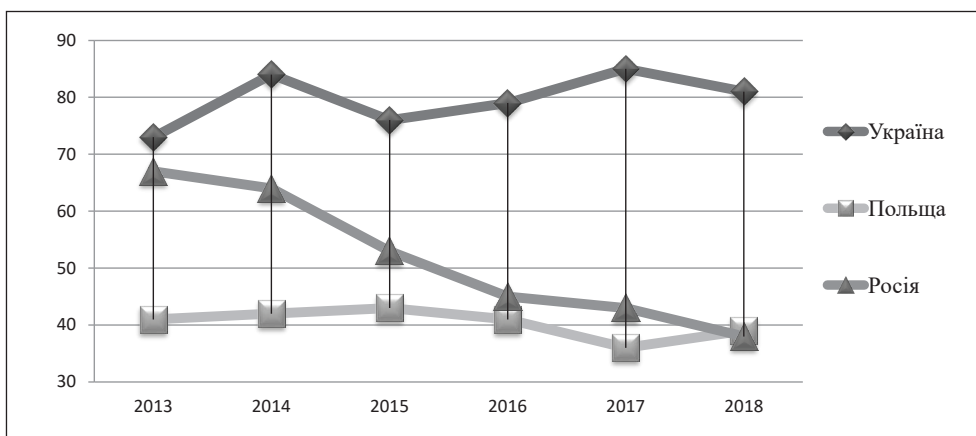
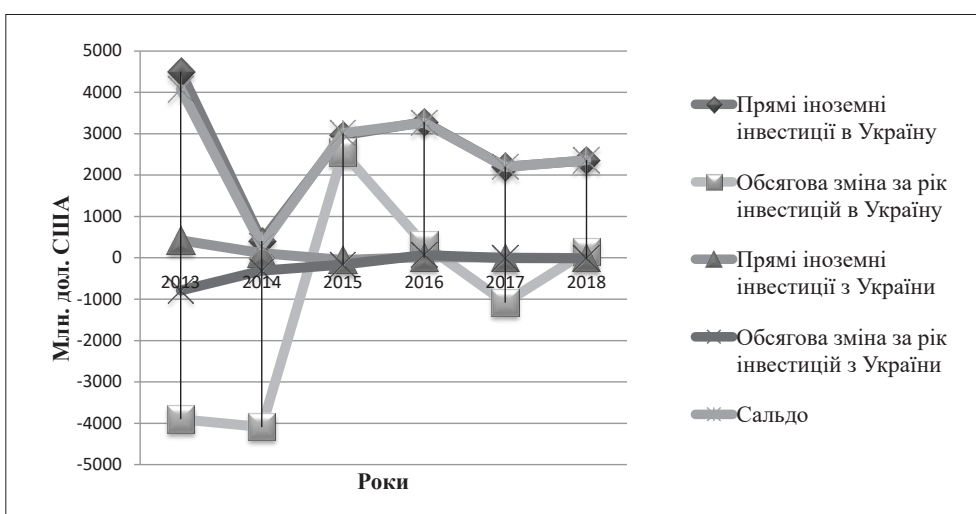


Рис. 1. Характеристика інвестиційного клімату України



**Рис. 2. Рейтинг України за Індексом глобальної конкурентоспроможності**

Джерело: складено автором на основі [4]



**Рис. 3. Динаміка обсягів прямих іноземних інвестицій в Україну та з України у 2013–2018 рр.**

Примітка: 2014–2018 рр. без АР Крим та тимчасово окупованих територій Донбасу.

Джерело: складено автором на основі [5]

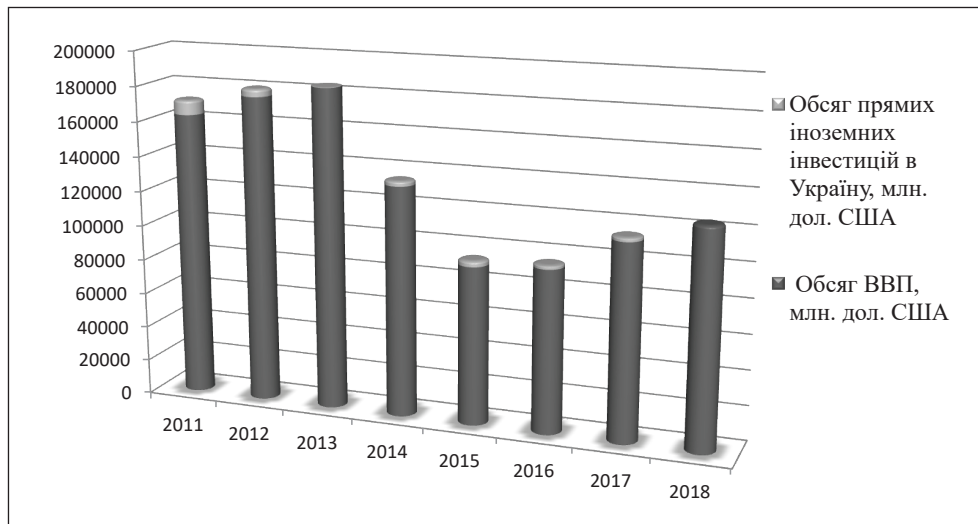
вабливість, проте на кінець 2018 р. обсяг прямих інвестицій становив лише 2 355 млн дол. США, що на 2 144 млн дол. США менше, ніж у 2013 р., та на 8 558 млн дол. США менше, ніж у 2008 р. Дана динаміка свідчить про відсутність довіри закордонних інвесторів, зумовленої всеохоплюючою корупцією, відсутністю платоспроможного попиту, бідністю населення та недосконалістю інституційно-законодавчого забезпечення здійснення інвестиційної діяльності на теренах України.

Іноземні інвестиції для країн, що активно розвиваються, є акумулятором можливостей розвитку внутрішнього споживчого ринку, промисловості, інфраструктури, нарощення виробничого потенціалу, вдосконалення податкової системи та приведення у відповідність європейським стандартам законодавства, що має безпосередній вплив на збільшення економічних показників розвитку кра-

їни та зростання обсягу валового внутрішнього продукту держави (рис. 4).

Аналіз рис. 4 не виявив прямої залежності зміни обсягу валового внутрішнього продукту від пертурбації обсягу прямих іноземних інвестицій в Україну. Дане явище пояснюється надто малими обсягами закордонних вкладень в економіку України, що зумовлено відсутністю привабливого інвестиційного клімату, пільгового оподаткування та спрощеної системи звітності й обліку прямих іноземних інвестицій в Україну.

Інвестиційна привабливість держави ґрунтується на ексклюзивній характеристиці території та населення країни, привабливому іміджі, прибутковості її економіки, продуктивності міжнародних зв'язків та добробуті населення держави. Тобто рівень привабливості країни опирається на брендингову політику держави. У 2018 р. «Бренд



**Рис. 4. Динаміка зміни обсягу прямих іноземних інвестицій та валового внутрішнього продукту за період 2011–2018 рр.**

Примітка: 2014–2018 рр. без АР Крим та тимчасово окупованих територій Донбасу.

Джерело: складено автором на основі [5]

Україна» оцінили у 84 млрд дол. США, що на 16 млрд дол. США, або на 23%, більше, ніж у 2017 р., а в рейтинговій таблиці Україна посіла 60-е місце. Зазначимо, що найдорожчими брендами світу є «Бренд США», «Бренд Китай» та «Бренд Німеччина», вартість яких у 2018 р. становила 25,899 трлн дол. США, 12,779 трлн дол. США та 5,147 трлн дол. США відповідно.

Отже, аналіз інвестиційної привабливості України виявив необхідність створення та реалізації стратегії збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій в Україну. При цьому необхідно: введення нульового відсотку оподаткування закордонних вкладень у розвиток вітчизняної економіки; недопущення корупційних схем; удосконалення законодавства в частині спрощення здійснення інвестиційної діяльності; збільшення ринків збуту вітчизняних підприємств; зменшення митних навантажень та заборона монополій у сфері виробництва та обміну ринку товарів та послуг. Не варто забувати про те, що основою інвестиційної привабливості є незаплямована репутація, ствердий імідж, стабільна політична та соціально-економічна ситуація у державі. Дане дослідження є своєчасним, а наведені способи поліпшення інвестиційного клімату в Україні є необхідними до реалізації органами державної влади для збільшення обсягів прямих іноземних інвестицій, підвищення рівня життя в країні, збільшення обсягів ВВП та вирішення проблеми державного боргу.

Щодо впливу інвестиційної привабливості України на стабілізацію розвитку індустрії туризму, то зазначаємо, що поліпшення рейтингу «Бренду Україна» призвело до того, що протягом 2017–2019 рр. в'їзний та виїзний туристичні потоки зберегли стабільну тенденцію до зростання. Особливі успіхи у

збільшенні туристичних потоків у 2018 р. характеризуються зростанням обсягу туристів із таких країн, як США, Китай, Литва, Італія, Німеччина, Франція та Ізраїль. Особливої популярності Україна зазнала у туристів родом з Іспанії, Індії та Великої Британії, звідки обсяг туристів зріс на 68%, 57,4% та 47,3% відповідно впродовж 2018 р.

Першопричинами такого туристичного буму є спрощення візового адміністрування, збільшення інтересу до України, поліпшення авіасполучення та інвестиційної привабливості держави.

Повертаючись до питання необхідності вдосконалення українського туристичного бренду, звертаємо увагу на пропозицію президента України Володимира Зеленського, який запропонував віднести до бренду держави красивих українських жінок. Цікавими є також пропозиції у медіапросторі, що стосуються включення у бренд країни українського фольклору, історії часів козаччини та Київської Русі, українських традиційних страв та особливої милозвучності мови.

За основу діючого логотипу взято латинську літеру U (рис. 5). Вона одночасно асоціюється з



**Рис. 5. Зображення туристичного бренду України**





Рис. 6. Туристичні логотипи міст України

Україною (U – перша літера назви країни англійською мовою), магнітом (символ привабливості) та смайликом (уособлює щирість і гостинність українського народу). Дві палички U символізують дві полярності, альтернативи, які зазвичай протиставляються, але в Україні уживаються разом [6].

Успіх України на міжнародному туристичному ринку нерозривно пов'язаний з удалим туристичним логотипом України, бо, незважаючи на протиріччя вітчизняних дизайнерів у тому, чи актуальним є його сьогоденне відображення, наявність логотипу є позитивною рушійною силою на міжнародному туристичному ринку. Основними перевагами українського логотипу є: впізнаваність туристичних товарів і послуг за кордоном, їх ідентифікація та зрозуміле розшифрування країни шляхом співставлення кольорів прапора та символіки держави.

Український брендинг мусить «приватизувати» літеру U (так само як «плюс», приватизований Швейцарією). Ми маємо за декілька років зробити все можливе, щоб ця літера асоціювалася з нашою країною – конкурентів у нас немає. Досвід туристичного бренду показав: це сильний графічний образ, від використання якого не можна відмовлятися [7].

Туристичні логотипи притаманні й українським обласним центрам, розглянемо деякі з них на рис. 6.

Серед усіх указаних на рисунку логотипів особливо виділяється яскрава туристична емблема міста Львова, і це не дивно, адже це місто в 2018 р. потрапило в титулований рейтинг Euromonitor International, тобто у ТОП-100 кращих туристичних дестинацій світу. Ця відзнака є першою в Україні. Львів у 2018 р. розмістив понад 2 млн 900 тис туристів та одержав прибуток від туристичної діяльності в обсязі 17 млрд грн.

Описані здобутки досягнуті завдяки вдалій політиці влади міста, зорієнтованій на вдосконалення туристичної інфраструктури, збільшення екскурсійних напрямків, розширення місткості гастрономічного та зеленого туризму. Розвиток туризму у Львові та області позитивно позначився на іміджі міста та призвів до поліпшення загального іміджу України.

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, в умовах ринкової економіки вирішальним чинником розвитку туристичної індустрії є залучення якомога більшого обсягу іноземних інвестицій. На формування інвестиційного клімату впливає вартість бренду кожної окремо взятої країни, візуалізацією якого є туристичний логотип. Модель удалого брендингу та впізнаваного логотипу представила культурна столиця України – Львів. На прикладі цього міста, що змогло розвинути малий та середній бізнес, збільшити кількість робочих місць та вдосконалити інфраструктуру завдяки збільшенню туристичних потоків, може розвинути власний культурно-туристичний потенціал уся Україна.

#### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму. *Наукові записки*. 2010. № 2. С. 48–56.
2. Бараш Ю.С. Розвиток залізничного туризму в Україні. *Вісник ДНУЗТ*. 2014. № 8. С. 7–11.
3. Данильчук В.Ф. Розвиток ринку туристичних послуг в умовах промислових регіонів України. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 15. С. 283–290.
4. Позиція України в рейтингу країн світу за Індексом глобальної конкурентоспроможності 2017–2018 : вебсайт. URL : <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingukrayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2> (дата звернення: 21.10.2019).

5. Державна служба статистики України : вебсайт. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 14.10.2019).

6. Туристичний бренд України: концепція, месенджі, графіка : вебсайт. URL : <http://wikicitynomica.org/future/turistichniy-brend-ukraini-kontseptsiya.html> (дата звернення: 21.10.2019).

7. Брендинг України: чотири відповіді на актуальні питання : вебсайт. URL : <https://uainfo.org/blognews/1526457187-branding-ukrayini-chotiri-vidpovidi-na-aktualni-pitannya.html> (дата звернення: 11.10.2019).

#### REFERENCES:

1. Bak G. (2010) Vprovadgennja innovatsij v sferi turyzmu [Implementation of innovations in tourism]. *Naykovi zapusku – Scientific notes*, no. 2, pp. 48–56.

2. Barash Yu. S. (2014) Rozvunok zaliznuchnoho nerizmu v Ukraini [Development of railway tourism in Ukraine]. *Visnuk DNUZT – Herald DNUZT*, 8, 7–11.

3. Danilchuk V. F (2011) Rozvutok runky tyrustuchnuh poslyh v umovah promuslovuh rehioniv Ukrainu [Development of the market of tourist services in the conditions of industrial regions of Ukraine]. *Visnuk DITB– Herald DITB*, 15, 283–290.

4. Ukraine's position in the Global Competitiveness Index 2017-2018, Available at: <http://edclub.com.ua/analitika/pozyciya-ukrayiny-v-reytingukrayin-svitu-za-indeksom-globalnoyi-konkurentospromozhnosti-2>. (accessed 21 October 2019).

5. State Statistics Service of Ukraine, Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (accessed 14 October 2019).

6. Tourism brand of Ukraine: concept, messaging, graphics, Available at: <http://wikicitynomica.org/future/turistichniy-brend-ukraini-kontseptsiya.html>. (21 accessed October 2019).

7. Branding of Ukraine: four answers to current questions, Available at: <https://uainfo.org/blognews/1526457187-branding-ukrayini-chotiri-vidpovidi-na-aktualni-pitannya.html>. (accessed 11 October 2019).