



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ



Повноваження органів державної влади у сфері позиціювання країни за кордоном (країни Європейського Союзу та Україна)

Інформаційна довідка, підготовлена Європейським
інформаційно-дослідницьким центром на запит
народного депутата України

Європейський інформаційно-дослідницький центр створено з метою надання народним депутатам України інформації, яка може бути використана ними у законотворчій діяльності. Діяльність Європейського інформаційно-дослідницького центру здійснюється в рамках програми USAID "Рада: підзвітність, відповідальність, демократичне парламентське представництво", що виконується Фондом "Східна Європа". Більше про центр на сайті <http://euinfocenter.rada.gov.ua/>

Резюме

Національний брендинг — це комплекс заходів у сфері експорту, туризму, культури, внутрішньої та зовнішньої політики, інвестицій з розробки стратегії побудови бренду держави, що сприймається як місцевим населенням, так і іноземцями. **Метою національного брендингу** є створення позитивного зовнішньополітичного іміджу країни.

Державні органи, які мають **ключові повноваження щодо позиціювання країни** за кордоном:

Орган	Основні повноваження
Міністерство закордонних справ	<ul style="list-style-type: none">✓ Підтримка бренду країни у світі✓ Зміцнення міжнародного авторитету✓ Розвиток норм міжнародного права✓ Підтримка культурних установ країни за кордоном <i>та ін.</i>
Міністерство економіки	<ul style="list-style-type: none">✓ Підтримка міжнародних ділових місій✓ Просування економічних інтересів країни✓ Залучення іноземних інвестицій <i>та ін.</i>
Міністерство освіти та науки	<ul style="list-style-type: none">✓ Підтримка обміну студентів✓ Підтримка міжнародних програм наукового співробітництва
Міністерство культури	<ul style="list-style-type: none">✓ Підтримка культурних інститутів за кордоном✓ Сприяння міжнародному визнанню культурного спадку✓ Сприяння міжнародному культурному співробітництву <i>та ін.</i>
Агентство із залучення інвестицій (Фінляндія, Польща, Естонія)	<ul style="list-style-type: none">✓ Допомога іноземним компаніям знайти можливості для бізнесу в країні <i>та ін.</i>
Туристична рада (Фінляндія, Франція, Польща)	<ul style="list-style-type: none">✓ Розвиток міжнародного туризму✓ Моніторинг та аналіз міжнародного ринку туризму <i>та ін.</i>
Агентство освіти за кордоном (Франція)	<ul style="list-style-type: none">✓ Підтримка французьких шкіл за кордоном✓ Сприяє зміцненню співробітництва між французькими та закордонними навчальними закладами <i>та ін.</i>

Фінляндія

У 2008 році Міністерством закордонних справ було утворено спеціальну комісію по створенню бренду для Фінляндії.¹ **Мета брендингу** – зміцнення зовнішньополітичного впливу країни, підвищення інвестиційного інтересу до Фінляндії та збільшення туристичних потоків. **Міністерство закордонних справ** та **Рада з просування в Фінляндії** є ключовими органами, які відповідають за брендинг країни. У 2010 було презентовано доповідь про брендинг країни «**Місія для Фінляндії**».² Доповідь містила ключові завдання для міністерств та державних агентств:

Орган	Компетенція
Міністерство закордонних справ	<ul style="list-style-type: none">▪ Відповідає за популяризацію Фінляндії у світі▪ Сприяння «культурному експорту»▪ Підтримка державного бренду Фінляндії³
Міністерство освіти і культури	<ul style="list-style-type: none">▪ Розробка передумов для культурного експорту▪ Підтримка міжнародних культурних проектів▪ Підтримка культурного туризму та культурних інститутів за кордоном▪ <i>Центр міжнародної мобільності (Centre for International Mobility)</i> координує програми стипендій та обміну, відповідає за національну реалізацію практично всіх навчальних, культурних та молодіжних програм. Крім того, сприяє вивченню фінської мови та культури в зарубіжних університетах▪ Підвищення рівня освіти іммігрантів⁴

¹ <http://nation-branding.info/2008/09/24/branding-finland-2/>

² <http://nation-branding.info/2010/12/01/finland-nation-branding-strategy-sets-a-mission-for-all-finns/>

³ <http://formin.finland.fi/public/default.aspx?nodeid=49221&contentlan=2&culture=en-US>

⁴ <http://www.nation-branding.info/downloads/mission-for-finland-branding-report.pdf>

Міністерство економіки	Відповідає за ділове середовище Фінляндії, функціонування ринку праці та можливості працевлаштування за кордоном. Міністерство впливає на брендинг країни через агентства, які допомагають підтримувати інноваційну діяльність, а також стимулювати експорт
Міністерство сільського господарства, Муніципалітети	Створення відкритих баз даних про регіональні особливості країни. Фіксація найкращих місць для збирання грибів або ягід, що допоможе іноземним сезонним працівникам дізнатися інформацію про регіон, житло та харчування. Передбачається, що такі бази даних будуть корисними для туристів
Finnfacts	Інформаційна служба, яка підтримується <i>Міністерством економіки</i> та сприяє міжнародному інформуванню про промисловість та торгівлю фінських компаній. Організовує екскурсії для міжнародних ЗМІ ⁵
Finpro	Державне агентство, що виступає в ролі глобальної консультаційної мережі для міжнародних операцій, досліджує світові ринки. Просування бренду Фінляндії є частиною діяльності компанії <i>Finpro</i> , яка відповідає за міжнародну комунікацію та просування країни у галузі фінансів ⁶
Invest in Finland	Державне агентство, яке допомагає іноземним компаніям знайти можливості для бізнесу в Фінляндії; випускає інформацію про Фінляндію як країну, сприятливу для інвестицій, а також розробляє та координує міжнародні закупівлі. Крім того, <i>Invest in Finland</i> збирає інформацію про іноземні компанії у Фінляндії; активно співпрацює з організаціями, що працюють у сфері інтернаціоналізації та розвитку бізнесу ⁷
Finnish Tourist Board	Агентство Міністерства економіки, яке відповідає за міжнародне просування туризму Фінляндії. <i>Фінська туристична рада</i> відповідає за створення туристичного образу країни разом з компаніями у цьому секторі ⁸
Agency for Technology and Innovation	Державне агентство є джерелом фінансування дослідницьких проектів та інноваційної діяльності компаній, університетів, вищих навчальних закладів та науково-дослідних інститутів. ⁹

Естонія

У 2002 році почався активний брендинг Естонії. Розробка бренду була замовлена компанії *Interbrand*, вартість проекту склала близько 1 млн \$. **Основні напрямки роботи** – туризм, експорт, інвестиції. У результаті розробки проекту був створений слоган *Welcome to ESTonia, Go to EST*¹⁰

Орган	Компетенція
Міністерство закордонних справ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка позитивного іміджу Естонії ▪ Ініціативність в міжнародних організаціях ▪ Просування образу Естонії як інноваційної держави та держави, яка розділяє і зміцнює міжнародну відповідальність ▪ Формування ефективної міжнародної системи захисту інвестицій та сприятливого середовища для розвитку міжнародних торгово-економічних відносин ▪ Розвиток норм міжнародного права, що захищають демократію і принципи правової держави¹¹

⁵ <http://www.finnfacts.fi>

⁶ <http://www.finpro.fi/>

⁷ <http://www.investinfinland.fi>

⁸ <http://www.visitfinland.com/>

⁹ <https://www.tekes.fi/en/>

¹⁰ <http://bit.ly/21H4cl6>

¹¹ <http://vm.ee/ru/zadachi-vneshney-politiki>

Міністерство освіти і науки	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка обміну студентів із закордонними навчальними закладами (<i>Програма Nordplus</i>) ▪ Підтримка програм для навчання іноземців в Естонії (<i>Балтійське співробітництво</i>) ▪ Підтримка міжнародних програм наукового співробітництва¹²
Міністерство культури	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Сприяння міжнародному визнанню культурного спадку Естонії ▪ Реалізує міжнародні «<i>Естонська культура у світі</i>» ▪ Сприяння міжнародному культурному співробітництву (<i>країна бере участь в 15 міжнародних організаціях, форумах та партнерських програмах</i>)¹³
Міністерство економіки та комунікацій	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка міжнародних ділових місій ▪ Сприяння розвитку міжнародного туризму в Естонії ▪ Підвищення рівня обізнаності іноземців щодо відпочинку в Естонії («<i>План розвитку туризму 2014-2020</i>») ▪ Сприяння формуванню репутації Естонії як країни, яка є активним учасником глобального інформаційного співтовариства (<i>Комунікаційна стратегія 2020</i>)¹⁴
The Estonian Investment Agency	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Державне агентство, яке сприяє залученню іноземних інвестицій в Естонію та допомагає міжнародним компаніям у пошуку ділових можливостей ▪ Агентство пропонує інвестиційні консалтингові послуги ▪ Інформує про можливості бізнесу в Естонії¹⁵

Франція

У 2003 році уряд Франції доручив фахівцю з реклами Ф.Ленченеру та його агенції розробку проекту по формуванню «Марки Франції». У країні також функціонує ряд державних агентств, які сприяють формуванню позитивного іміджу країни.

Орган	Компетенція
Міністерство закордонних справ	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка позитивного іміджу країни ▪ Просування економічних інтересів Франції ▪ Підтримка мережі французьких установ культури за кордоном ▪ Міжнародне просування Франції як популярного туристичного напрямку ▪ Підтримка та розвиток «<i>спортивної дипломатії</i>» та «<i>цифрової дипломатії</i>»¹⁶
Міністерство культури	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка мережі французьких установ культури за кордоном¹⁷
Міністерство економіки та фінансів	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка французьких компаній на зарубіжних ринках ▪ Залучення іноземних інвестицій для створення нових робочих місць
Invest in France	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Агентство підзвітне <i>Міністерству економіки і фінансів, Міністерству регіонального розвитку</i> ▪ Агентство відповідає за залучення міжнародних інвестицій, посилення економічної привабливості країни. Мережа агентств працює на міжнародному, національному та регіональному рівнях¹⁸

¹² <https://www.hm.ee/et>

¹³ <http://www.kul.ee/et>

¹⁴ <https://www.mkm.ee/et/eesmargid-tegevused/euroopa-liit-ja-rahvusvaheline-koostoo>

¹⁵ <https://www.investinestonia.com/en/>

¹⁶ <http://www.diplomatie.gouv.fr/fr/>

¹⁷ <http://www.culturecommunication.gouv.fr/>

¹⁸ <https://www.economie.gouv.fr>

Агентство з розвитку туризму	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Агентство проводить постійний моніторинг та аналіз міжнародного ринку туризму; визначає стратегічні напрямки розвитку французького туризму ▪ Співпрацює з компаніями для підвищення конкурентоспроможності бізнесу та привабливості французьких туристичних напрямків ▪ Підтримка приватних та державних інвестиційних проектів розвитку міст¹⁹
Ubifrance	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Агентство з розвитку міжнародного бізнесу. Надає допомогу французьким компаніям у їх експортних маршрутах з орієнтацією на зовнішні ринки
Агентство французької освіти за кордоном	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Агентство працює при Міністерстві закордонних справ та відповідає за підтримку французьких шкіл за кордоном ▪ Сприяє зміцненню співробітництва між французькими та закордонними навчальними закладами²⁰
Муніципалітети	<p>Регіональні стратегії позиціонування країни. Просування бренду «Франція» носить яскраво виражений регіональний характер. Просування міст Франції відбувається через: <i>інтерактивність</i>; <i>офлайн-активність</i> (навіть у невеликих населених пунктах є офіси туризму); <i>участь у галузевих міжнародних туристичних заходах</i>; <i>проведення власних заходів</i>.</p>

Польща

У 1996 році було започатковано програму «Бренд – брендам» («*Marka – Markom*»), яка мала на меті відродження значимості товарних брендів у Польщі та підтримку їх за кордоном. У 2001 році стратегія державного брендингу Польщі була переглянута і розширена. Державний бренд було спрямовано на досягнення не лише економічних, але й політичних цілей. Тендер виграло польське рекламне агентство *Corporate Profiles DDB*.

Орган	Компетенція
Міністерство закордонних справ	<p>У «<i>Стратегії зовнішньої політики Польщі 2017-2021</i>»²¹ виокремлено розділ із завданнями із просування позитивного іміджу Польщі:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Підтримка позитивного іміджу країни та його «укріплення в європейському та світовому масштабі» ▪ Продовження роботи зі створення ефективної мережі польських інституцій ▪ Розробка «наукової дипломатії», сприяння польським дослідженням ▪ Зміцнення міжнародного авторитету за допомогою активної політики розвитку польської науки ▪ Проводити рекламні ініціативи спільно з польською громадою ▪ Просування Польщі як країни інновацій ▪ Співпраця з поляками, які проживають за кордоном <p>При Міністерстві працює <i>Міжвідомча комісія щодо просування Польщі за кордоном</i>, до складу якої входить 10 цільових груп:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Цільова група «Польський бренд» • Цільова група «Управління інформацією» • Цільова група «Залучення потенціалу поляків, що проживають за кордоном» • Цільова група «Історична дипломатія і політика пам'яті» • Цільова група «Просування польської культури» • Цільова група «Просування науки, освіти та мови» • Цільова група «Просування польської кухні»

¹⁹ <http://atout-france.fr/services/missions>

²⁰ <http://www.aefe.fr/>

²¹ <http://www.msz.gov.pl/resource/978285e3-5684-4fcb-8d7e-d0a8bfd0fdb:JCR>

	<ul style="list-style-type: none"> • Цільова група «Сприяння економічній дипломатії та економіці» • Цільова група «Просування туризму і спорту» • Цільова група «Польське просування на рівні місцевого самоврядування»²²
Міністерство спорту та туризму	Міжнародне просування Польщі як популярного туристичного напрямку
Інститут польського бренду	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Науково-дослідний центр працює під егідою Національної торгової палати ▪ Аналізує досвід інших країн щодо національного брендингу та розробляє рекомендації щодо реалізації проектів у цьому напрямку²³
Польська туристична організація	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Польська туристична організація відповідальна за просування за кордоном Польщі як туристичного напрямку ▪ Основними завданнями організації є планування, розвиток, координація і реалізація таких видів діяльності, як іміджеві кампанії і реклама, підбір операторів, співпраця з місцевими туристичними організаціями, підтримка зв'язків зі ЗМІ, участь в міжнародних і регіональних виставках та ярмарках з туризму, організація конференцій і семінарів²⁴
Агенція торгівлі та іноземних інвестицій	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Заохочення іноземних компаній інвестувати до Польщі ▪ Надання інформації про польську систему інвестиційних стимулів ▪ Допомога в тлумаченні законів і нормативних актів ▪ Супровід інвестиційних проектів іноземних компаній по всій країні та допомога у підготовці необхідних документів ▪ Консультування на кожному етапі інвестування ▪ Створення позитивного іміджу Польщі у світі і просування польських товарів та послуг шляхом організації конференцій, семінарів та виставок, організація рекламних кампаній і співпраця із засобами масової інформації²⁵

Україна

Ключові повноваження щодо позиціонування України у світі мають такі органи державної влади:

- Міністерство закордонних справ України
- Міністерство інформаційної політики України
- Міністерство економічного розвитку і торгівлі
- Міністерство освіти і науки України
- Міністерство культури

Компетенція **центральных органів державної влади** щодо позиціонування України може бути закріплена в **положеннях про діяльність цих органів** (див. таблицю) та у спеціальних **стратегіях/концепціях/програмах**, де визначено: (1) строки, (2) завдання та заходи, направлені на формування позитивного іміджу України; (3) компетентні органи, відповідальні за виконання завдань. Прикладом є актуальна на сьогодні **Концепція популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі** (див. додаток 1).

У державних **стратегіях/концепціях** можуть також зазначатися компетенція місцевих органів державної влади (див. додаток 2). Крім цього, місцеві органи влади можуть приймати **регіональні програми** і також сприяти формуванню позитивного іміджу країни. Наприклад, розвиток міжнародного туризму в регіоні (див. додаток 3).

²² <http://bit.ly/2ugfkhG>

²³ <http://imp.org.pl/>

²⁴ www.pot.gov.pl

²⁵ <http://www.paih.gov.pl/pl>

Міністерству закордонних справ належить пріоритет у формуванні міжнародного іміджу України. У Положеннях про МЗС зазначено, що одним із основних завдань міністерств є «сприяння входженню України до світового інформаційного простору, піднесенню її міжнародного авторитету, формуванню позитивного іміджу держави як надійного і передбачуваного партнера».²⁶ Компетенції інших органів державної влади:

Орган	Завдання	Додатково
Міністерство інформаційної політики	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Розробляє разом з МЗС, Мінкультури та МОН плани заходів та програмні документи щодо позиціонування України в світі (п. 4.15) ▪ Вживає разом з іншими центральними органами виконавчої влади заходів для популяризації вітчизняної телепродукції за кордоном (п. 4.18) ▪ Організовує та забезпечує діяльність державних телерадіоорганізацій в частині закордонного мовлення з метою поширення інформації про Україну у світі (п. 4.23) ▪ Здійснює міжнародне співробітництво (п. 4.27) 	Положення про Міністерство інформаційної політики України від 14.07.15 ²⁷
Міністерство економічного розвитку і торгівлі	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Здійснює заходи, у тому числі міжнародні, спрямовані на формування позитивного інвестиційного іміджу (п.4) ▪ Забезпечує представництво в міжнародних організаціях, налагоджує співпрацю з органами влади іноземних держав щодо розвитку малого і середнього підприємництва (п.4) ▪ Опрацьовує проектні пропозиції щодо ініціювання інвестиційних проектів економічного і соціального розвитку України, що підтримуються міжнародними фінансовими організаціями, готує висновок про відповідність проектів пріоритетам державної політики у відповідній сфері (п.4) ▪ Бере участь у підготовці та забезпечує роботу національних експозицій України на всесвітніх та міжнародних виставках і ярмарках (п.4) ▪ Проводить дослідження туристичного ринку, готує і поширює інформацію про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку та всередині держави ▪ Вживає заходів до розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку та ін. 	Положення про Міністерство економічного розвитку і торгівлі України від 20.08.14 ²⁸
Міністерство культури	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Здійснює заходи, спрямовані на популяризацію культурних надбань Українського народу за межами України і світової культури в Україні (п. 4.86) ▪ Залучає представників української діаспори до участі в культурно-мистецьких проектах та інших видах культурної діяльності; підтримує міжнародний культурний обмін та сприяє співробітництву державних установ, громадських організацій та приватного сектору у сфері міжнародного культурно-мистецького співробітництва (п. 4.87) ▪ Сприяє розширенню міжнародного співробітництва з державами, що мають в Україні етнічні спільноти (п. 4.102) 	Положення про Міністерство культури України ²⁹
Міністерство освіти і науки України	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Забезпечує інтеграцію вітчизняної науки у світовий науковий простір із збереженням і захистом національних пріоритетів (п. 4.30) ▪ Здійснює міжнародне співробітництво (п. 4.90) 	Положення про Міністерство освіти і науки України ³⁰
Міжвідомча комісія з питань популяризації України	Сприяння в реалізації концепції популяризації України, розгляд питань, пов'язаних з формуванням позитивного іміджу України у світовому інформаційному просторі, а також координація між відомствами в даних питаннях	Положення про Міжвідомчу комісію з питань популяризації України у світі ³¹

²⁶ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/381/2011>

²⁷ <http://mip.gov.ua/cr/documents/7.html>

²⁸ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/459-2014-%D0%BF/paran10#n10>

²⁹ <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/388/2011>

³⁰ <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/630-2014-%D0%BF#n8>

³¹ <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=250113021>

Національна суспільна телерадіокомпанія України	Сприяння зміцненню міжнародного авторитету України (п.12.8)	Статут ПАТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України» ³²
Державний комітет телебачення і радіомовлення України	<ul style="list-style-type: none"> Вносить КМУ пропозиції щодо створення за кордоном мережі кореспондентських пунктів державних телерадіоорганізацій та інформаційних агентств (п. 4.27) Здійснює інформаційне та організаційне забезпечення участі України у міжнародних телекомунікаційних виставках, ярмарках, форумах (п. 4.30) 	Положення про Державний комітет телебачення і радіомовлення України ³³
Офіс з просування експорту	<ul style="list-style-type: none"> Розвиток експортних компетенцій українського бізнесу Промоції українських товарів та послуг за кордоном Налагодження співробітництва між українським та закордонним бізнесом³⁴ 	
Офіс із залучення та підтримки інвестицій ³⁵	<ul style="list-style-type: none"> Сприяння взаємодії інвесторів з державними органами та органами місцевого самоврядування, відповідними суб'єктами господарювання під час підготовки та реалізації ними інвестиційних проектів із залученням прямих іноземних інвестицій Підготовка пропозицій щодо формування і реалізації інвестиційного потенціалу України, підтримки пріоритетних інвестиційних проектів, поліпшення інвестиційного клімату в Україні, забезпечення захисту прав інвесторів Визначення шляхів, механізмів та способів вирішення проблемних питань, що виникають під час реалізації інвестиційних проектів Підвищення ефективності діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади щодо взаємодії з інвесторами³⁶ 	
Національний інформаційний центр академічної мобільності	<ul style="list-style-type: none"> Участь у виконанні міжнародних програм академічного обміну учнями, студентами та аспірантами Організаційне забезпечення навчання, стажування або підвищення кваліфікації громадян України у навчальних закладах інших держав³⁷ 	

Актуальні розпорядження та постанови, направлені на формування позитивного іміджу України:

- Розпорядження «Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року»³⁸ (16.03.17, №168-р)
- Розпорядження «Про схвалення Концепції Державної програми співпраці із закордонними українцями на 2017-2020 роки»³⁹ (21.06.17, №428-р)
- Розпорядження «Про схвалення Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі»⁴⁰ (11.10.16, №739-р) **див. додаток 1**
- Постанова «Про утворення Міжвідомчої комісії з питань популяризації України у світі»⁴¹ (07.06.17, №467)
- Постанова «Про затвердження порядку використання коштів, передбачених у державному бюджеті для фінансової підтримки забезпечення міжнародного позитивного іміджу України та здійснення заходів щодо підтримки зв'язків з українцями, які проживають за межами України»⁴² (22.03.17, №165)

Додаток 1.

³² <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1039-2016-%D0%BF/page>

³³ http://comin.kmu.gov.ua/control/publish/article/main?art_id=135222&cat_id=32820

³⁴ <https://epo.org.ua/pro-nas/>

³⁵ <http://ukraineinvest.com/>

³⁶ <http://www.kmu.gov.ua/control/uk/cardnpd?docid=249425329>

³⁷ <http://www.enic.in.ua/index.php/ua/>

³⁸ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80#n9>

³⁹ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/428-2017-%D1%80>

⁴⁰ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/739-2016-%D1%80/paran8#n8>

⁴¹ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/467-2017-%D0%BF>

⁴² <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/165-2017-%D0%BF>

ПЛАН ЗАХОДІВ
з реалізації Концепції популяризації України у світі та просування інтересів України у
світовому інформаційному просторі⁴³

Мета Концепції: популяризація України у світових інформаційних ресурсах та національних інформаційних ресурсах іноземних держав; формування позитивного іміджу України шляхом висвітлення об'єктивної інформації про конкурентні переваги, сильні сторони, вагомі досягнення нашої держави на світовій арені, широкі перспективи співпраці міжнародної спільноти з Україною; забезпечення на міжвідомчому рівні постійної скоординованої діяльності з підготовки і поширення у світовому інформаційному просторі правдивої та об'єктивної інформації про Україну.

Строк виконання: на період до 2020 року

Завдання	Заходи	Відповідальні за виконання
Формування дієвого механізму популяризації України в світі	1) внесення на розгляд Уряду проекту нормативно-правового акту про утворення постійної Міжвідомчої комісії з питань популяризації України у світі при Кабінеті Міністрів України із залученням експертів, представників громадянського суспільства	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ інші заінтересовані центральні органи виконавчої влади
	2) проведення моніторингу, контент-аналізу та зведення соціологічних даних щодо сприйняття України у світі залежно від регіонів та груп населення	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ Мінекономрозвитку
	3) затвердження стратегій популяризації освітнього, інвестиційного, оздоровчого, наукового потенціалу України відповідно до компетенції центральних органів виконавчої влади	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МОН ▪ Мінекономрозвитку ▪ МОЗ ▪ інші заінтересовані центральні органи виконавчої влади
Забезпечення інституційної співпраці з інститутами громадянського суспільства, представниками народної дипломатії	1) налагодження дієвої інституційної співпраці з інститутами громадянського суспільства	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ інші заінтересовані центральні органи виконавчої влади
	2) залучення до розроблення програмних документів, зокрема інституційних стратегій популяризації, за конкретними напрямками експертів, представників громадянського суспільства	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МОН ▪ Мінекономрозвитку ▪ МОЗ ▪ Мінкультури ▪ інші заінтересовані центральні органи виконавчої влади
Підвищення кваліфікації кадрового ресурсу	1) організація розроблення навчальних програм підвищення кваліфікації державних службовців, до повноважень яких належать питання представлення інтересів України на міжнародній арені та розвитку туризму в Україні	<ul style="list-style-type: none"> ▪ НАДС
	2) запровадження проведення регулярних брифінгів з метою оперативного інформування українців та іноземців про точку зору України з усіх ключових питань, включно з проблемними, що будуватиме довіру та розуміння пріоритетів та репутації країни	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МЗС ▪ інші заінтересовані центральні органи виконавчої влади
Створення єдиного стандарту щодо елементів просування України у світі	1) формування технічного завдання за участю експертів, представників громадянського суспільства	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ Мінекономрозвитку ▪ Мінкультури ▪ МЗС
	2) проведення конкурсу на створення єдиного стандарту щодо елементів просування України у світі, громадські обговорення та погодження з експертними групами	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ Мінекономрозвитку ▪ МЗС
Проведення комплексних кампаній	1) забезпечення на високому рівні підготовки та виготовлення інформаційних матеріалів залежно від заданої тематики, регіонів та груп населення	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ МЗС ▪ Мінекономрозвитку ▪ МОН

⁴³ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/383-2017-%D1%80>

популяризації України	2) розміщення друкованої продукції, відеоматеріалів, матеріалів для Інтернету	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ МЗС
Підвищення рівня присутності України у міжнародних заходах та на інформаційних майданчиках у міжнародному, академічному, культурному і громадському середовищі	1) участь України у Франкфуртському міжнародному книжковому ярмарку	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінкультури ▪ Український інститут книги ▪ МЗС
	2) участь України у Венеціанському бієнале сучасного мистецтва	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінкультури ▪ МЗС
	3) участь у міжнародних кінофестивалях	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Держкіно ▪ МЗС
	4) презентація оновленого веб-сайту Українського державного центру міжнародної освіти для представників іноземного дипломатичного корпусу в Україні	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МОН ▪ МЗС ▪ «Український державний центр міжнародної освіти» (за згодою)
	5) інформування світової громадськості про можливість навчання в Україні (для іноземців, у тому числі закордонних українців)	<ul style="list-style-type: none"> ▪ «Український державний центр міжнародної освіти» (за згодою) ▪ МОН, МЗС, МІП ▪ Національний інформаційний центр академічної мобільності
	6) інформування світової громадськості про: особливості інтеграції національної системи освіти до європейського освітнього простору; участь в інформаційних та дослідницьких програмах, семінарах та інших заходах	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МОН, МЗС, МІП ▪ Національний інформаційний центр академічної мобільності (за згодою)
Реалізація проектів культурної дипломатії та стратегій популяризації потенціалу України у світі	1) проведення тематичних заходів з відзначення 20-ї річниці підписання Хартії про особливе партнерство між Україною і НАТО	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МЗС ▪ Міноборони ▪ МІП
	2) проведення публічного іміджевого заходу - Open Air-2017, присвяченого тематиці деокупації Криму	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МЗС
Реалізація туристичного потенціалу України	1) проведення аналізу процедури в'їзду та перебування в Україні іноземців, визначення проблем та внесення необхідних змін, у тому числі до нормативно-правових актів	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Адміністрація Держприкордонслужби ▪ Мінекономрозвитку ▪ МЗС, МІП ▪ Мінінфраструктури
	2) виготовлення та розповсюдження друкованої продукції про туристичні можливості регіонів України іноземними мовами	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ МІП ▪ МЗС
	3) створення промо-роликів про туристичні можливості регіонів України	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ МІП ▪ Національна суспільна телерадіокомпанія України
	4) створення та поширення соціальної реклами у сфері туризму	<ul style="list-style-type: none"> ▪ МІП ▪ Мінекономрозвитку ▪ Національна суспільна телерадіокомпанія України
	5) забезпечення інформування світової спільноти у ключових туристичних виданнях, журналах авіакомпаній Європи, Близького Сходу, Азії	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ МІП
	6) сприяння реалізації проектів, спрямованих на популяризацію використання української мови в екскурсійних турах за кордоном	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ МІП ▪ МЗС
Поширення інформації про експортні можливості . Реалізація експортного потенціалу України	1) розроблення концепції популяризації та просування за кордоном товарів та послуг під брендом "Бренд UA"	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ Офіс з просування експорту при Мінекономрозвитку
	2) організація проведення за кордоном спільних заходів за участю вітчизняних виробників бізнес-асоціацій і компаній з метою поширення інформації про можливості українського експорту	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ МЗС ▪ МІП
	3) сприяння участі українських компаній у престижних міжнародних виставкових заходах за кордоном. Організація в рамках таких заходів національних стендів України	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку ▪ МЗС ▪ об'єднання українського бізнесу (за згодою)
	4) проведення бізнес-форумів <i>та ін.</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінекономрозвитку
Реалізація транзитного	1) проведення міжнародних зустрічей, переговорів та конференцій, спрямованих на узгодження конкурентних тарифних умов, спрощення формальних процедур митного та прикордонного	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Мінінфраструктури

потенціалу України	оформлення вантажів, зменшення часу перевезень, розширення географії та пошук нових маршрутів міжнародних вантажних перевезень	
	2) участь у засіданнях Транспортної панелі Східного партнерства	▪ Мінінфраструктури
Створення конкурентних умов для вантажоперевезень територією України	1) підготовка та проведення конференції Міністрів транспорту	▪ Мінінфраструктури
	2) проведення регіональної євроінтеграційної конференції у сфері транспорту	
	3) проведення зустрічі Міністрів транспорту потенційних країн-учасників із створення альтернативного транспортного маршруту на ринки країн азіатсько-тихоокеанського регіону <i>та ін.</i>	
Утвердження України у світовій спільноті як спортивної держави шляхом її представлення у міжнародних спортивних заходах	забезпечення участі національних збірних команд з олімпійських та неолімпійських видів спорту у міжнародних заходах, проведення міжнародних спортивних заходів на території України. Висвітлення відповідної інформації на веб-сайтах та в засобах масової інформації	▪ Мінмолодьспорт ▪ Спортивний комітет України ▪ всеукраїнські федерації з видів спорту (за згодою) ▪ Національний олімпійський комітет України (за згодою)
Забезпечення взаємовигідної співпраці з українською діаспорою щодо популяризації України та українців, просування їх інтересів в інших державах і на міжнародній арені	реалізація Меморандуму про співпрацю між Кабінетом Міністрів України та Світовим конгресом українців від 27 вересня 2016 р.	▪ МЗС ▪ МВС ▪ МОН ▪ МОЗ ▪ Мін'юст ▪ МІП ▪ Мінкультури ▪ Мінмолодьспорт ▪ Мінекономрозвитку ▪ Держкомтелерадіо ▪ Український інститут національної пам'яті
Обмін досвідом між молоддю у сфері національно-патріотичного виховання	проведення міжнародних національно-патріотичних заходів, спрямованих на популяризацію України у світі	▪ Мінмолодьспорт
Забезпечення функціонування механізму відстеження та протидії інформаційним кампаніям та дезінформації , спрямованим проти України	проведення моніторингу видавничої продукції, що має походження (виготовлена) та/або ввозиться з території держави-агресора, тимчасово окупованої території України	▪ Держкомтелерадіо ▪ МІП

Додаток 2.

Постанова від 3 червня 2009 р. N 554⁴⁴

Про затвердження Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України⁴⁵

Мета Програми. Організація і проведення органами виконавчої влади інформаційної кампанії, спрямованої на підвищення рівня поінформованості міжнародного співтовариства про Україну, та зміцнення її міжнародного авторитету у сфері політики, економіки і культури, що є необхідним для забезпечення захисту національних інтересів нашої держави.

Строк виконання: 2009-2011 роки

⁴⁴ наведено уривок постанови (завдання 1,2,3 та 4)

⁴⁵ <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/554-2009-%D0%BF>

Завдання	Заходи	Орган влади
1. Координація інформаційної діяльності міністерств із застосуванням єдиного підходу до формування позитивного іміджу України	1) розроблення стратегії щодо позиціонування України за кордоном, координація на її основі інформаційної діяльності міністерств, інших центральних органів виконавчої влади на міжнародному рівні з метою формування позитивного іміджу України 2) розроблення та затвердження програми навчання працівників з питань іміджевої політики структурних підрозділів центральних органів	МЗС
2. Формування іміджу України як європейської держави , в якій відбуваються демократичні перетворення	1) забезпечення функціонування веб-сайтів з розміщенням матеріалів іноземними мовами, спрямованих на популяризацію на міжнародному рівні української тематики	МЗС Облдержадміністрації: Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Київська, Луганська, Львівська, Одеська, Рівненська, Сумська, Хмельницька
	2) забезпечення співробітництва з провідними зарубіжними засобами масової інформації з метою розміщення позитивних публікацій про Україну	МЗС
	3) організація інформаційного обміну з журналістами провідних зарубіжних засобів масової інформації	МЗС, Держкомтелерадіо Облдержадміністрації: Донецька, Житомирська, Закарпатська, Львівська, Одеська, Рівненська, Сумська, Чернігівська
3. Популяризація України на міжнародному рівні	1) створення і розповсюдження за кордоном друкованих матеріалів краєзнавчо-культурологічної тематики іноземними мовами	МЗС
	2) створення відео-, фото- та електронних матеріалів про Україну іноземними мовами для забезпечення міжнародної інформаційної та іміджевої діяльності закордонних дипломатичних установ України	МЗС
	4) супроводження міжнародних заходів, що проводяться в Україні (<i>форумів, конференцій, семінарів, засідань за круглим столом тощо</i>) рекламними матеріалами іноземними мовами	МЗС Облдержадміністрації: Донецька, Житомирська, Закарпатська, Сумська, Івано-Франківська, Луганська, Львівська, Одеська, Рівненська,
	5) забезпечення присутності на міжнародних виставках, форумах, конгресах за кордоном інформаційно-рекламних матеріалів іноземними мовами, що популяризують Україну	МЗС, Держкомтелерадіо Облдержадміністрації: Донецька, Житомирська, Закарпатська, Запорізька, Івано-Франківська, Київська, Львівська, Сумська, Чернігівська
	6) організація та проведення днів регіонів України за кордоном	Мінрегіонбуд Облдержадміністрації: Житомирська, Сумська, Закарпатська, Рівненська, Івано-Франківська, Львівська
	4. Формування іміджу України як країни з економікою , привабливою для міжнародних інвестицій	1) виготовлення і розповсюдження в Україні та за кордоном інформаційної та іміджевої продукції іноземними мовами щодо інвестиційної привабливості України
2) проведення в Україні інвестиційних заходів та участь у міжнародних інвестиційних заходах за кордоном		Мінпромполітики Облдержадміністрації: Житомирська, Одеська, Закарпатська, Львівська, Запорізька, Сумська, Рівненська, Херсонська
3) розміщення в зарубіжних ЗМІ публікацій щодо інвестиційної привабливості України		МЗС Мінпромполітики Облдержадміністрації: Житомирська, Закарпатська, Рівненська, Сумська, Херсонська

КОМПЛЕКСНА РЕГІОНАЛЬНА ЦІЛЬОВА ПРОГРАМА
Розвитку туризму в області на 2016-2020 роки (Івано-Франківська обласна рада)⁴⁶

Метою Програми є перетворення туризму на одну із провідних галузей економіки області, формування конкурентоспроможного *на національному та міжнародному ринках* туристичного продукту для потреб розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

Строк виконання: 2016-2020 роки

Підпрограма	Виконавець
Розвиток туристично-рекреаційної інфраструктури	<ul style="list-style-type: none"> • Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування • Департамент міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури • Департамент будівництва, житлово-комунального господарства, містобудування та архітектури • Управління екології та природних ресурсів, облдержадміністрації • Обласне управління лісового та мисливського господарства • Адміністрації територій та об'єктів природно-заповідного фонду • Івано-Франківський обласний державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді • Регіональний туристично-інформаційний центр
Розвиток і диверсифікація туристичного продукту, підвищення якості послуг	<ul style="list-style-type: none"> • Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування • Департамент міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури • Департамент освіти і науки • Управління культури, національностей та релігій • Управління молоді і спорту облдержадміністрації • Адміністрації туристично-екскурсійних об'єктів • Івано-Франківський обласний державний центр туризму і краєзнавства
Промоція туристичного потенціалу	<ul style="list-style-type: none"> • Місцеві органи виконавчої влади та органи місцевого самоврядування • Департамент міжнародного співробітництва, євроінтеграції та розвитку туристичної інфраструктури • Департамент освіти і науки, управління молоді і спорту • Управління культури, національностей та релігій облдержадміністрації • Адміністрації територій та об'єктів природно-заповідного фонду

Інформацію підготувала Анастасія Паршикова,
аналітик Європейського інформаційно-дослідницького центру
<http://euinfocenter.rada.gov.ua/>

⁴⁶ <http://bit.ly/2ulrOCf>