

Міністерство освіти і науки України
Навчально-науковий інститут фінансів, економіки, управління та права
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(Україна)
Варненський вільний університет Чорноризця Храбра (Болгарія)
Гентський університет (Бельгія)
Сучавський університет ім. Штефана чел Маре (Румунія)
Міжнародний науково-освітній та навчальний центр (Естонія)
Київський національний університет імені Тараса Шевченка (Україна)
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна (Україна)
Київський національний університет будівництва і архітектури (Україна)
Сумський державний університет (Україна)
Сумський національний аграрний університет (Україна)
Національний університет «Запорізька політехніка» (Україна)
Державна установа
«Інститут економіки та прогнозування НАН України» (Україна)
Державна установа
«Інститут демографії та проблем якості життя НАН України» (Україна)
Державна податкова інспекція у м. Полтава Головного управління Державної
податкової служби у Полтавській області (Україна)
Полтавське територіальне відділення Всеукраїнської професійної громадської
організації «Спілка аудиторів України» (Україна)
Торгово-промислова палата України (Україна)



ЗБІРНИК

II Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «СТАЛИЙ РОЗВИТОК: ВИКЛИКИ ТА ЗАГРОЗИ В УМОВАХ СУЧАСНИХ РЕАЛІЙ»



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union

06 червня 2024 року

ПОЛТАВА

Кулакова С.Ю., к.е.н., доцент;
Ширмовська Т.О., студентка; Сало Д.О., магістрант
*Національний університет «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
(м. Полтава, Україна)*

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ ІНСТРУМЕНТІВ ДЛЯ ЗАЛУЧЕННЯ ІНОЗЕМНИХ ІНВЕСТИЦІЙ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ

Україна володіє значним потенціалом для залучення інвестицій, завдяки своєму вигідному географічному розташуванню, кваліфікованій робочій силі, багатим природним ресурсам та зростаючому ринку. Проте, військові дії на території України, створили значні виклики для інвестиційного клімату країни.

Залучення іноземних інвестицій в українську економіку стикалося з численними проблемами ще до початку повномасштабної війни. Воєнні події останнього року суттєво погіршили ситуацію з розвитком та функціонуванням бізнесу в країні.

Приймаючи рішення щодо бізнесу, інвестори обов'язково враховують співвідношення ризику та очікуваного прибутку. На сьогоднішній день ризики значно збільшилися, а можливості отримання прибутку у короткостроковій та середньостроковій перспективі стали значно скромнішими через обмеження потоку капіталу, масову міграцію населення, руйнування інфраструктури та логістики, а також загальне зниження економічних показників в країні.

Незважаючи на усі проблеми залучення іноземних інвестицій, на Нью-Йоркській фондовій біржі було представлено платформу Advantage Ukraine. Основне гасло її сформульовано таким чином, що найбільшим ризиком сьогодення для інвесторів є не вкладення коштів в Україну вже сьогодні. Найважливішим та найбільш обговорюваним аспектом цієї платформи є гарантії безпеки інвестицій у воєнний та післявоєнний період.

У цих складних умовах маркетинг відіграє ключову роль у стимулюванні інвестиційного потоку в Україну. Маркетингові інструменти можуть бути адаптовані та використані для підвищення обізнаності про стійкість та інвестиційний потенціал України, таких як:

- підвищення обізнаності про інвестиційні можливості в Україні може бути досягнуто шляхом проведення рекламних кампаній, спрямованих на цільову аудиторію потенційних інвесторів, таких як інвестиційні фонди, венчурні капіталісти, сімейні офіси та приватні інвестори. Реклама повинна чітко підкреслювати переваги інвестування в Україну, такі як потенціал для економічного зростання, кваліфікована робоча сила, доступ до ринків ЄС та вигідні умови для ведення бізнесу.

- демонстрація стійкості та відновлення української економіки може бути досягнуто шляхом публікації інформації про успіхи українських компаній, які продовжують працювати та розвиватися в умовах війни, а також про державні програми підтримки бізнесу та інвестицій.

- підкреслення єдності та рішучості українського народу, створення патріотичного контенту, який розповідає історії людей, що борються за свою країну, та демонструє прагнення українців до відновлення та розвитку.

Конкретні маркетингові інструменти, які можуть бути використані для залучення інвестицій в Україну в умовах війни, включають:

- цифрова реклама: рекламні кампанії в соціальних мережах, пошукових системах та на тематичних веб-сайтах можуть бути спрямовані на цільову аудиторію потенційних інвесторів з усього світу.

- контент-маркетинг: публікація статей, блогів, інфографіки та відеоматеріалів про інвестиційні можливості в Україні, а також про успіхи українських компаній та економіки в

умовах війни.

- вебінари та онлайн-конференції, проведення онлайн-заходів з участю експертів, урядових чиновників та представників бізнесу для обговорення інвестиційного клімату в Україні та перспектив розвитку в умовах війни.

- створення онлайн-платформи для інвесторів, розробка веб-сайту або мобільного додатку, де потенційні інвестори можуть знайти інформацію про інвестиційні можливості в Україні, зв'язатися з урядовими органами та компаніями, а також отримати підтримку та консультації.

- участь в міжнародних інвестиційних форумах та конференціях. Презентація України як інвестиційно-привабливого напрямку на міжнародних заходах, де можна налагодити контакти з потенційними інвесторами та іншими зацікавленими сторонами, показати вже проекти з залученням іноземних інвестицій, на яких умовах ви співпрацюєте та як розвивається бізнес з залученням цих інвестицій в саме в військовий час. Та створення маркетингових стратегій щодо підтримці технологічних та інноваційних компаній, що можуть зацікавити інвесторів своїми перспективами. Розвиток стартап-екосистеми, створення інноваційних проектів можуть залучити значні інвестиції.

В умовах війни Україна стикається з численними викликами, але також відкриває нові можливості для залучення інвестицій через використання сучасних маркетингових інструментів. Маркетинг є важливим інструментом, який сприяє створенню позитивного іміджу країни на міжнародній арені. Це включає просування успішних історій українських підприємств, участь у міжнародних виставках і форумах, а також активне використання соціальних медіа для демонстрації стійкості та інноваційного потенціалу, ефективно комунікувати з глобальною аудиторією. Створення онлайн платформи забезпечують можливості для проведення віртуальних заходів, презентацій і вебінарів, що сприяє залученню інвесторів, навіть в умовах обмежень на подорожі. Публічна дипломатія, зокрема участь урядових і недержавних організацій у міжнародних форумах та ініціативах, також відіграє важливу роль у покращенні міжнародного іміджу України. Підтримка інновацій та стартапів є ключовим елементом для залучення інвестицій.

Таким чином, комплексний підхід до використання маркетингових інструментів здатний значно підвищити привабливість України для інвесторів. Ефективні маркетингові стратегії допомагають створити сприятливі умови для інвестицій, покращують міжнародний імідж країни і підвищують рівень довіри до української економіки. Це в кінцевому результаті сприятиме економічному зростанню, стабільності та відновленню України в умовах війни та після її завершення.

Список використаних джерел

1. Національне агентство з інвестицій та розвитку України. URL: <https://ukraineinvest.gov.ua/en/services-team/about-ukraineinvest/>
2. Інвестиції в Україну та відновлення економіки. Міністерство економіки України: офіційний сайт. URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=62bfd716-8665-4a4c-9e2d-6325ba53b3c8&title=InvestitsiiVUkrainuTaVidnovlenniaEkonomiki>
3. Покальчук М.Ю., Марачук А.В., Шулепова О.О. Правові питання залучення іноземних інвестицій в Україну в умовах воєнного стану. *Юридичний науковий електронний журнал*. 2024. № 3. С. 546-551. URL: http://www.lsej.org.ua/3_2024/133.pdf (дата звернення: 20.05.2024)