

*Грущинська Наталія Миколаївна,
доктор економічних наук, професор,
Державне некомерційне підприємство
«Державний університет
«Київський авіаційний інститут»» (м.Київ, Україна)*

ЕКОНОМІЧНА ДИПЛОМАТІЯ ТА БРЕНДИНГ: ВЗАЄМОПІДСИЛЮЮЧІ ІНСТРУМЕНТИ ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ІМІДЖУ ДЕРЖАВИ

Економічна дипломатія відіграє ключову роль у формуванні міжнародного іміджу держави. Завдяки ефективному використанню економічної дипломатії країна може зміцнювати свою репутацію на світовій арені, залучати інвесторів і підвищувати конкурентоспроможність. Процес створення позитивного образу країни на міжнародному рівні, що включає економічні, культурні та політичні аспекти є брендингом держави. Економічна дипломатія шляхом залучення інвестицій, сприяння розвитку експорту, підвищення туристичної привабливості покращує міжнародну репутацію та є важливим інструментом просування економічних інтересів держави.

Ключовими інструментами економічної дипломатії в брендингу держави є участь у міжнародних організаціях (СОТ, МВФ, ОЕСР, ЄС, тощо), підтримка національних виробників на зовнішніх ринках, презентація країни як привабливого місця для капіталовкладень, популяризація економічних досягнень держави через медіа, соціальні мережі та культурні заходи. Прикладами успішного використання економічної дипломатії є Китай, через ініціативу «Один пояс, один шлях» країна не тільки розширює економічний вплив, а й формує свій бренд як глобального інвестора. Німеччина – завдяки сильному експортному сектору та підтримці промисловості «Made in Germany» стала символом якості та надійності. ОАЕ – використання інвестицій та міжнародних заходів (Експо-2020, туристична інфраструктура Дубая) допомогло створити імідж інноваційної та економічно потужної країни. Швейцарія історично сформована репутація фінансової стабільності та високих технологій, та підтримується різними методами, в тому числі і проведенням глобальних заходів, для прикладу на 2025 рік Швейцарія стане місцем проведення чергового Всесвітнього економічного форуму в Давосі; Євробачення – 2025; Глобальний саміт миру.

В Україні в сучасних умовах розвиток національного брендингу потребує особливої уваги. Ukraine NOW – офіційний бренд країни, розроблений у 2018 році для просування України за кордоном, використовується для залучення інвесторів, розвитку туризму та популяризації української продукції. Бренд застосовується в державних презентаціях, на міжнародних виставках, у рекламних кампаніях. В ІТ-секторі України є бренд «Ukraine: The IT Powerhouse», який демонструє Україну як центр технологічних рішень та аутсорсингу. У агросекторі просування бренду «Ukrainian Food» на міжнародних ринках для експорту продукції. Креативні індустрії – такі як бренди української

моди (Vogue UA), дизайну (Brave! Factory), музики (Atlas Weekend). Популяризація українського кіно, музики, гастрономії (отримання борщем статусу культурної спадщини ЮНЕСКО).

Площадками для просування національного бренду України є форуми «UkraineInvest», «Rebuild Ukraine», де Україна презентує свої можливості для інвесторів. Діяльність Export Promotion Office, що допомагає українським компаніям виходити на міжнародні ринки. Участь у міжнародних виставках (Green Week Berlin, Gulfood Dubai, Expo). Глобальна ініціатива для збору коштів на відновлення України через платформу «United24».

Економічна дипломатія є важливим інструментом для формування іміджу країни як привабливого економічного партнера. Водночас ефективний брендинг допомагає дипломатам просувати національні інтереси, підвищувати довіру до держави та стимулювати інвестиції й торговельну активність.

Економічна дипломатія дозволяє країнам не лише покращувати свій імідж, але й створювати сприятливі умови для економічного зростання, залучення інвестицій та розширення міжнародної співпраці. Ефективне використання економічної дипломатії може допомогти країні стати впізнаваним і привабливим гравцем на світовій арені. Економічна дипломатія і брендинг – два взаємопов’язані процеси, що сприяють зміцненню міжнародного економічного впливу держави та формуванню її позитивного іміджу на світовій арені.



**НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ БІОРЕСУРСІВ І ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
УКРАЇНИ**

**Гуманітарно-педагогічний факультет
Кафедра міжнародних відносин і суспільних наук**

**ІНСТИТУТ ПОЛІТИЧНИХ І ЕТНОНАЦІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ
ім. І.Ф. КУРАСА НАН УКРАЇНИ**

ІНСТИТУТ ІСТОРІЇ УКРАЇНИ НАН УКРАЇНИ

ЧОРНОМОРСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ПЕТРА МОГИЛИ

**ЧЕРКАСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОГДАНА
ХМЕЛЬНИЦЬКОГО**

ЯГЕЛЛОНСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ (Республіка Польща)

ФОНД ГЕРДИ ХЕНКЕЛЬ (Німеччина)

УНІВЕРСИТЕТ МАЙНЦА ІМЕНІ ЙОГАННА ГУТЕНБЕРГА (Німеччина)

КАГУЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ П. ХАШДЕУ (Молдова)

МУЗЕЙ КАРОЛЯ І В БРАЇЛІ (Румунія)

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

МІЖНАРОДНОЇ НАУКОВО-ПРАКТИЧНОЇ КОНФЕРЕНЦІЇ

**«УКРАЇНСЬКА ДИПЛОМАТІЯ:
СТАНОВЛЕННЯ, РОЗВИТОК ТА ПЕРСПЕКТИВИ»**

10 квітня 2025 р.

м. Київ

Українська дипломатія: становлення, розвиток та перспективи / за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції. Київ, 10 квітня 2025 р. Київ, 2024. 357 с.

Збірник наукових праць укладено за матеріалами Міжнародної науково-практичної конференції «Українська дипломатія: становлення, розвиток та перспективи», яка була організована кафедрою міжнародних відносин і суспільних наук гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України 10 квітня 2025 р. Наповнення рубрик синхронізовано з основними напрямками роботи конференції і охоплює широке коло питань щодо витоків, традицій, розвитку та перспектив української дипломатії; аналізу стану дипломатії в умовах сучасних глобальних викликів та стратегічних пріоритетів світової, європейської та вітчизняної дипломатії в умовах російсько-української війни.

Видання розраховане на науковців, викладачів, аспірантів, студентів, а також усіх хто цікавиться питаннями сучасних міжнародних відносин та розвитку української дипломатії.

Рекомендовано вченою радою гуманітарно-педагогічного факультету Національного університету біоресурсів і природокористування України (протокол № 10 від 16.05.2025 р.).

Редакційна колегія:

Ткачук В.А., д-р екон. наук, проф. (голова);
Ніколаєнко С.М., д-р пед. наук, проф. (співголова);
Тонха О.Л., д-р сільгосп. наук, проф. (голова);
Любовець О.М., д-р істор. наук, проф.
Харченко С.В., д-р філол. наук, проф.
Хвіст В.О., канд. іст. наук, доцент

Відповідальна за випуск докт. іст. наук, проф. Любовець О.М.

Тези подано в авторській редакції.

Автори тез відповідають за достовірність викладеного матеріалу, за правильне цитування джерел, посилання на них та інших відомостей.

Передруковувати опубліковані в збірнику наукових праць матеріали дозволяється тільки за згодою авторів.