

Електронний журнал «Ефективна економіка» включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Категорія «Б», Наказ Міністерства освіти і науки України № 975 від 11.07.2019). Спеціальності – 051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.

Ефективна економіка. 2023. № 11.

DOI: <http://doi.org/10.32702/2307-2105.2023.11.60>

УДК 316.422:35:334.7

Н. В. Філіпчук,

*к. е. н., доцентка кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-4615-2301>

Л. Д. Водянка,

*к. е. н., доцентка кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8153-2532>

О. В. Табак,

*дослідник кафедри бізнесу та управління персоналом,
Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича*

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-2882-850X>

ЗНАЧЕННЯ М'ЯКОЇ СИЛИ ТА РЕПУТАЦІЇ КРАЇНИ У МІЖНАРОДНІЙ ТОРГІВЛІ Й УСПІШНОСТІ БРЕНДІВ

N. Filipchuk,

*PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Business and Human
Resource management, Chernivtsi Yuriy Fedkovich National University*

L. Vodianka,

*PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Business and Human
Resource management, Chernivtsi Yuriy Fedkovich National University*

O. Tabak,

*Researcher of the Department of Business and Human Resource management,
Chernivtsi Yuriy Fedkovich National University*

THE IMPORTANCE OF A COUNTRY'S SOFT POWER AND REPUTATION FOR INTERNATIONAL TRADE AND THE SUCCESS OF COMPANIES' BRANDS

Центральна категорія цієї статті – поняття м'якої сили та її безпосередній чи опосередкований вплив на міжнародну діяльність країни, зокрема на її бізнесові відносини. У сучасному глобалізованому світі все більше значення мають непомітні, непримусові засоби впливу, які все ж допомагають досягати своїх цілей. Це можуть використовувати, як уряди для відстоювання своїх інтересів чи просування певної ідеології, так і політичні партії для лобіювання вигідних для них рішень. В даній праці значна увага буде приділена саме питанню комерційної діяльності. Як саме з точки зору приватного бізнесу, галузей чи корпорацій м'яка сила може бути корисною - це питання дискусійне і в багатьох випадках на нього неможливо дати однозначної відповіді. Адже на кінцевий результат у бізнесі впливають багато різноманітних факторів, і дуже часто вплив певного з них не вдасться напряму віднести чи ідентифікувати з прибутками чи збитками відповідного проєкту. Втім, це не означає, що від м'якої сили потрібно відмовитись чи використовувати її більш обмежено. Як і будь-який інший засіб, вона має свої переваги й недоліки, а також сферу, інтенсивність та обсяги застосування.

The central category of this article is the concept of soft power and its direct or indirect influence on the country's international activities, in particular on its business relations. In today's globalized world, imperceptible, non-coercive means of influence, which nevertheless help to achieve one's goals, are increasingly important. This can be used both by governments to defend their interests or to promote a certain ideology, and by political parties to lobby for decisions beneficial to them. In this work, considerable attention will be paid to the issue of commercial activity. How exactly soft power can be useful from the point of view of private business, industries or corporations is a debatable question and in many cases it is impossible to give an unequivocal answer. After all, the final result in business is influenced by many different factors, and very often the influence of a certain one of them cannot be directly attributed or identified with the profits or losses of the corresponding project. However, this does not mean that soft power should be abandoned or used more limited. Like any other means, it has its advantages and disadvantages, as well as the

sphere, intensity and scope of application.

A country's soft power and reputation are essential to international trade and the success of its company brands. Both the government and business structures, organizations, unions and society in general should be interested in their comprehensive, harmonious development. Unlike hard power, the tools of soft power can be created and used without huge natural or human resources, so it is available even for small countries. It is considered more humane and ethical. Although of course, like any other type of power, soft power can be used with a negative color, manifested in propaganda, manipulation, lobbying, etc.

The country benefits from romanticizing its image. Having a good reputation as a reliable, efficient, profitable partner, there are better opportunities for cooperation with other participants of the international market and attracting investments. Therefore, it is necessary to work on it systematically and thoroughly.

Ключові слова: *м'яка сила, торгівля, бізнес, дипломатія, репутація, інвестиції, міжнародна діяльність, вплив, кооперація, політика, бренди, результативність, економіка.*

Keywords: *soft power, trade, business, diplomacy, reputation, investment, international activity, influence, cooperation, politics, brands, performance, economy.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Довгий час поміж науковців та політиків існувало єдине уявлення щодо джерела впливу однієї країни на іншу – ними вважалися військова міць та потужна економіка. Втім, з початком розвитку цифрових телекомунікаційних технологій та через більш інтенсивні й глобалізовані взаємовідносини, почали виокремлювати інші інструменти, які дають змогу доносити свої ідеї чи досягати своїх цілей. Це так звана «м'яка сила», яка на противагу «твердій силі» здатна досягати необхідних результатів іншим шляхом, незважаючи на те, що в академічних колах досі існує дискусія щодо правильності й ефективності її застосування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано

розв'язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття. Поняття м'якої сили вперше виокремив американський політичний науковець Джозеф Най, концепцію якої він описав у праці «М'яка сила: засоби досягнення успіху у світовій політиці» [4]. Пізніше її критикували й доповнювали багато інших провідних політологів та економістів. У даній статті серед іншого будуть аналізуватись результати звіту Global Soft Power Index 2023, що готується приватною, комерційною, аналітичною компанією Brand Finance і є ґрунтовним, усебічним й, що важливо, актуальним дослідженням.

Попри усі досягнення авторів та успішне застосування їх теоретичних концепцій на практиці, питання впровадження інструментів м'якої сили для досягнення торгівельних та бізнесових цілей на міжнародній арені очевидно не є остаточно дослідженим, а в умовах мінливого, волатильного ринку воно потребує подальшого вивчення та постійного переосмислення.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою дослідження є визначення сутності м'якої сили та її значення у контексті міжнародної торгівлі, теоретичне обґрунтування її принципів та основних інструментів.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Для того, щоб успішно реалізовувати продукцію й отримувати прибуток, суб'єкти господарювання мусять не лише робити все найвищої якості за доступною ціною, а й мати налагоджені відносини з контрагентами. Це правило діє, як на рівні мікропідприємств, так і при укладанні інтернаціональних угод. До прикладу, умовний продавець знає, що постачальник має помірні, середньоринкові ціни та завжди привозить товар вчасно, з належним упакуванням й гарантіями на пошкодження. Така репутація відіграє важливу роль і скоріш за все позитивно відобразатиметься на стані його справ. Подібно до цього, фінансова компанія-нерезидент, умовний пайовий інвестиційний фонд, досліджує підприємства інших країн для вкладення коштів. В цьому випадку вагомий вплив на остаточне рішення

матиме не лише характеристика самого бізнесу (фінансовий стан, база клієнтів, склад й ліквідність активів, статті балансу, досвід у галузі, система менеджменту, тощо), а також і уявлення про країну, де він знаходиться. Тобто значення мають дотримання верховенства права, ефективне державне управління, розвинуте право власності, низький рівень корупції, стабільний й відносно передбачуваний внутрішній ринок, високі екологічні та соціальні норми, оптимізоване податкове законодавство.

Позаяк уряд країни може створювати вигідні для себе умови не тільки за допомогою привабливого ринку, де учасники дотримуються високих стандартів й діють чесно відповідно до справедливих правил. Для досягнення своїх цілей часто використовуються й інші, більш агресивні засоби, якщо звісно є ресурси й достатня потужність для такої стратегії. А саме, йдеться про військову міць, абсолютні й відносні економічні переваги, патенти на технології, монополії в певних галузях, демпінг. Не секрет, що як регіональні, так і глобальні гегемони, маючи на увазі свої власні геополітичні й торгові цілі, вдаються до різких, часто непередбачуваних для інших кроків, які відповідно змушують конкурентів відповідати й самим кидати виклики. Ба більше, подібні випадки детально, ґрунтовно вивчаються.

Ось, наприклад, в дослідженні про валютну боротьбу вказується, що «історично склалося, що валютна війна передбачає конкурентну девальвацію, яку здійснюють країни, щоб оптимізувати власну структуру витрат, збільшити експорт, створити робочі місця й дати економіці поштовх за допомогою торговельних партнерів. Це не єдиний хід валютних війн. Є набагато підступніший сценарій, у якому валюта використовується як зброя, і не в переносному значенні, а в буквальному – для завдання економічної шкоди суперникові. Лише загрози може бути достатньо, щоб супротивники знайшли компроміс на геополітичному полі битви» [1].

Такий контраст між підходами був помічений ще давно, але як наукова концепція й фреймворк до формування міжнародної економічно-політичної стратегії це було описано лише в 1980-х роках в академічних інституціях США. Зокрема, думка була розвинута політологом з Гарвардського інституту

державного управління імені Джона Ф. Кеннеді, паном Джозефом Най. Він серед іншого виокремив термін «м'яка сила» для опису можливості отримання бажаного через співробітництво і привабливість та «тверда сила», яка передбачає застосування різних примусових заходів чи прямого підкупу. У пізніших працях він також виділив поняття «розумної сили», де теоретично мають поєднуватись інструменти двох протилежних позицій.

Насправді уявлення про два різних підходи існували ще з сивої давнини. Це і той самий афоризм про «метод батога і пряника», і цитати численних стародавніх китайських філософів, про те, що «вода камінь точить», тобто по сенсу мається на увазі, що хоч вода є м'якою та легкою, час, цілеспрямованість та послідовність допомагають їй долати тверде й важке. Її гнучкість і невимушеність - це її сила

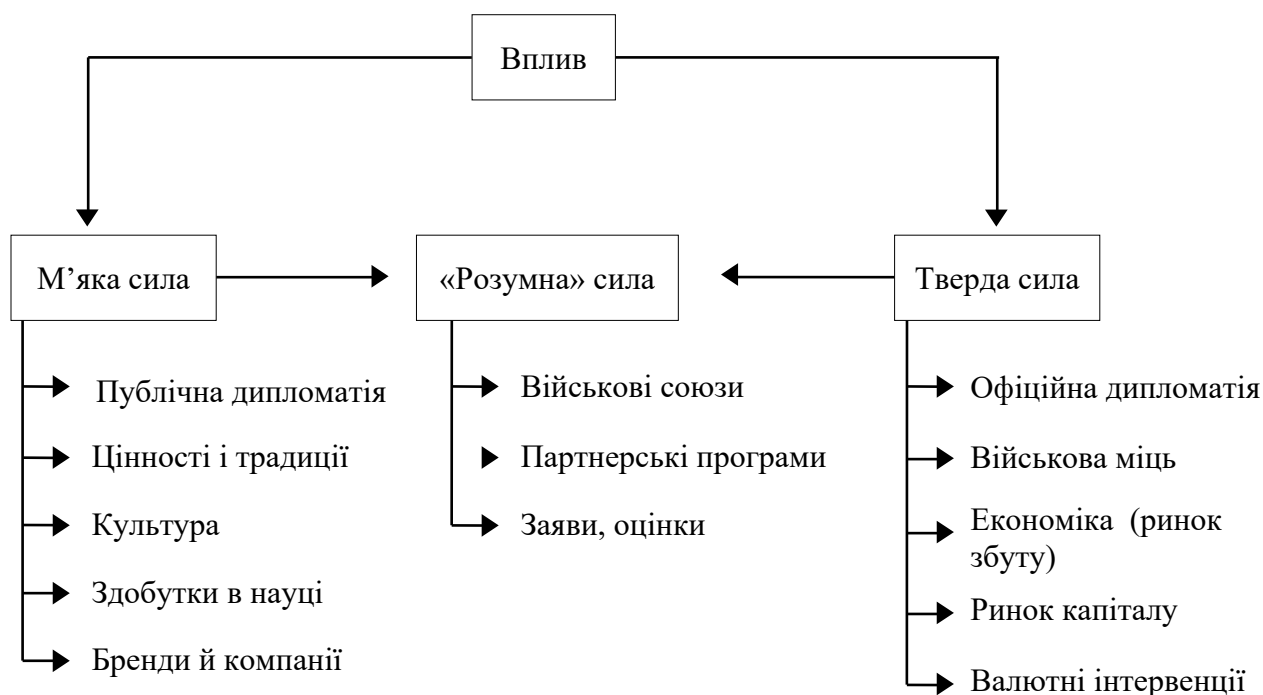


Рис. 1. Категорії впливу та їх інструменти

Джерело: узагальнено авторами [1-8]

Краще зрозуміти різницю між двома підходами в розрізі людської психології та поведінкової економіки допомагає визначення професора А. Вувінга: «М'яка сила - це можливість змінювати поведінку інших, впливаючи на їхні уподобання. Відповідно з цього виходить, що тверда сила – це здатність впливати на поведінку інших, змінюючи їхні обставини, умови.

Іншими словами тверда сила стосується зміни структур стимулів учасників, інтереси яких сприймаються як даність, а м'яка сила використовується для формування цих самих інтересів» [4].

Важливою складовою формування міжнародної політики є інструменти публічної дипломатії. На відміну від офіційної, де комунікації й взаємодії здійснюються між сторонами «дипломати – дипломати», «прем'єр-міністр – президент», «перша леді - перша леді», тощо, публічна дипломатія залишає собі простір для більш гнучкої й спеціалізованої співпраці, що дозволяє доносити своє бачення, свій меседж до широкої публіки іншої країни. Подібні зв'язки формуються у пари «уряд – громадськість», «уряд – бізнес», «бізнес – уряд», «митці – громадськість», «спортсмени – спортсмени», тощо, що комунікують більш предметно й відповідно мають більше шансів краще обґрунтувати свою позицію та думки. В більшості випадків це вигідно обом сторонам.

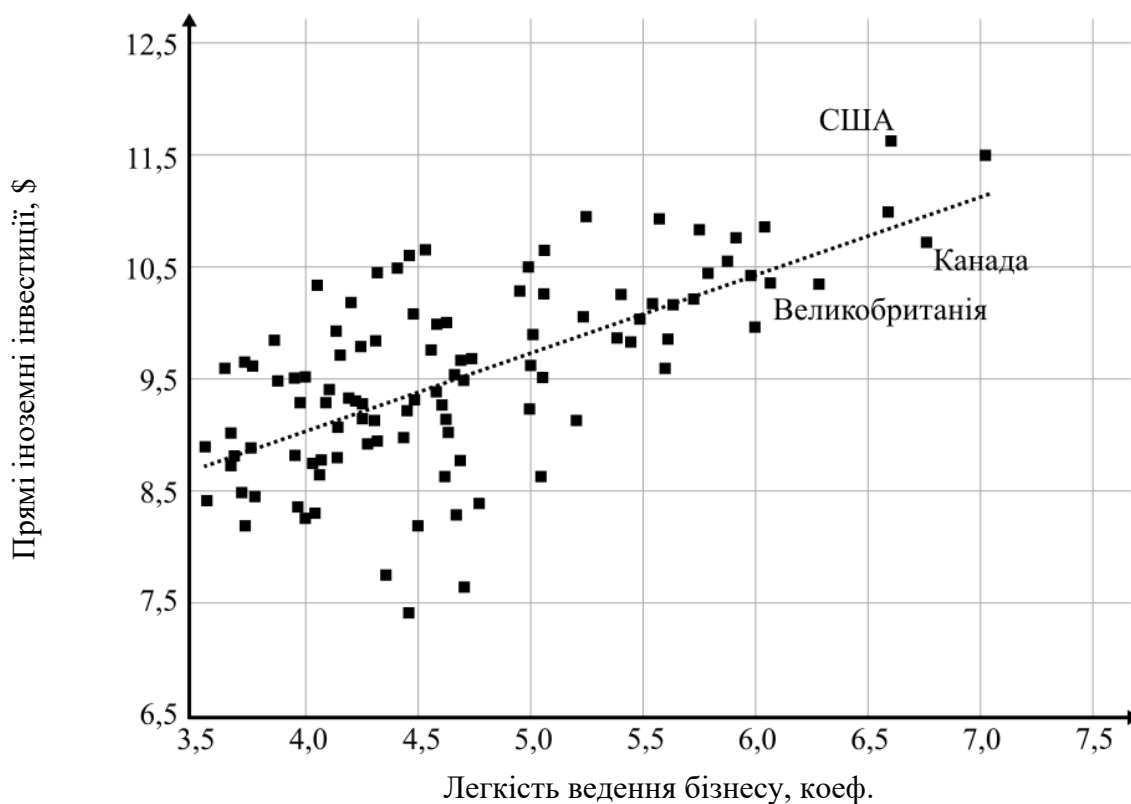


Рис. 2. Кореляція між показником прями іноземні інвестиції (FDI) та легкістю ведення бізнесу в країні з її контрагентами-резидентам

Джерело: [4]

Українське МЗС також використовує публічну дипломатію. До прикладу, у 2017 р. було створено таку державну інституцію, як «Український Інститут» з метою зміцнення міжнародної й внутрішньої суб'єктності України засобами культурної дипломатії. Ось, як характеризується їхня діяльність на сайті: «Ми налагоджуємо міжнародні культурні зв'язки між людьми та інституціями і створюємо можливості для взаємодії та співпраці України з рештою світу». Цілком зрозуміло, що це спричинює прямо чи опосередковано вплив і на бізнес, що позитивно відображається на показниках економічної ефективності й загальної продуктивності [3].

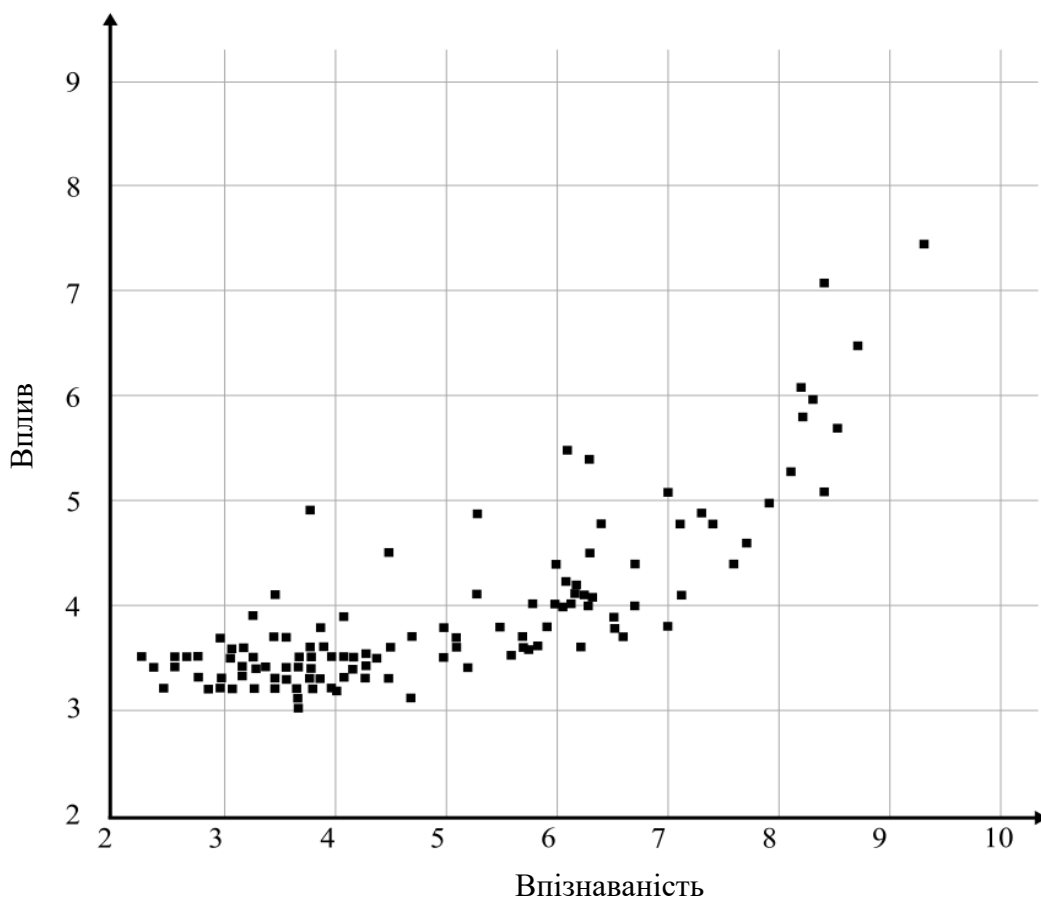


Рис. 3. Кореляція між показником впливу однієї країни на іншу та її впізнаваністю на міжнародній арені

Джерело: [7]

При цьому, варто зауважити, що дуже важливим фактором є пролонгація підходу. Планувати міжнародну взаємодію потрібно обов'язково на довготермінову перспективу, а реалізовувати враховуючи актуальні короткотермінові виклики. Адже, навіть створивши ефективну й продуману

кампанію, результат може бути нульовим через деякий час. Варто повторювати свої принципи, бачення, меседж знову і знову.

Так, по-перше покращується загальна обізнаність з країною, а по-друге, більш ймовірно, що цільова аудиторія просто запам'ятає повідомлення. Бо те, що інформується один раз, скоріш за все, забувається вже наступного дня, а періодична повторювана інформація зазвичай, але закарбовується у підсвідомості людини.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Отже, підсумовуючи усе вищенаведене, можна дійти висновку, що м'яка сила та репутація

країни мають важливе значення для міжнародної торгівлі й успішності брендів її компанії. Як уряд, так і бізнесові структури, організації, спілки й суспільство загалом повинні бути зацікавлені в їх усебічному, гармонійному розвитку. На відміну від твердої сили, інструменти м'якої сили можливо створювати і використовувати без наявності величезних природних чи людських ресурсів так, тому це доступно навіть для невеличких країн. Вона вважається більш гуманною та етичною. Хоча безумовно, як і будь-який інший вид сили, м'яку силу можуть застосовувати із негативним забарвленням, що проявляється у пропаганді, маніпуляції, лобіюванні, тощо.

Країні вигідна романтизація її образу. Маючи гарне реноме надійного, ефективного, вигідного партнера, є кращі можливості для співпраці з іншими учасниками міжнародного ринку й залучення інвестицій. Тому, над цим потрібно працювати системно й ґрунтовно.

Література

1. Digitalisation for recovery in Ukraine. OECD, 2022. URL: <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/digitalisation-for-recovery-in-ukraine-c5477864/>
2. Водянка Л. Д., Кутаренко Н. Я., Сеньовська Я. В. Суть та необхідність використання сучасних інноваційних технологій в сільському господарстві Чернівецької області. *Агросвіт*. 2018. № 5. С. 53-60.

3. Водянка Л.Д., Ксьондз С.В., Сенюк А.І. Патентно-ліцензійне забезпечення технологічної політики України. *Науковий вісник Чернівецького університету*. Економіка. 2014. Вип. 694–695. С. 67–77.
4. Вувінг А. Як працює м'яка сила. URL: <https://dkiapcss.edu/Publications/Vuving%20How%20soft%20power%20works%20APSA%202009.pdf> (дата звернення: 15.10.2023)
5. Крисанов Д.Ф., Водянка Л.Д. Інноваційний потенціал підприємств харчової промисловості. *Економіка АПК*. 2011. №4. С. 124-130
6. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розвиток економіки». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення: 15.10.2023)
7. Резнікова Н.В., Іващенко О.А., Курбала Н.В. Ідентифікаційні характеристики розвинених країн у мандатах міжнародних організацій: ознаки передової економіки у фокусі дослідження. *Економіка та держава*. 2020. № 9. С. 17-24.
8. Україна 2030Е – країна з розвинутою цифровою економікою. Український інститут майбутнього, 2018. URL: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (дата звернення: 15.10.2023)

References

1. OECD (2022), “Digitalisation for recovery in Ukraine”, [Online], available at: <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/digitalisation-for-recovery-in-ukraine-c5477864/> (Accessed 15 September 2023)
2. Vodianka, L., Kutarenko, N. and Seniovska, Ya. (2018), “The nature and necessity of the use of modern innovation technologies in the agricultural economy of the chernivtsi region”, *Agrosvit*, vol. 5, pp. 53-60.
3. Vodianka L.D., Ksyondz S.V. and Senyuk A.I. (2014), “Patent and license support of technological policy of Ukraine”, *Naukovyuy visnyk Chernivets'koho universytetu: Zbirnyk nauk. prats'*. Економіка, vol. 694-695, pp. 67–77.

4. Voving, A. L. (2009), “How soft power works” available at: <https://dkiapcss.edu/Publications/Voving%20How%20soft%20power%20works%20APSA%202009.pdf> (Accessed 15 October 2023)

5. Krysanov, D. F. and Vodianka, L. D. (2011), “Innovative potential of food industry enterprises”, *Ekonomika APK*, vol. 4, pp. 124-130.

6. Government portal (2023), “Project of the Recovery Plan of Ukraine. Materials of the working group “Recovery and development of the economy”, [Online], available at: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (Accessed 15 October 2023)

7. Reznikova, N., Ivashchenko, O. and Kurbala, N. (2020), “Identifiers of developed countries in international organizations' mandates: the features of an advanced economy in the research focus”, *Ekonomika ta derzhava*, vol. 9, pp. 17-24.

8. Ukraïns'kyj instytut majbutnjogho (2018). “Ukraine 2030E is a country with a developed digital economy”, [Online], available at: <https://strategy.uifuture.org/kraina-z-rozvinutoyu-cifrovoyu-ekonomikoyu.html> (Accessed 30 June 2023)

Стаття надійшла до редакції 06.11.2023 р.