

УДК 005.58:332.14:339.727.22

DOI: https://doi.org/10.31521/modecon.V33(2022)-18

**Яценко О. В.**, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри економіки підприємства, обліку і аудиту, Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, м. Черкаси, Україна

**ORCID:** 0000-0002-6404-1894

**e-mail:** alleksan74@ukr.net

### Інвестиційний імідж регіону в сучасних умовах

**Анотація.** У статті розкрито поняття «іміджу» та «іміджу регіону», як економічну складову та його елементів. Таким чином, структуру іміджу регіону можна умовно поділити на об'єктивну та суб'єктивну складові. Запропоновано авторське визначення терміну «імідж регіону».

Проведено аналіз внутрішнього регіонального продукту Черкаської області за період 2012-2021 рр. та зроблено висновки, що цей показник поступово збільшився. Досліджено динаміку інвестицій в основний капітал, то за базовим темпом зростання (у порівнянні з 2011 роком) Черкаська область значно випереджала той же показник по Україні.

Проведено аналіз структури інвестицій в основний капітал Черкаської області в галузях економіки в динаміці за період 2012-2020 роки. Названо причини зміни структури й зниження частки вкладень у промисловість, а саме низький рівень технічного переозброєння, низька конкурентоспроможність вітчизняної продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках та зростання ціни на енергоносії.

За підсумками аналізу інвестиційних показників Черкаської області за останні роки, в роботі зроблено ряд важливих висновків, що характеризують інвестиційний стан регіону та надано рекомендації щодо формування позитивного іміджу Черкаського краю.

**Ключові слова:** імідж; імідж регіону; інвестиційний імідж регіону; внутрішній регіональний продукт; інвестиції; інвестиційна привабливість регіону.

**Yatsenko Olexandr**, Doctor of Economics, Professor, Head of the Department of Business Economics, Accounting and Audit, Cherkasy National University named after Bogdan Khmelnytsky, Cherkasy, Ukraine

### Investment Image of the Region in Modern Conditions

**Abstract. Introduction.** In the conditions of the processes of globalization and the intensification of the interdependence of national economies, regions that aim to realize the potential of their region as much as possible are obliged to resort to marketing the territory and strive to create a positive regional image.

**Purpose.** The purpose of the study is to reveal the concept of the image of the region in modern conditions using the example of the Cherkasy region and to develop ways of its formation to attract foreign and domestic capital.

**Results.** The article reveals the concept of "image" and "image of the region" as an economic component and its elements. Thus, the image structure of the region can be conditionally divided into objective and subjective components.

An analysis of the internal regional product of the Cherkasy region for the period 2012-2021 was conducted and conclusions were drawn that this indicator has gradually increased. The dynamics of investments in fixed capital were studied, and according to the basic growth rate (compared to 2011), the Cherkasy region was significantly ahead of the same indicator in Ukraine. The highest growth in the region was noted in 2019, when capital investments in tangible assets amounted to 353% of the 2011 level (260% in Ukraine in general). This fact is due to the growth of investors' confidence in the regional leadership. During the year, a certain list of measures was taken to stimulate the inflow of investments into the region (action of the regional target program, attraction of state funding, attempts to reduce administrative barriers, etc.). It is also necessary to note the investment decline in 2014, due to the unfavorable crisis situation, after which the growth rate of capital investments in tangible assets began to slowly increase, mostly due to the development of the agro-industrial complex.

An analysis of the structure of investments in the fixed capital of the Cherkasy region in dynamic sectors of the economy for the period 2012-2020 was carried out and it was found that the largest specific weight of the total amount of investments in the fixed capital is occupied by agriculture, forestry and fisheries (36% in 2013) and industry (39% in 2013). During the studied period, the share of investments in agriculture increased and amounted to 50% in 2020, and the share of investments in industry decreased to 29%.

**Originality.** The author's definition of the term "image of the region" is proposed. The reason for the change in the structure and the decrease in the share of investments in industry is the low level of technical rearmament, the low competitiveness of domestic products on the foreign and domestic markets, and the rise in energy prices.

**Conclusions.** According to the results of the analysis of investment indicators of the Cherkasy region in recent years, the work made a number of important conclusions characterizing the investment situation of the region and provided recommendations for the formation of a positive image of the Cherkasy region.

**Keywords:** image; image of the region; investment image of the region; internal regional product; investment; investment attractiveness of the region.

<sup>1</sup>Стаття надійшла до редакції: 27.06.2022

Received: 27 June 2022

**JEL Classification:** E22; E26; O18; R58.

**Постановка проблеми.** В умовах процесів глобалізації та активізації взаємозалежності національних економік, викликані ресурсною обмеженістю, на перший план висуваються регіональні економіки, між якими відбувається конкурентна боротьба за фактори соціально-економічного розвитку регіону. Регіони борються за залучення інвестицій, за державну підтримку ініціатив та його фінансування, за можливість реалізувати великі проекти, що сприяють розвитку галузі чи регіону, а також прагнуть виділитися на тлі інших ексклюзивними управлінськими рішеннями та ідеями. Ґрунтуючись на міжнародний досвід, можна з упевненістю констатувати факт того, що імідж регіону є одним із ключових факторів його інвестиційної привабливості та популярності в ділових колах [1]. Таким чином, актуальність даного дослідження базується на припущенні про те, що на сьогодні регіони, які мають на меті максимально реалізувати потенційні можливості свого краю, зобов'язані вдаватися до маркетингу території та прагнути створити позитивний регіональний імідж.

У даному контексті особливий інтерес для дослідника представляє Черкаська область, що відрізняється вигідним територіальним розташуванням, високим рівнем потенційних можливостей регіону, привабливим інвестиційним кліматом та багатьма іншими факторами, що дозволяють зробити акцент на даному ексклаві та розглядати створення його позитивного іміджу, як додаткову можливість до залучення фінансових ресурсів у розвиток черкаського краю та вирішення низки наявних гострих проблем.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питання іміджу регіону або територій та інвестиційної привабливості досліджувалися в працях, І. В. Арженовського, А. В. Ермишиной, М. К. Кожевникової [2], М. Іщенко, А. П. Панкрухіна [10], Є. В. Попова, І. П. Чорної І. П. [7]. За кордоном ці питання досліджували,

Дж. Кейнс, Ф. Котлер [3], М. Фрімен та М. Портер. Попри цього, питання формування іміджу регіону потребують подальших досліджень, зокрема в аспекті практичного застосування з метою залучення іноземних та внутрішніх інвестицій.

**Формулювання цілей дослідження.** Метою дослідження є розкриття поняття іміджу регіону в сучасних умовах на прикладі Черкаської області та напрацювання напрямів його формування для залучення іноземного та вітчизняного капіталу.

**Основні результати дослідження.** Для вивчення проблеми іміджу регіону необхідне розуміння визначення «іміджу». Проводячи аналіз терміну «імідж» у науковій літературі, можна відзначити, що немає загального уніфікованого визначення та існують різні трактування цього терміну. У словнику бізнес термінів можна побачити таке визначення «імідж – це образ товару, послуги або компанії, як сукупність асоціацій та вражень про них, що складається у свідомості споживачів та формує їхнє певне ставлення до цього товару, послуги чи компанії» [11]. Сучасна енциклопедія під «іміджем» пропонує розуміти «це: образ ділової людини, уявлення про нього, що складається в оточенні, репутація; образ фірми чи товару, що забезпечує становище фірми на ринку, а також вірність покупців фірмовій марці». [13]. На основі аналізу визначень можна запропонувати наступне трактування іміджу регіону – це стійка сукупність раціональних та емоційних уявлень, переконань людей про особливості тієї чи іншої території, сформована засобами інформації про регіон, що виходить із різних джерел, а також відповідно до особистих емпіричними знаннями.

Розглядаючи імідж регіону, як економічну категорію та один зі способів підвищення його статусу та престижу в очах потенційних інвесторів, цікаво звернутися до складових його структурних елементів, які можна представити у вигляді наступної схеми. (рис. 1).

<b>Структура іміджу регіону</b>	
<b>Об'єктивна складова</b>	<b>Суб'єктивна складова</b>
<p>конкурентні переваги та недоліки, які обумовлюються:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- галузевою спеціалізацією регіону;</li> <li>- ступенем розвиненості інфраструктури;</li> <li>- рівнем розвитку соціальної сфери;</li> <li>- потенціалом регіону;</li> <li>- іншими елементами.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- оцінка регіону нерезидентами на основі власного досвіду та спостережень;</li> <li>- дії регіональних та муніципальних органів влади;</li> <li>- образ регіону в ЗМІ</li> </ul>

Рисунок 1 – Структура регіонального іміджу

Джерело: сформовано автором на основі матеріалів [4]

Таким чином, структуру іміджу регіону можна умовно поділити на об'єктивну та суб'єктивну складові. До об'єктивної включаються конкурентні переваги та недоліки території, що формуються на основі галузевої спеціалізації суб'єкта, ступеня розвитку інфраструктурного забезпечення, рівня розвитку соціальної сфери, наявного потенціалу регіону та інших аспектів. До суб'єктивної складової відносять оцінку території нерезидентами на основі особистого досвіду господарювання та спостереження. Цей елемент важливий своїм позитивним характером, оскільки істотно впливає формування іміджу регіону, і навіть важливий для потенційних інвесторів та зацікавлених осіб. Сюди ж включається діяльність регіональної та муніципальної влади. Останнім найбільш вагомим елементом при формуванні іміджу регіону є образ території, що освячується у ЗМІ.

Попри різні думки вчених з даної тематики, де одні розглядають Черкаський край як депресивний регіон, а інші як територію з підвищеним потенціалом, аналіз

динаміки різних статистичних показників у сукупності з їх графічним зображенням допоможе визначити вірогідність тієї чи іншої точки зору на ситуацію, що склалася.

Одним із загальних показників, що характеризують динаміку розвитку економіки в країнах та окремих регіонах, на сьогодні вважається валовий внутрішній продукт (ВВП); валовий регіональний продукт (ВРП). «ВРП являє собою валову додану вартість товарів та послуг, створену резидентами регіону та визначається як різниця між випуском та проміжним споживанням» [5]. За економічним змістом ВРП близький до ВВП, але між ними є суттєва різниця, коли йдеться про рівень регіону: прирівнювати суму валових регіональних продуктів по Україні до ВВП не зовсім коректно, оскільки перший показник не включає додаткову вартість за неринковими колективними послугами», які надаються суспільству державними установами. Обсяг ВРП по Черкаській області в наявних цінах за 2012-2020 рр. представлений на рис. 2.

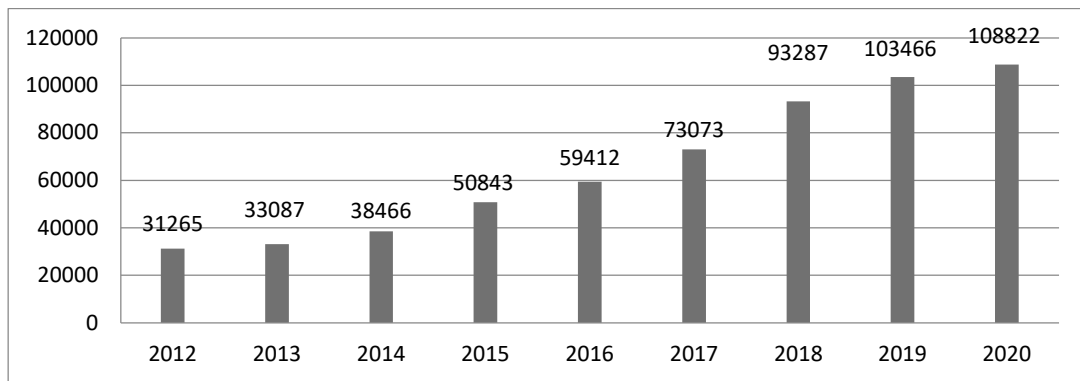


Рисунок 2 – Обсяг ВРП Черкаської області за 2012-2020 рр. (млн грн)

Джерело: сформовано автором

Виходячи з графічних даних, можна дійти висновку про поступову позитивну динаміку ВРП за досліджуваний період.

Якщо звернутися до динаміки інвестицій в основний капітал, то за базовим темпом зростання (у порівнянні з 2011 р.) Черкаська область значно випереджала той же показник по Україні (рис. 3).



Рисунок 3 – Динаміка капітальних інвестицій в матеріальні активи в Черкаській області та Україні у 2012-2021 рр. (в % до 2011 року)

Джерело: сформовано автором

Найбільше зростання у регіоні було відзначено 2019 р., коли капітальні інвестиції в матеріальні активи становили 353 % від рівня 2011 р. (загалом по Україні 260 відсотків). На думку автора, цей факт обумовлений зростанням довіри інвесторів до керівництва області. Так, протягом року було вжито певний перелік заходів, що стимулюють збільшення інвестицій у регіон (дія регіональної цільової програми, залучення державного фінансування, спроби знизити

адміністративні бар'єри й таке інше). Також треба відмітити інвестиційний спад у 2014 р., у зв'язку з несприятливою кризовою кон'юнктурою, після чого темпи зростання капітальних інвестиційних вкладень в матеріальні активи починають повільно зростати здебільшого шляхом розвитку агропромислового комплексу.

Структура інвестицій в основний капітал у галузях економіки в динаміці представлена на рис. 4.

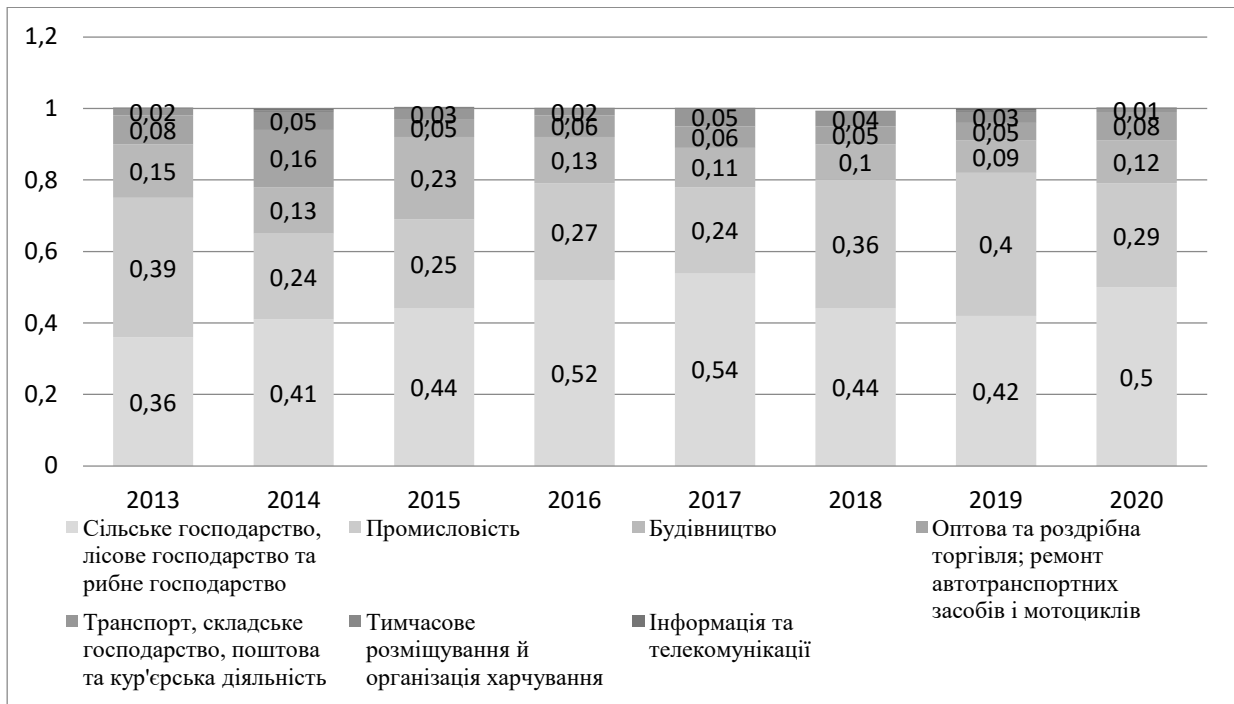


Рисунок 4 – Структура інвестицій в основний капітал у галузях економіки Черкаської області у 2013-2020 рр., в долях одиниці

Джерело: сформовано автором

На основі графічно представленої інформації, можна зробити висновок про те, що найбільша питома вага від загального обсягу вкладень в основний капітал в Черкаській області посідає сільське господарство, лісове господарство та рибне господарство (36% у 2013 р.) та промисловість (39% у 2013 році). За досліджуваний період частка інвестицій у сільське господарство збільшилась і склала у 2020 р. 50%, а частка вкладень у промисловість зменшилась і склала 29% у зв'язку з низьким рівнем технічного переозброєння підприємств, низькою конкурентоспроможністю вітчизняної продукції на зовнішньому та внутрішньому ринках та зростанням ціни на енергоносії.

Поряд з активними фінансовими вливаннями у промисловий сектор слід звернути увагу на незначне зростання інвестицій у напрямках освіти, науки та охорони здоров'я. Можна відзначити, що пріоритетом фінансування регіональної влади дані видаткові статті ніколи не користувалися – вся увага йшла на підтримку інвестиційних проєктів у галузях господарства, що швидко окуповуються. Даний висновок підтверджують

дані рейтингу українських регіонів за динамікою вкладень у людський капітал – Черкаська область посіла 11 місце, частка витрат за вищезазначеними напрямками фінансування у сумарних видатках бюджетів усіх рівнів виявилася нижчою за середньоукраїнське значення у 2020 р. (36 % проти 39,9 % відповідно до 2013 р.). Фактично, це не стикуються з потребою області у кваліфікованих кадрах та загальною орієнтацією на високий показник Індексу розвитку людського потенціалу (ІРПП), зростання витрат на науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) розвиненими країнами.

Крім того, відповідно до статистичних даних, намітилося зростання інвестування у сільське господарство.

Можна зробити висновок про те, що розподіл іноземних вкладень, що склався, по галузях господарства не відповідає потребам регіону щодо проведення необхідної модернізації та розвитку інноваційної складової: ексклав потребує більш ефективного використання підприємств

агропромислового комплексу, оновлення транспортного сектора, актуалізації рибпромислового сектора економіки. Такий інтерес, на думку автора, в обробну галузь промисловості (а особливо в харчову галузь) викликаний насамперед тим, що цю сферу відрізняє швидка оборотність капіталу та окупність витрат з подальшим гарантованим доходом. Ця тенденція не є по суті «позитивною», у зв'язку з тим, що не створює в регіоні передумов для розвитку високотехнологічних виробництв з інноваційним потенціалом, які мають попит на зовнішньому ринку, не сприяє розвитку інтенсивної конкурентоспроможної економіки в ексклаві. Відповідно до інформації, поданої на сайті Національного банку України щодо іноземних інвестицій в Черкаську область, найбільше інвестицій надійшло з Кіпру (37 %) — одного з ключових торгових партнерів станом на кінець 2021 р. На другому місці знаходяться інвестори з Люксембургу (16%), порівняно однакове фінансування спостерігається з Францією (10%), Чехією (8%) та Німеччиною (7%). З країн ЄС доля прямих іноземних інвестицій склала 92,3 відсотка [12]

Звертаючи увагу на країни, що інвестують у Черкаську область, слід пам'ятати про офшорні зони, що розташовані на їх території, й виведення резидентами капіталів за кордон – з цієї точки зору, досягнуті показники вже не є такими респектабельними.

За підсумками аналізу інвестиційних показників Черкаської області за останні роки, можна зробити наступний ряд важливих висновків, що характеризують інвестиційне становище ексклава:

По-перше, якщо дивитися на ситуацію в цілому, Черкаській регіон є досить привабливим як для внутрішніх, так і для зовнішніх інвесторів, на що впливає ряд факторів: унікальність геополітичного становища, необхідна інфраструктура, що активно розвивається та інші. Цей висновок підтверджується результатами проведеного дистанційного рейтингу інвестиційної привабливості регіонів України – станом на 2020 р., область, серед інших дев'яти регіонів, входить до групи з середньою інвестиційною привабливістю) [8]. Поряд із цим, є низка проблем, що гальмують розвиток інвестиційного сектору регіону: нестабільність правового режиму та сильна залежність при прийнятті рішень регіонального уряду від центру, корупційна складова, недосконалість нормативної бази та інші.

По-друге, у структурі інвестиційних вкладень є значне переважання у сільськогосподарській та промисловий сектор, представлений здебільшого обробними виробництвами, поряд з недостатнім фінансуванням таких пріоритетних галузей економіки, як освіта, наука та охорона здоров'я, транспорт та зв'язок. Відповідно, інвестиції спрямовуються в галузі, де швидко обертається капітал з найменшими ризиками та гарантованою прибутковістю, що суперечить стратегічним орієнтирам розвитку регіону.

По-третє, Черкаська область, як аграрний та промисловий регіон, отримує досить активне іноземне фінансування. Однак, за результатами аналізу було виявлено, що чимала частка в іноземних інвестиціях відводиться «офшорним грошам». Дане твердження вимагає подальшого дослідження з подальшим прийняттям пакета заходів щодо розв'язання питання «виведення капіталу» за кордон.

По-четверте, виходячи зі зроблених раніше висновків слід, що з погляду іноземних інвесторів найбільш привабливим є сектори торгівлі, обробних виробництв та операцій з нерухомістю, що також не сприяє інноваційному інтенсивному розвитку економіки регіону.

Висновки. Таким чином, слідуючи переліку пріоритетних напрямів стратегії Черкаської області на період до 2023 р., в який включена націленість на створення привабливого інвестиційного іміджу регіону, рекомендацій щодо формування позитивного іміджу Черкаського краю. Економічна програма, яка має назву: «Економіка: високотехнологічна, продуктивна, експортоорієнтована» – спрямована на розвиток підприємництва, забезпечення сприятливих умов для залучення інвестицій та розвитку експортної діяльності, впровадження інновацій та посилення співпраці наукового сектору та економіки регіону, промоцію області. Досягнення Програми передбачається через реалізацію 4 операційних напрямів:

- розвиток підприємницьких ініціатив та бізнес-екосистем;
- інтернаціоналізація бізнесу;
- маркетинг і брендинг території;
- розвиток інноваційного сектору в економіці регіону [9].

1. Необхідно актуалізувати та використовувати сильні сторони ексклава, розглядати Черкаську область як плацдарм для створення великих виробничих об'єктів, транспортно-логістичну ланку у ланцюжку між сходом та заходом України.

2. У Черкаській області є досить сильна та опрацьована методологічна база, що регулює інвестиційну діяльність на регіональному рівні, яку необхідно періодично вдосконалювати та адаптувати під стрімко мінливі умови довкілля. Крім того, необхідне створення гнучкої системи стимулів державної підтримки підприємницької та інвестиційної діяльності, яка б вигідно відрізняла Черкаську область на тлі інших регіонів, створюючи тим самим сприятливіший інвестиційний клімат. Для цього слід розглянути кращі практики розвитку інвестиційної сфери в українських регіонах та підтримки малого та середнього бізнесу, адаптуючи матеріал під особливості території. Сильна та стабільна законодавча база обов'язково отримає свої відлуння у наукових колах та призведе до формування у суспільній свідомості регіону зі сприятливим правовим режимом, що є важливим фактором при виборі

інвестором території для реалізації тих чи інших проєктів.

3. Потрібно залучити можливості зовнішнього середовища для подолання внутрішніх проблемних зон та ліквідації слабких сторін. Наприклад, залучення додаткових державних ресурсів для розвитку транспортної та соціальної інфраструктури, що, надалі може бути використане на користь туристичному сектору економіки, в рамках якого практично в кожному аналітичному документі відзначаються проблеми в галузі розвитку інфраструктури. У рамках цього пункту під доквіллям можуть розумітися і іноземні інвестиції, але, як показав аналіз, значна частка в них належить українським компаніям, що виводять кошти в офшорні зони.

4. Необхідний подальший розвиток наявних виробничих майданчиків регіону, розробка та розвиток більш злагоджених механізмів взаємодії органів виконавчої влади Черкаської області та

інвесторів, спільне (регіональне та приватне) пайове фінансування інженерної, транспортної інфраструктури з метою зниження витрат інвестора. Не викликає сумніву те, що інвестора приваблює готова, необхідна для реалізації діяльності інфраструктура, і він готовий вкладатися у її створення. Якщо регіон зможе досягти успіху в цьому питанні, цей механізм допоможе області подолати кризові умови та ввійти до числа лідерів з інвестиційної привабливості, що не може позитивним чином не позначитися на його іміджі.

Підсумовуючи, слід сказати, що Черкаська область має величезний потенціал розвитку та можливість стати «локомотивом» для України, формуванні якісної інвестиційної бази, як основи функціонування ефективної інноваційної економіки, але й має низку проблем, що вимагають свого якнайшвидшого врегулювання, що особливо актуально при наявності кризових явищ.

#### Література:

1. Зінченко О.А. Проектний підхід до створення іміджу території. *European Journal of Management Issues*. 2017. Вип. 25 № 3-4. С. 176-183.
2. Капітальні інвестиції за видами економічної діяльності (2010-2020) (остаточні дані). Головне управління статистики в Черкаській області. URL : [http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2021/Kinv\\_ved\\_20.pdf](http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2021/Kinv_ved_20.pdf) (дата звернення : 22.05.2022).
3. Котлер Ф. Маркетинг мест: привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы. СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 376 с.
4. Макаренко М.В. Імідж регіону як головний чинник його конкурентоспроможності. *Актуальні проблеми економіки*. 2012. № 2 (128). С. 180-187.
5. Нагорняк Т.Л. Брендинг території як державна та регіональна політика: моногр. Донецьк: Вид-во «Ноулідж», 2013. 367 с.
6. Панасюк А.Ю. Формирование имиджа: стратегия, психотехнологии, психотехники. Омсга-Л, 2007. 266 с.
7. Семченко О.А. Іміджева політика України: моногр. К.: Знання, 2014. 272 с.
8. Словник економіста та підприємця / А.М. Туренко, І.А. Дмитрієв, О.С. Іванілов, І.Ю. Шевченко. Х.: ХНАДУ, 2018. 340 с.
9. Економічна енциклопедія : у 3 т. / редкол. : С. В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Вид. центр «Академія», 2002. Т. 3. 952 с.
10. Старостіна А. О. Міжнародний імідж країни: сутність, фактори формування, рівні сприйняття. *Маркетинг в Україні*. 2010. №4. С. 61–67.
11. Старостіна А. О. Промисловий маркетинг : Теорія, світовий досвід, українська практика : підручн.. К.: Знання, 2005. 764 с.
12. Статистика зовнішнього сектору України. Прямі інвестиції в Україну. Регіональний розріз. Сайт Національного банку України. Залишки за регіонами у розрізі країн 2021 р. URL : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external#1> (дата звернення : 29.04.2022).
13. Стратегія розвитку Черкаської області 2021-2027 рр. URL : <https://strategy2027-ck.gov.ua/> (дата звернення : 10.05.2022)
14. Хижняк Л. М. Конструювання іміджу регіону як шлях виходу з соціально-економічної кризи. *Соціальні технології*, 2009. № 42. URL : <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=23236#ftn1> (дата звернення : 27.02.2022).
15. Хомуленко Т. Б. Теоретичні та практичні аспекти дослідження іміджу : монографія. Х.: ВД «ІНЖЕК», 2005. 272 с.
16. Regional Doing Business – 2020 : названо найкомфортніші області для ведення бізнесу в Україні. URL : <https://dia.dp.gov.ua/regional-doing-business-2020-nazvano-najkomfortnishi-oblasti-dlya-vedennya-biznesu-v-ukra%D1%97ni/> (дата звернення : 06.05.2022).

#### References:

1. Zinchenko, O. A. Project approach to creating the image of the territory (2017). *European Journal of Management Issues*. 25. 3-4. 176-183 [in Ukr.].
2. Capital investments by types of economic activity (2010-2020) (final data). Main Department of Statistics in Cherkasy Region. Retrieved from : [http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2021/Kinv\\_ved\\_20.pdf](http://www.ck.ukrstat.gov.ua/source/arch/2021/Kinv_ved_20.pdf) [in Ukr.].
3. Kotler, F. (2005). Marketing mest : privlechenie investitsij, predpriyatij, zhitelej i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Evropy. – SPb. : Stokgol'mskaya shkola ekonomiki v Sankt-Peterburge, 376 [in Engl.].
4. Makarenko, M. V. (2012) The image of the region as the main factor of its competitiveness. *Aktualni problemy ekonomiky*. 2 (128). 180-187 [in Ukr.].
5. Nahorniak, T. L. erritory branding as a state and regional policy (2013) : monohr. Donetsk : Vyd-vo «Noulidzh». 367 [(in Ukr.).]
6. Panasiuk, A. Iu. mage formation : strategy, psychotechnologies, psychotechniques. (2007). Omsha-L. 266 [in Rus.].
7. Semchenko, O. A. Image policy of Ukraine (2014) : monohr. K. : Znannia. 272 [in Ukr.].

8. Dictionary of economist and entrepreneur. (2018) / A. M. Turenko, I. A. Dmytriiev, O. S. Ivanilov, I. Iu. Shevchenko. Kh. : KhNADU. 340 [in Ukr.].
9. Economic encyclopedia : in 3 volumes: u 3 t. 2022). / redkol. : S. V. Mochernyi (vidp. red.) ta in. K. : Vyd. tsentr «Akademiia». 3. 952. [in Ukr.]
10. Starostina, A. O. International image of the country : essence, factors of formation, levels of perception. (2010). *Marketynh v Ukraini*. 4. 61–67 [in Ukr.].
11. Starostina, A. O. Industrial marketing : Theory, world experience, Ukrainian practice (2005) : pidruchn.. K. : Znannia. 764 [in Ukr.].
12. Statistics of the external sector of Ukraine. Direct investments in Ukraine. Regional section. Website of the National Bank of Ukraine. Balances by region by country in 2021. Retrived from : <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external#1> [in Ukr.].
13. Cherkasy Region Development Strategy 2021-2027. Retrived from : <https://strategy2027-ck.gov.ua/> [in Ukr.].
14. Khyzhniak, L. M. (2009). Constructing the image of the region as a way out of the socio-economic crisis. *Sotsialni tekhnologii*. 42. Retrived from : <http://www.m-economy.ru/art.php3?artid=23236#ftn1> [in Ukr.].
15. Khomulenko, T. B. heoretical and practical aspects of image research (2005) : monohrafiia. Kh. : VD «INZhEK». 272 [in Ukr.].
16. Regional Doing Business – 2020 : the most comfortable regions for doing business in Ukraine are named. Retrived from : <https://dia.dp.gov.ua/regional-doing-business-2020-nazvano-najkomfortnishi-oblasti-dlya-vedennya-biznesu-v-ukra%D1%97ni/> [in Ukr.].



Ця робота ліцензована Creative Commons Attribution 4.0 International License