

3. Гордеев Ю. Продовольче забезпечення Росії (питання теорії і практики). – М.: Колос, 1999, – 176 с., с. 7.

4. Ифань У. Социально-экономические основы обеспечения продовольственной безопасности (на примере России и Китая). [Электронный ресурс] <http://www.socio.msu.ru/documents/science/theses/D.501.001.03/th.2010-03-29-1.doc>

5. Козловський С.В. Інструменти продовольчої безпеки та соціального захисту населення в умовах кризових явищ економік світу/ С.В.Козловський, Е.А. Кіреєва // Кримський економічний вісник. – 2012. – 1(01) грудень. – Частина 1 – С. 266-269.

6. Майовець Є.Й. Теорія аграрних відносин: навч. посіб. / Є.Й. Майовець. – К.: Центр навч. літ-ри. 2005. – 276 с.

7. Надвиничний С.А. Зарубіжний досвід державної підтримки сільського господарства / С.А. Надвиничний // Финансовые рынки и ценные бумаги. – 2011. – № 10. – С. 22-28.

8. Олійник В. Державне регулювання у сфері забезпечення продовольчої безпеки: зарубіжний досвід/ В. Олійник // Збірник наукових праць Державне управління та місцеве самоврядування. – 2012. – Вип. 1(12).

9. Сучасна земельна політика України / Юрченко А.Д., Греков Л.Д., Мірошніченко А.М., Кузьмін А.В. – К.: Інтертехнологія, 2009. – 260 с.

**Зарічнюк І.О.**

*студентка;*

**Турчак В.В.**

*кандидат економічних наук, доцент,*

*доцент кафедри економіки підприємства та міжнародної економіки,*

*Вінницький торговельно-економічний інститут*

*Київського національного торговельно-економічного університету*

## **ВПЛИВ ІМІДЖУ КРАЇНИ НА МІЖНАРОДНУ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ**

Для України вихід на шлях економічного зростання після багаторічної кризи є не просто бажаним, а необхідним з точки зору існування незалежної суверенної держави. На цьому шляху Україна має подолати величезні труднощі, пов'язані із стратегічними помилками, що мали місце в ході проведення економічних реформ, недостатністю фінансових ресурсів та відсутністю загальнонаціональної ідеї економічного відродження держави.

Обговорення фахівцями проблем економічного розвитку на найближчі роки показало, що в Україні немає єдності щодо можливих шляхів їх розв'язання, відсутнє уявлення про те, якою повинна бути країна і як досягти бажаних результатів. Єдине, що об'єднує різні думки – це бажання бачити Україну економічно сильною, конкурентоспроможною країною, займаючи вагоме місце в світі. Однак, конкурентоспроможність української економіки в міжнародних рейтингових агентствах з кожним роком знижується,

погіршуються інші показники: рівень життя, умови ведення бізнесу та інвестування.

Своєчасне рішення цієї проблеми здатне понизити соціальну напругу у суспільстві в умовах економічних реформ, сприяти зміцненню економічних позицій України в світі, залучити необхідні ресурси для розвитку нашої економіки. Дана проблема є досить актуальною для молодих демократичних держав, що виникли на пострадянському і постсоціалістичному просторі (у тому числі й для України), для яких завдання інтеграції до світового співтовариства, створення позитивного іміджу своїх країн ускладнюються проблемами внутрішніх суспільних перетворень.

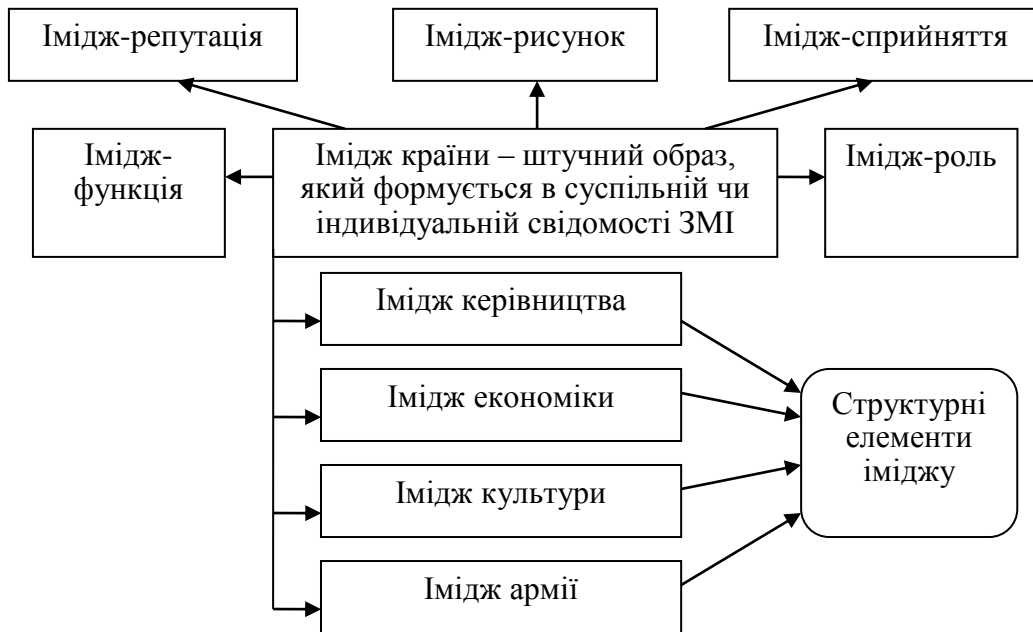
Різні аспекти розвитку та забезпечення конкурентоспроможності країни на міжнародному ринку виявлені в центрі досліджень таких закордонних вчених: М. Портера, Р. Левіна, Дж. Доніельса та інших. Дослідженням окремих факторів конкурентоспроможності економіки України присвятили свою діяльність вітчизняні науковці як: Жаліло Я., Захарченко Л.А., Крючкова І.В., Пасхавер Б.Н. та інші.

Метою даної статті є розгляд шляхів підвищення конкурентоспроможності країни як поєднання об'єктивних та суб'єктивних факторів оцінки; визначення ролі, значення та суттєвості впливу іміджу на конкурентоспроможність.

Забезпечення розвитку конкуренції є одним із найголовніших завдань економічної політики держави. Головними перешкодами на шляху забезпечення конкурентоспроможності національної економіки в глобальному середовищі є вузькість внутрішнього ринку, фіскальна спрямованість грошової політики, поширення корупції, тонізація економіки, відсутність достатнього фінансування науки, стимулів інвестиційно-інноваційної діяльності, недостатнє забезпечення та захист конкурентних переваг вітчизняних товаровиробників [1, с. 70].

Виходячи з цього, стан конкурентоспроможності країни визначається як її конкурентна позиція у певній сукупності країн, тобто визначається як її конкурентоспроможність порівняно з конкурентоспроможностями формуючих сукупність країн [2, с. 29].

Імідж країни в соціально-економічному аспекті являє собою нематеріальний актив, який створюється і розвивається під впливом цілого ряду факторів (рис. 1).



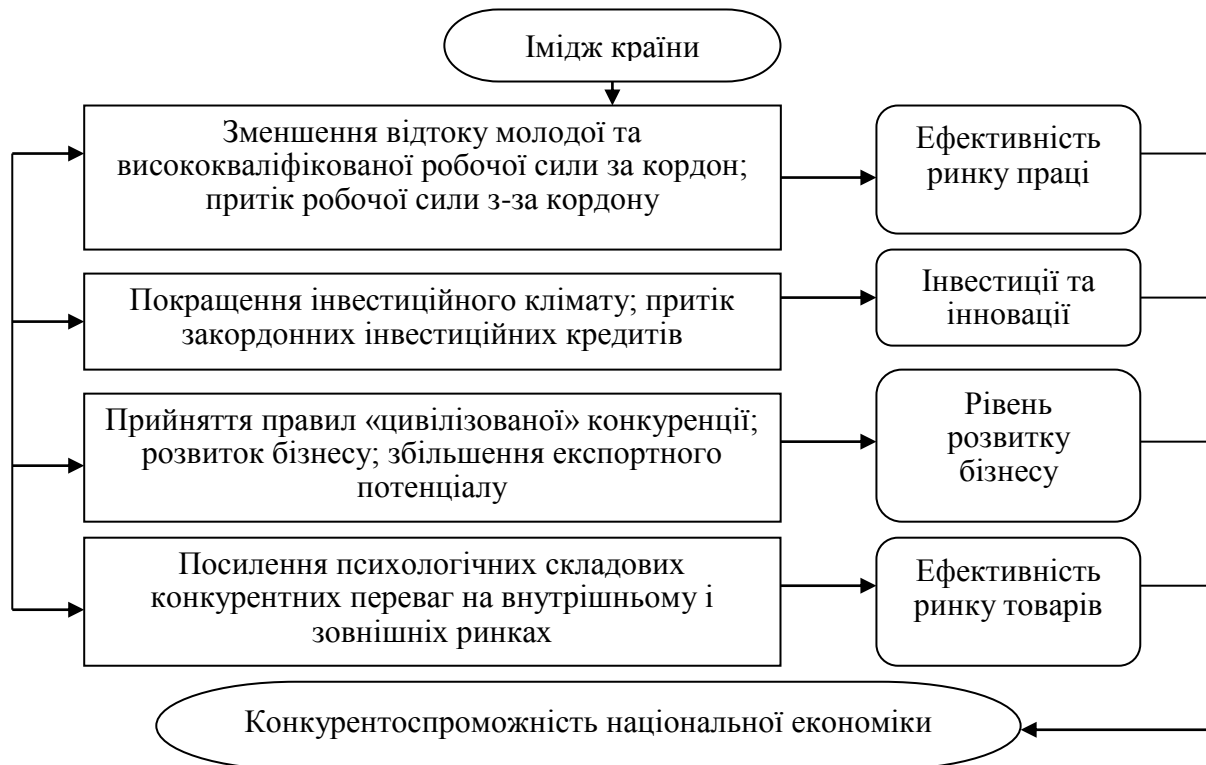
**Рис. 1. Структурні елементи іміджу країни**

Існує певна різниця між тим, що роблять в Україні в галузі створення іміджу, і як вибудовується сприйняття нашої країни ззовні. Основні елементи іміджу України, на жаль, ніяк не пов'язані з спеціальними державними програмами і спеціалізованою активністю в цій сфері.

Представляється, що імідж країни складається з внутрішнього та зовнішнього іміджу, які доповнюють і взаємно впливають один на одного.

Внутрішній імідж – сприйняття образу країни, економічних і соціальних відносин всередині країни через призму суб'єктивної думки. Взаємодія суб'єктивних образів створює суспільну думку – імідж. Зовнішній імідж – погляд на країну, її населення, економіку, її престиж з-за кордону.

Підвищення внутрішнього іміджу країни призведе до привабливості, впевненості в успіху трудової діяльності, кар'єрі, науці. Наслідком цього стане зменшення еміграції кваліфікованих працівників, проток робочої сили з-за кордону. Механізм впливу іміджу країни на конкурентоспроможність економіки представлений на рис. 2.



**Рис. 2. Вплив іміджу країни на конкурентоспроможність національної економіки [3]**

Досить важливим в процесі створення іміджу будь-якої країни є оцінка цього іміджу ззовні, тобто, так би мовити, особливості зовнішнього іміджу. Адже саме враховуючи зауваження та побажання представників неукраїнської спільноти, можна визначити, над чим саме потрібно працювати в процесі імідж-білдингу країни [4].

Для створення, зміни та поширення ефективного іміджу країни необхідно витратити 15-20 років на цілеспрямовану та скоординовану діяльність у зазначеному напрямку:

- налагодити співробітництво та залучення представників урядових структур, бізнесових кіл, представників культури, освіти та засобів масової комунікації;
- дослідити сприйняття країни власним населенням та міжнародною спільнотою (яка виступає основним об'єктом іміджу), використовуючи кількісні та якісні методи дослідження;
- проконсультуватися з лідерами думок (opinion leaders) щодо слабких та сильних національних рис країни та порівняти з результатами дослідження;
- створити систему, яка б пов'язувала організації та відділи, що можуть бути частиною іміджу [5].

Отже, для того, щоб задіяти весь іміджевий потенціал нашої держави, необхідні продумана державна інформаційна політика й чітко сплановані іміджеві кампанії. Вдале поєднання внутрішньої та зовнішньої складової іміджу дасть можливість скорегувати негативний імідж України та створити підстави для формування позитивного іміджу.

Таким чином, імідж країни має конкретний економічний склад, який виражається в його безпосередньому впливі на конкурентоспроможність

національної економіки. На жаль, показник іміджу нашої країни має тенденцію до зниження. Для подолання цієї тенденції необхідна не тільки пропаганда країни, її культури, природної краси, музики, туристичних можливостей, але й науково-технічних досягнень.

#### **Список використаних джерел:**

1. Сергеева О.Р. Конкурентоспроможність українських підприємств в сучасних умовах глобалізації / О.Р. Сергеева // Економіка&держава. – 2014. – № 8. – С. 69-71.
2. Радзівська С.О. Конкурентоспроможність та інтеграційні перспективи України / С.О. Радзівська. – К.: Знання України, 2012. – 344 с.
3. Крючкова В.І. Конкурентоспроможність економіки України: стан і перспективи підвищення / За ред. д-ра екон. наук І.В. Крючкової. – К.: Основа, 2009. – 488 с.
4. Петрушенко Ю.М. Культурний імідж як елемент ефективного експортного маркетингу / Ю.М. Петрушенко, Т.А. Голець // Механізм регулювання економіки. – 2012. – № 4. – С. 114-121.
5. Дунська А.Р. Управління міжнародною конкурентоспроможністю вітчизняних підприємств на інноваційній основі / А.Р. Дунська // Актуальні проблеми економіки. – 2012. – № 7. – С. 104-109.

**Царук В.Б.**

*студентка,*

Науковий керівник: **Корж М.А.**

*старший викладач кафедри економічної теорії,*

*Національний університет державної податкової служби України*

## **ЗАЛУЧЕННЯ ТА ВИКОРИСТАННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В ЕКОНОМІКУ УКРАЇНИ**

Важливу роль в розвитку національної економіки відіграють іноземні інвестиції. Залучення коштів іноземних інвесторів сприяє активізації інвестиційного процесу, впровадженню нових технологій, використанню передового зарубіжного досвіду, розвитку малого і середнього бізнесу, зростанню інвестиційного потенціалу територій та ін.

Проблема залучення інвестицій до економіки України на даний момент вирішується в умовах кризи, коли попит на інвестиції значно перевищує їх пропозицію, а при практично повній відсутності власних засобів дедалі гостріше постає питання нестачі інвестиційних ресурсів для розвитку провідних ланок економіки.

На сучасному етапі становлення вітчизняної економіки досить вагому роль відіграють прямі іноземні інвестиції.

В науковій літературі вивченням проблем іноземних інвестицій займалися наступні вчені: Р. Вернона Дж. Даннінга, Г. Клодта, П. Каймбаха, Й. Пензеля, Н. Пайна, А. Рагмена, Г. Райтера, С. Томсона, Х. Шермана,