

Заяць О. І.

*доктор економічних наук,
професор кафедри міжнародних економічних відносин
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Стебляк Д. М.

*доктор філософії,
доцент кафедри міжнародної політики
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Пачкал К. Є.

*магістр
Державного вищого навчального закладу
«Ужгородський національний університет»*

Zayats Olena

*Doctor of Economic Sciences,
Professor of the Department of International Economic Relations
Uzhhorod National University*

Steblyak Diana

*Doctor of Philosophy,
Associate Professor of the Department of International Politics
Uzhgorod National University*

Pachkal Kamila

*Master
Uzhgorod National University*

ІНВЕСТИЦІЙНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІДПРИЄМСТВА В МІЖНАРОДНОМУ БІЗНЕСІ

Анотація. В роботі розглянуто особливості інвестиційної привабливості підприємства в міжнародному бізнесі. Визначено, що підприємства, які працюють на внутрішньому ринку, шукають можливості посилення власного потенціалу діяльності і вихід за національні межі. Розглянуто основні фактори, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства в міжнародному бізнесі. Визначено, що ефективне управління інвестиційною привабливістю може мати значущий вплив на розвиток та рентабельність підприємства. Обґрунтовано, що перед вступом в міжнародний бізнес, підприємство повинно провести докладний стратегічний аналіз інвестиційного клімату та конкурентного середовища в конкретній країні чи регіоні. У статті розглядається ряд ключових аспектів, які визначають інвестиційну привабливість підприємства в контексті міжнародного бізнесу. Здійснено аналіз факторів, таких як економічна стабільність, ринковий потенціал, конкурентоспроможність, інфраструктура, податкова політика та інші, які роблять підприємство привабливим для іноземних інвесторів.

Ключові слова: інвестиції, інвестування, інвестиційна привабливість, підприємства, міжнародний бізнес, інвестиційна привабливість підприємств.

Вступ та постановка проблеми. Питання інвестиційної привабливості підприємства в міжнародному бізнесі набуває особливої актуальності. Зростання темпів експорту продукції підприємств та лідерство певних українських виробників на світових ринках зумовлюють потреби дослідження інвестиційної привабливості як підприємств, так і їх продукції. На сьогодні від правильного позиціонування підприємства залежить імідж та успіх компанії на зовнішньому ринку. Інвестиційна привабливість потребує ретельного теоретико-практичного вивчення, адже існують проблеми відсутності достатніх ґрунтовних досліджень цього питання вітчизняними науковцями, а відповідно немає підґрунтя для практичної реалізації цієї складової політики підприємства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема інвестиційної привабливості підприємства в міжнародному бізнесі займається велика кількість дослідників, адже інвестиційна програма становить невід'ємну частину збутової політики компанії. Зокрема, слід виділити

дослідження Кошарної П.С. [2] щодо формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства. Працю Бондар О.І. [1] – щодо особливостей формування маркетингової стратегії підприємства під час здійснення зовнішньоекономічної діяльності. У праці Петрик О.О. [3] проаналізовано формування стратегії конкурентного позиціонування підприємства на зарубіжному ринку.

Метою статті є аналіз особливостей та виокремлення перспектив інвестиційної привабливості підприємства в міжнародному бізнесі.

Результати дослідження. Наростання глобалізаційних процесів, зростаюча взаємодія між країнами та створення єдиного світогосподарського простору обумовлюють якісні та кількісні трансформації товарних ринків, супроводжуються посиленням конкуренції на міжнародних ринках. Це, у свою чергу, обумовлює значний динамізм міжнародної торгівлі і сприяє активній інтернаціоналізації бізнесу. Підприємства, які працюють на внутрішньому ринку, шукають можливості посилення влас-

ного потенціалу діяльності і вихід за національні межі. У зв'язку з цим, значної актуальності набувають питання пошуку привабливих міжнародних ринків для ведення міжнародної підприємницької діяльності та формування ефективних ринкових стратегій діяльності підприємств на міжнародних ринках.

Ефективне функціонування підприємств в ринкових умовах неможливо без такого важеля для управління попитом як просування продукту, який відноситься до набору дій для здійснення комунікації з цільовою аудиторією, щоб спонукати їх купувати товар, за для стимулювання продажів товару на ринку. Кожна компанія в розробці комунікаційних програм вибирає набір інструментів для просування продукту. Внесок кожного з них в загальній вартості комунікаційних компаній, щоб визначити структуру витрат на просування, яке змінюється в часі і просторі, в залежності від типу бізнесу. Структура просування являє собою комбінацію видів просування (реклама, особистий продаж, просування, стимулювання збуту) в єдину систему просування продукту [7, с. 149].

Інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі визначається різними факторами, які роблять його привабливим для інвесторів з інших країн. Нижче перераховані деякі з основних факторів, що впливають на інвестиційну привабливість підприємства в міжнародному бізнесі:

1. Економічна стабільність: Країни з низьким рівнем політичних і економічних ризиків приваблюють інвесторів. Стабільність валюти, інфляції та економічної ситуації сприяє інвестуванню.

2. Ринковий потенціал: Підприємство має бути розташоване в країні з великим ринковим потенціалом або мати доступ до великих ринків через торговельні угоди та зв'язки.

3. Конкурентоспроможність продукції або послуг: Якість і ціна продукції чи послуг повинні конкурувати на міжнародному ринку.

4. Інфраструктура: Наявність розвинутої та ефективної інфраструктури, такої як транспортна мережа, енергетична система та інші фактори, є важливою.

5. Податкова та регуляторна політика: Підприємство повинно забезпечити сприятливі податкові умови для інвесторів та дотримуватися відповідних правил та нормативів.

6. Доступ до робочої сили: Наявність кваліфікованої робочої сили та можливість доступу до неї є важливим фактором.

7. Інноваційний потенціал: Здатність до інновацій та досліджень і розвитку може зробити підприємство більш привабливим для інвесторів.

8. Легкість бізнес-проведення: Процедури реєстрації бізнесу, отримання дозволів та інші адміністративні процедури повинні бути спрощеними та ефективними.

9. Ризикові фактори: Важливо враховувати ризики, пов'язані з політичними, економічними та соціальними аспектами в країні, де розташоване підприємство.

10. Доступ до фінансування: Інвестори також враховують можливість отримати фінансову підтримку та доступність кредитних ресурсів.

Залежно від конкретної галузі та регіону, ці фактори можуть мати різне значення. Важливо провести докладний аналіз інвестиційного клімату та конкурентного середовища перед вступом в міжнародний бізнес.

Проаналізуємо обсяги припливу ПІІ до 5 найбільших приймаючих країн у 2020–2021 роках (рис. 1).

Як видно з рисунку 1, на першому місці знаходились США з показником 367 млрд дол. США у 2021 році, на другому місці Китай із показником 181 млрд дол. США. Гонконг (Китай) продемонстрував показник 141 млрд дол. США у 2021 році, Сингапур – 99 млрд дол. США, а Канада – 60 млрд дол. США.

У рейтинговій таблиці 1 представлений перелік економік з підтверженою оцінкою ПІІ по номінальному (абсолютному) значенням, вираженого в доларах США в поточних цінах (без поправки на інфляцію). Негативні значення показника ПІІ деяких економік означають, що експорт інвестицій випереджає їх імпорт, або відтік інвестицій з економіки перевищує їх приплив в економіку.

Таблиця 1

Глобальний рейтинг країн за рівнем прямих іноземних інвестицій, 2022 р.

Рейтинг	Економіка	Розмір ПІІ (\$ млн)
1	Сполучені Штати Америки	298,265,265,326
2	Китай	256,845,256,162
3	Сингапур	125,462,558,685
4	Німеччина	95,324,158,523
5	Гонконг	92,285,485,046

Джерело: [8]

Як показано в таблиці, в глобальному рейтингу країн і територій світу за рівнем прямих іноземних інвестицій станом на 2022 рік Сполучені Штати Америки займали перше місце, а Китай займав друге місце.

Так, маркетинг на міжнародній арені є дуже складним явищем, охоплює не лише збут, а й виробництво, інновації, фінанси, постачання, а також вимагає розуміння соціальних, культурних і економіко-правових умов цієї території. Найчастіше різниця між країнами найбільш помітна через порівняння структури каналів розподілу, систему зберігання товарів, митних правил, що у свою чергу різко підвищує рівень ризикованості підприємницької діяльності.

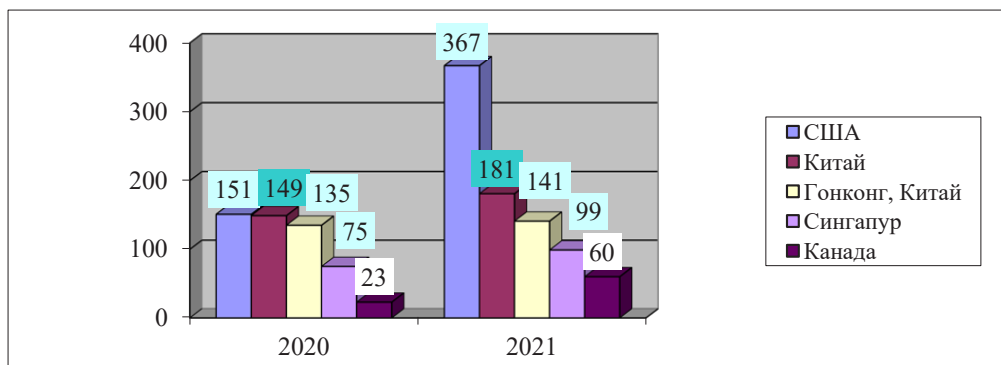


Рис. 1. Приплив ПІІ до 20 найбільших приймаючих країн у 2020–2021 роках, млрд дол. США

Джерело: складено за даними [9]

Для того, щоб розробити стратегію при реалізації товару на іноземних ринках, підприємствам необхідно реалізувати наступні етапи:

- визначити ринкову концепцію товару та прорахувати можливі ризики на вході до ринку країни;
- виявити наявні незадоволені потреби споживачів на ринку країни;
- сформулювати маркетингову стратегію підприємства;
- оцінити можливості реалізації поданої стратегії;
- визначити найтипівіші форми реалізації стратегії.

Актуальною проблемою є те, що більшість підприємств у процесі формування стратегій зустрічаються з проблемою адаптації до нових ринкових умов. Це зумовлено тим, що підприємство не може ефективно використати власний ресурс, достовірно проаналізувати ринок та відшукати в ньому свою нішу, в результаті чого зазнає втрат.

Для успішності на зовнішніх ринках, необхідно вжити більш активні і узгоджені заходи. За кордоном споживачі більш вимогливі до якості послуг, реклами та інших факторів. У розвинених країнах, більш жорсткі стандарти, різні нормативно правові аспекти використання продуктів та обладнання. Вагомим є той факт, що в капіталістичних країнах існує вже давно жорстка конкуренція між підприємствами, які виробляють один і той же тип продукту. І для освоєння цих ринків необхідно випускати якісну продукцію. Дослідження іноземних ринків набагато складніше, ніж вітчизняного. Зрештою, наші підприємства не мають за кордоном надійних джерел маркетингової інформації, спеціалізованих фірм, консультантів та інших посередників. Це призводить до значної нестачі достовірної інформації, а також в результаті вироблена продукція не завжди задовольняє попит зарубіжних споживачів. Міжнародний маркетинг, як правило, вимагає використання незвичних форм управління, гнучких і дуже творчих підходів для просування продукції на зарубіжних ринках. Мова йде про підтримку прямих контактів з зарубіжними покупцями або дії за посередництвом компанії; збереження або експорт товарів; використання лізингу (доставка товарів в оренду) як засіб для стимулювання експорту або обмеження продажів традиційних продуктів [7, с. 150].

Інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі є дуже важливою в умовах євроінтеграції, адже цей процес відкриває нові можливості та виклики для підприємств на міжнародному ринку. Ось декілька ключових причин, чому інвестиційна привабливість стає особливо важливою в контексті євроінтеграції:

1. Збільшення конкуренції: Вступ до європейського ринку вимагає підприємств більшої конкурентоспроможності, а отже, інвестування в покращення якості продукції і послуг стає важливим для збереження інтересів на ринку.

2. Залучення іноземних інвестицій: Євроінтеграція може привернути іноземні інвестори, які шукають можливості в новому регіоні. Інвестиції можуть сприяти розвитку та розширенню підприємств.

3. Доступ до нових ринків: Євроінтеграція відкриває доступ до європейських ринків для підприємств. Привабливість для інвесторів може підвищити можливості підприємства на цих ринках.

4. Сприяння інноваціям та розвитку: Євроінтеграція може стимулювати розвиток інноваційних рішень та технологій, інвестиції в які можуть підвищити конкурентоспроможність.

5. Політична та економічна стабільність: Залучення іноземних інвестицій передбачає політичну та економічну стабільність, тому створення стабільних умов для інвестицій стає пріоритетом.

6. Підвищення стандартів управління: Євроінтеграція може вимагати підвищення стандартів управління, фінансової звітності та корпоративного управління, що також може збільшити інвестиційну привабливість.

У відповідь на ці виклики підприємства повинні активно працювати над забезпеченням своєї інвестиційної привабливості, сприяючи сталому росту та розвитку в умовах євроінтеграції.

Так, інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі є критичним фактором для його успіху та здатності залучати іноземні інвестиції. Розуміння та ефективне управління інвестиційною привабливістю може мати значущий вплив на розвиток та рентабельність підприємства. Основні висновки на цю тему включають таке:

1. Мультифакторність привабливості: Інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі обумовлюється різними факторами, включаючи економічну стабільність, ринковий потенціал, конкурентоспроможність, інфраструктуру, податкову політику, робочу силу, інноваційний потенціал, легкість бізнес-проведення та ризикові фактори.

2. Важливість стратегічного аналізу: Перед вступом в міжнародний бізнес, підприємство повинно провести докладний стратегічний аналіз інвестиційного клімату та конкурентного середовища в конкретній країні чи регіоні.

3. Зниження ризиків: Розуміння ризиків, пов'язаних з інвестиціями в іноземному бізнесі, і прийняття заходів для їх зменшення чи управління є важливим аспектом привабливості підприємства.

4. Важливість сприятливого регулювання: Чітке і прозоре регулювання і правова система можуть збільшити інвестиційну привабливість, дозволяючи інвесторам відчувати себе захищеними та облікованими.

5. Розвиток партнерств і зв'язків: Встановлення міжнародних партнерств і зв'язків може сприяти залученню іноземних інвестицій та розвитку підприємства.

6. Динамічність і адаптивність: Інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі може змінюватися з часом, тому важливо бути динамічним та адаптивним у відповіді на умови ринку та економічні фактори які змінюються.

Загалом, інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі вимагає комплексного підходу та ретельного аналізу. Вона може бути вирішальною для привернення іноземних інвестицій та досягнення успіху на міжнародному ринку.

Інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі стає ще більш важливою в умовах повномасштабного вторгнення Росії в Україну. Ця ситуація створює серйозні виклики і загрози для українського бізнесу, а також можливості для розвитку. Ось деякі аспекти, які стають актуальними:

1. Зовнішні ризики: Повномасштабне вторгнення Росії в Україну призводить до збільшення зовнішніх ризиків для українського бізнесу. Інвестори можуть бути обережнішими щодо інвестицій в регіон, де існують конфліктні ситуації.

2. Політична та економічна нестабільність: Воєнна ситуація та політичні турбулентності можуть призвести до нестабільності в економіці. Підприємства повинні бути готові до адаптації до змін.

3. Залучення іноземних інвестицій: Залучення іноземних інвестицій може допомогти Україні зміцнити свою позицію в умовах конфлікту. Інвестиції можуть бути спрямовані у проекти, що підтримують економіку та інфраструктуру.

4. Запобігання ризикам: Підприємства повинні активно працювати над запобіганням ризикам та розробляти стратегії управління ними. Це включає в себе диверсифікацію

ринків, пошук нових можливостей та укладення стратегічних партнерств.

5. Стабільність правової системи: Забезпечення стабільності правової системи та прав захисту інвесторів стає критично важливим для привернення іноземних інвестицій.

Усі ці фактори підкреслюють важливість інвестиційної привабливості для України в умовах геополітичних та економічних викликів. Залучення іноземних інвестицій може стати одним із інструментів для підтримки економіки та зміцнення позиції країни на міжнародному ринку.

Висновки. Отже, інвестиційна привабливість підприємства в міжнародному бізнесі є критично важли-

вим фактором для привернення іноземних інвестицій та успішного функціонування на міжнародному ринку. Вона обумовлюється різними факторами, включаючи економічну стабільність, ринковий потенціал, конкурентоспроможність, інфраструктуру, податкову політику, робочу силу, інноваційний потенціал, легкість бізнес-проведення та ризикові фактори. Для забезпечення інвестиційної привабливості підприємству необхідно провести докладний аналіз, врахувати різні аспекти та розробити стратегії для мінімізації ризиків і привертання іноземних інвесторів. Інвестиційна привабливість є ключовим фактором для міжнародного росту та розвитку підприємства.

Список використаних джерел:

1. Бондар О.І. Особливості формування маркетингової стратегії підприємства при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. *Вісник студентського наукового товариства «ВАТРА» Вінницького торговельно-економічного інституту КНТЕУ*. Вінниця : Видавничо-редакційний відділ ВТЕІ КНТЕУ. 2016. Вип. 34. С. 23–30.
2. Кошарна П.С. Формування стратегічного інструментарію позиціонування підприємства : дис. на здоб. наук. ступ. к.е.н. : 08.00.04. Харків, 2015. 225 с.
3. Петрик О.О. Формування стратегії конкурентного позиціонування підприємства на зарубіжному ринку : автореф. дипл. роботи. Київ, 2016. 18 с.
4. Ушакова Н.Г. Управління міжнародним бізнесом : конспект лекцій для студентів економічного спрямування, аспірантів, викладачів / за заг. ред. Н.Г. Ушакова, К.Ю. Величко, О.І. Печенка. Харків : Видавництво «Форт», 2016. 126 с.
5. Циганкова Т.М., Петрашко Л.П., Кальченко Т.В. Міжнародна торгівля : навч. посібн. Київський нац. екон. ун-т. Київ, 2001. 487 с.
6. Шляхова Я.В. Особливості українських зовнішньоторговельних відносин в контексті інтеграційних спрямувань України : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.02. Харків. нац. ун-т ім. В.Н. Каразіна. Харків, 2016. 22 с.
7. Штундер І.О., Очеретяний А.С. Управління просуванням продукції на зовнішній ринок. *Міжнародний науковий журнал «Інтернаука»*. 2017. № 2. С. 149–152.
8. The Global Innovation Index 2022. URL: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/ (дата звернення: 21.08.2023).
9. World Investment Report 2022. URL: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2022> (дата звернення: 18.08.2023).

References:

1. Bondar O. I. (2016) Peculiarities of the formation of the marketing strategy of the enterprise during the implementation of foreign economic activity. *Bulletin of the student scientific society "VATRA" of the Vinnytsia Trade and Economic Institute of KNTEU*. Vinnytsia: Publishing and editorial department of VTEI KNTEU, vol. 34, pp. 23–30.
2. Kosharna P. S. (2015) *Formation of strategic tools for enterprise positioning*: diss. on of science degree Doctor of Economics: 08.00.04. Kharkiv, 225 p.
3. Petryk O. O. (2016) *Formation of the strategy of competitive positioning of the enterprise on the foreign market*: autoref. dipl. work. Kyiv, 18 p.
4. Ushakova N. G. (2016) *Management of international business*: a synopsis of lectures for students of economic orientation, graduate students, teachers / eds. N. G. Ushakova, K. Yu. Velichko, O. I. Pechenko. Kharkiv: Fort Publishing House, 126 p.
5. Tsygankova T. M., Petrashko L. P., Kalchenko T. V. (2001) *International trade*: textbook. Kyiv National University econ. un-t. Kyiv, 487 p.
6. Shlyakhova Ya. V. (2016) *Features of Ukrainian foreign trade relations in the context of integration directions of Ukraine*: author's ref. dis.... cand. econ. Science: 08.00.02. Kharkiv. nat. univ. V.N. Karazin. Kharkiv, 22 p.
7. Shtunder I. O. (2017) Management of the promotion of products to the foreign market. *International scientific journal "Internauka"*, no. 2, pp. 149–152.
8. The Global Innovation Index 2022. Available at: https://www.wipo.int/global_innovation_index/en/2022/
9. World Investment Report 2022. Available at: <https://unctad.org/publication/world-investment-report-2022>

INVESTMENT ATTRACTIVENESS OF THE ENTERPRISE IN INTERNATIONAL BUSINESS

Summary. The article examines the peculiarities of the enterprise's investment attractiveness in international business. It was determined that enterprises operating in the domestic market are looking for opportunities to strengthen their own potential and to go beyond national borders. The main factors affecting the investment attractiveness of the enterprise in international business are considered. It was determined that the effective management of investment attractiveness can have a significant impact on the development and profitability of the enterprise. It is well-founded that before entering international business, the company should conduct a detailed strategic analysis of the investment climate and competitive environment in a specific country or region. The article considers a number of key aspects that determine the investment attractiveness of an enterprise in the context of international business. An analysis of factors such as economic stability, market potential, competitiveness, infrastructure, tax policy and others that make the enterprise attractive to foreign investors has been carried out. The article considers an important aspect of international business – the investment attractiveness of the enterprise. It analyzes various factors that affect investment attractiveness, including economic stability, market potential, competitiveness, infrastructure and other aspects. The article also considers strategic analysis and risk management in the context of international business. The key findings on how to ensure the investment attractiveness of the enterprise on the international market and achieve success in this field are highlighted. The general purpose of the article is to reveal the investment potential of the enterprise in the international context and provide information and advice on ensuring investment attractiveness and success in international business. An analysis of such factors as economic stability, market potential, competitiveness, infrastructure, tax policy and others, which make the enterprise attractive to foreign investors, was carried out.

Key words: investment, investing, investment attractiveness, enterprise, international business, investment attractiveness of enterprises.