

групи цільової аудиторії. Зокрема, зрізів і підгруп відповідної цільової аудиторії, на які варто орієнтуватися під час формування та корекції іміджу певної території, як правило, існує досить багато: міжнародні й вітчизняні співтовариства; представники органів публічного управління; українські та іноземні покупці; представники вітчизняного й міжнародного бізнесу тощо.

Провідну роль у формуванні іміджу території відіграють ЗМІ. Значення їх зростає, якщо існує потреба свідомого відтворення або зміни іміджу. До того ж штучний імідж часто не відтворює, наприклад, основних економічних і соціальних особливостей, реальних проблем відповідної території, принципів ведення бізнесу, що існують у межах відповідної адміністративно-територіальної одиниці, особливостей життя суспільства тощо. І, навпаки, бувають випадки, за яких певна реальна особливість території в перекрученому вигляді може перетворитися на ключову характеристику об'єкта [1].

Доцільно зауважити, що до факторів формування інвестиційної привабливості варто зарахувати сили, що забезпечують формування переваг для відповідної території в процесі боротьби за обмежене коло інвестиційних ресурсів. У науці існує класичний підхід до диференціації факторів формування інвестиційної привабливості на інституціональні, економічні та соціальні, які існують на мікро-, мезо- й макрорівнях. З огляду на мету дослідження, імідж держави варто визначити до макроекономічного фактору формування інвестиційної привабливості.

В Україні інвестиційна діяльність відбувається за участю держави. У нашій державі існує інвестиційне законодавство, яке адаптовано до норм і вимог ЄС. Сьогодні діє більше ніж п'ятдесят міжнародних угод, предметом яких є захист інвестиційної діяльності та сприяння розвитку такої діяльності. Але зазначені переваги мають здебільшого теоретичний характер, оскільки на практиці реальну підтримку інвестиційних проектів із боку органів публічного управління відчують здебільшого керівники вітчизняних підприємств, інтереси яких лобіюються на вищих рівнях влади.

Маємо зазначити, що сьогодні в межах структур Секретаріату Президента України, Кабінету Міністрів України та Верховної Ради України під найменуваннями «прес-служба» функціонують відділи й підрозділи, що здійснюють відповідні функції зв'язків із громадськістю. Ці відділи й підрозділи функціонують у структурах відповід-

них міністерств і відомств, що мають різні найменування: прес-центр, управління інформації та зв'язків із громадськістю, управління з питань внутрішньої політики, прес-служба тощо. Головним завданням діяльності вищезазначених підрозділів зв'язків із громадськістю є формування позитивного іміджу та сприяння доброзичливому ставленню суспільства до новостворених інститутів суспільства. Сама наявність таких структурних одиниць уже вказує на наявність відповідних позитивних факторів і перспектив у процесі формування позитивного іміджу держави.

Ще одним позитивним фактором у процесі формування позитивного іміджу нашої держави є надання інвесторам відповідних державних гарантій під час здійснення ними інвестиційної діяльності.

Наприклад, згідно зі ст. 397 Господарського кодексу України, для забезпечення стабільності правового режиму іноземного інвестування встановлюються такі гарантії для іноземних інвесторів:

- застосування державних гарантій захисту іноземних інвестицій у разі зміни законодавства про іноземні інвестиції;
- гарантії щодо примусового вилучення, а також від незаконних дій органів влади та їхніх посадових осіб;
- компенсація й відшкодування збитків іноземним інвесторам;
- гарантії в разі припинення інвестиційної діяльності;
- гарантії переказу прибутків і використання доходів від іноземних інвестицій;
- інші гарантії здійснення інвестиційної діяльності [2].

До негативних факторів формування позитивного іміджу держави можна зарахувати збереження сучасних тенденції інвестування лише в ті проекти, котрі приносять швидкий прибуток. Через те, що ключовим мотивом інвестиційної діяльності, як вітчизняної, так й іноземної, є прибуток, вітчизняні інвестори, так само, як й іноземні, не прагнуть інвестувати в розвиток державної економіки, в її модернізацію або ж у вдосконалення певних управлінських процесів. Тут варто додати такий фактор, як високий ризик інвестування внаслідок економічної та політичної нестабільності. Через це будь-який інвестор намагається прискорити процес виведення власного прибутку з держави. Це позначається на вітчизняних підприємствах, які прагнуть значного надходження іноземних капіталів і модернізації.

зауважити, що зазначені розробки в розвинених державах є досить поширеними. Спеціалізовані наукові центри сьогодні працюють над розв'язанням таких проблемних ситуацій.

Відсутність суттєвого покращання інвестиційного клімату змушує іноземних інвесторів утримуватися від уходження на український ринок. Погіршення ситуації на світовому ринку робить іноземних інвесторів більш неохочими до ризику, концентруючи їхню увагу на якості інвестиційного клімату країни-реципієнта. Хоча високий ступінь відкритості української економіки разом із макроекономічною стабілізацією та прогнозованим з боку Уряду зростанням реального ВВП на 6% створюють для потенційних інвесторів привабливу картину України, саме якість багатьох складників інвестиційного клімату відіграє вирішальну роль у залученні іноземних інвестицій [7, с. 41].

Спираючись на висновки за результатами аналізу й узагальнення методологічних підходів до оцінювання інвестиційної привабливості та інвестиційного клімату, вважаємо за доцільне запропонувати власний структурно-методологічний підхід у процесі формування інвестиційного іміджу відповідного територіального об'єкта, що враховував би особливості всіх цільових груп інвесторів. Ключовим аспектом пропонованого підходу є наявність можливості коригування іміджу, внесення змін в іміджеву програму.

Зазначений підхід поділено на три ключові етапи: підготовчий етап, етап розроблення й етап реалізації.

На першому, підготовчому, етапі першим кроком є оцінювання іміджу відповідного територіального об'єкта за допомогою проведення SWOT-аналізу. Тут виявляються сильні та слабкі сторони, конкурентні переваги й недоліки та аналізуються внутрішні й зовнішні фактори навколишнього середовища. SWOT-аналіз традиційно розглядається також у теорії таких дисциплін, як маркетинг, менеджмент та економічний аналіз. SWOT-аналіз – це метод стратегічного планування, що полягає у виявленні факторів внутрішнього й зовнішнього середовища організації та поділі їх на чотири категорії: Strengths (сильні сторони), Weaknesses (слабкі сторони), Opportunities (можливості) і Threats (загрози) [228]. Сильні (S) і слабкі (W) сторони є факторами внутрішнього середовища об'єкта аналізу. Можливості (O) та загрози (T) є факторами зовнішнього середовища, тобто тим, що може вплинути на об'єкт ззовні й при цьому не контролюється об'єктом.

Отже, SWOT-аналіз застосовується до об'єктів різного масштабу й не тільки в галузях, у яких існує спрямованість на збільшення прибутку, а й у сферах, де цілі мають складний соціальний чи соціально-економічний характер. У дослідженні ми спиралися на SWOT-аналіз під час аналізу інвестиційного потенціалу відповідних територіальних об'єктів для вдосконалення механізму інвестиційної привабливості щодо залучення іноземних інвестицій в економіку держави.

Другим кроком на підготовчому етапі має стати діагностика привабливості відповідного територіального об'єкта для різних цільових груп інвесторів, які, у свою чергу, поділено на внутрішні та зовнішні цільові групи.

Наступним кроком є виявлення проблемних місць стосовно формування іміджу відповідного територіального об'єкта для кожної із цільових груп.

Останнім процесом у підготовчому етапі є залучення до розроблення іміджевої програми зацікавлених і здатних вплинути на остаточний результат структур, організацій, підприємств та окремих осіб.

На етапі розроблення ми передусім розробляємо комплекс заходів у межах іміджевої програми, прив'язаних до певного періоду часу й забезпечених необхідними ресурсами.

І на останньому етапі маємо такі три кроки: першим буде реалізація заходів іміджевої програми; другим є контроль реалізації заходів іміджевої програми; третім є оцінювання ефективності іміджевих заходів. Наприклад, за результатами останнього кроку третього етапу в нас залежно від отриманих результатів виникає можливість коригування іміджу, внесення змін до іміджевої програми, що розробляється на другому етапі.

Під час реалізації будь-якої програми вагомим організаційною умовою щодо залучення інвестицій є формування високого рівня поінформованості й політика відкритості через інформаційний простір. Варто розробляти доктрину інформаційної політики в контексті прагнень до розширення поінформованості про інвестиційний потенціал та умови для інвесторів. Для цього потрібно активно використовувати інтернет-простір. Спеціально сформовані сайти для інвесторів мають надавати повну картину організаційних умов, що використовуються в державі для залучення інвестора. Висвітленню має підлягати досвід ефективного інвестування із зазначенням конкретних соціально-економічних зисків, отриманих у результаті вже реалізованих інвестиційних проєктів. Окрім того, доступним для громадськості

й потенційних інвесторів має бути актуальний перелік інвестиційних пропозицій.

Висновки з дослідження та перспективи подальших розвідок у цьому напрямі. Отже, однією з вагомих організаційних умов для залучення інвестицій варто визнати створення інформаційної та консультативної мереж. Основним

завданням першої буде висвітлення інформації про діяльність органів влади з метою підвищення рівня довіри й контрольованості її роботи; про можливості розміщення інвестицій і проведення промоції на різних міжнародних заходах – виставках, семінарах, консилиумах, симпозиумах, під час проведення офіційних візитів і зустрічей.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Важенина И.С. Теоретико-методологические основы определения сущности репутации территории. Екатеринбург: Ин-т экономики УрО РАН, 2006. 326 с.
2. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січ. 2003 р. № 436-IV. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
3. Оніщенко І.О. Інвестиційна привабливість України: проблеми та шляхи їх вирішення. *Траектория науки*: електрон. науч. журн. 2016. № 3 (8). С. 289–295.
4. Иващук І.О. Мотиваційні фактори формування інвестиційного клімату регіону. *Фінанси України*. 1998. № 1. С. 72–77.
5. Агеенко А.А. Методологические подходы к оценке инвестиционной привлекательности отраслей экономики региона и отдельных хозяйствующих субъектов. *Вопросы статистики*. 2003. № 6. С. 48–51.
6. Солдатенков В.В., Федоренко С.В. Аналіз інвестиційного клімату України. *Економіка та держава*. 2005. № 5. С. 17–20.
7. Данилишин Б.М., Корецький М.Х., Дацій О.І. Інвестиційна політика в Україні: монографія / Рада по вивч. продукт. сил НАН України. Донецьк: Юго-Восток, 2006. 290 с.

Федоров Гліб Омелянович

ОСОБЛИВОСТІ ЦИВІЛЬНО-ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УКРАЇНІ

Наукова стаття присвячена дослідженню цивільно-правового регулювання інвестиційної діяльності в Україні. У статті на основі комплексного науково-методологічного аналізу й дослідження різних підходів учених до вказаної проблематики виокремлено власний структурно-методологічний підхід у процесі формування інвестиційного іміджу відповідного територіального об'єкта, що враховував би особливості всіх цільових груп інвесторів. Ключовим аспектом пропонуваного підходу є наявність можливості коригування іміджу, внесення змін в іміджеву програму. Зазначений підхід поділено на три ключові етапи: підготовчий етап, етап розроблення й етап реалізації.

Ключові слова: інвестиційна діяльність, цивільно-правове регулювання, державне регулювання, державне управління, іноземні інвестиції.

Федоров Глеб Емельянович

ОСОБЕННОСТИ ГРАЖДАНСКО-ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ

Научная статья посвящена исследованию гражданско-правового регулирования инвестиционной деятельности в Украине. В статье на основе комплексного научно-методологического анализа и исследования различных подходов ученых к этой проблематике выделен собственный структурно-методологический подход в процессе формирования инвестиционного имиджа соответствующего территориального объекта, который учитывал бы особенности всех целевых групп инвесторов. Ключевым аспектом предлагаемого подхода является наличие возможности корректировки имиджа, внесение изменений в имиджевую программу. Указанный подход разделен на три ключевых этапа: подготовительный этап, этап разработки и этап реализации.

Ключевые слова: инвестиционная деятельность, гражданско-правовое регулирование, государственное регулирование, государственное управление, иностранные инвестиции.

Fedorov Gleb

FEATURES OF CIVIL LEGAL REGULATION OF INVESTMENT ACTIVITY IN UKRAINE

The scientific article is devoted to the study of civil law regulation of investment activity in Ukraine. It was found out that the factors that make up investment attractiveness are the forces that provide the formation of preferences for the respective territory in the struggle for a limited range of investment resources. In science, there is a classical approach to the differentiation of factors of formation of investment attractiveness for institutional, economic and social, which exist at the micro, meso- and macro levels. Given the purpose of research, the image of the state should be determined by the macroeconomic factor of the formation of investment attractiveness.

In Ukraine, investment activity takes place with the participation of the state. In our country, there is an investment law that has been adapted to EU norms and requirements. To date, there are more than fifty international agreements, the subject of which is the protection of investment activities and the promotion of such activities. But these benefits are mostly theoretical, since in practice, real support for investment projects by public authorities is mostly felt by managers of domestic enterprises whose interests are lobbied at higher levels of government.

It is proved that the investment attractiveness of the region is a necessary and important prerequisite for the formation of a favorable investment climate. There are many approaches to assessing the investment attractiveness

of the regions. Indicators of investment attractiveness are different. However, it should be noted that these developments in developed countries are quite common. Specialized research centers are currently working on solving such problem situations.

In the article, taking into account the complex scientific and methodological analysis and research of different approaches of scientists in relation to the identified problem, the own structural and methodological approach in the process of forming the investment image of the corresponding territorial object is taken into account, taking into account the features of all target groups of investors. A key aspect of the proposed approach is the possibility of adjusting the image, making changes to the image program. This approach is divided into three key stages: the preparatory stage, the development phase and the implementation phase.

Key words: investment activity, civil law regulation, state regulation, public administration, foreign investments.