

## ФАКТОРИ ВПЛИВУ НА ПРЯМІ ІНОЗЕМНІ ІНВЕСТИЦІЇ

ПРОХОРОВА Марина Едуардівна

кандидат економічних наук, доцент,  
Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету

ГАДІЯК Анастасія Георгіївна

бакалавр спеціальності «Міжнародні економічні відносини»,  
Інституту міжнародних відносин Національного авіаційного університету

*У статті досліджено фактори впливу на прямі іноземні інвестиції. Проведено аналіз різних класифікацій факторів, що впливають на рішення інвестора щодо інвестування, запропоновано розроблену авторами класифікацію факторів.*

**Ключові слова:** *прямі іноземні інвестиції, інвестор, мікрофактори, макрофактори.*

**Постановка проблеми.** Прямі іноземні інвестиції відіграють важливу роль у стратегічному розвитку країни. Інвестиційна діяльність має за мету отримання прибутку в першу чергу та забезпечення найбільш ефективних шляхів реалізації інвестиційної стратегії підприємства. На сьогодні багато компаній, які виходять на міжнародний ринок, використовують саме іноземне інвестування. При цьому існує низка факторів, які впливають на пряме іноземне інвестування, а саме на рішення інвестора.

**Ступінь розробленості проблематики.** Аналіз факторів впливу на прямі іноземні інвестиції не був частим предметом дослідження вчених. Зокрема І. Бланк, Т. Майорова, Ю. Воробйов виділяють лише п'ять головних факторів впливу на прямі іноземні інвестиції, О. Шкурूपій розглядає лише три фактори, кожен з яких у свою чергу поділяється на підфактори. Також вплив факторів на прямі іноземні інвестиції вивчали такі вчені: В. Грідасов, Е. Якименко, В. Гончаренко, І. Артеменко, Н. Скринник.

Загалом не існує єдиного підходу до класифікації факторів впливу на рішення інвестора щодо інвестування у сучасній літературі, саме це, на думку авторів, є невирішеною частиною загальної проблеми даної теми.

**Метою даної статті** є вивчення та аналіз сучасних публікацій та розробка більш загальної класифікації факторів впливу на прямі іноземні інвестиції, яку можна буде використовувати у вивченні прямих іноземних інвестицій.

**Викладення основного матеріалу.** Сукупність усіх факторів, що впливають на остаточне рішення інвестора щодо інвестування являє собою інвестиційну привабливість [3]. Звісно ж, кожен конкретний інвестор керується власними мотивами, опираючись на власний досвід, але ж існують найпоширеніші фактори впливу на рішення інвестора.

На сьогодні науковці не дійшли згоди щодо загальної класифікації факторів, що впливають на прямі іноземні інвестиції.

Наприклад, Є.А. Якименко виділяє такі фактори: фінансовий стан, привабливість продукції, знешеність основних фондів, якість персоналу [8].

Н.В. Нікешина з погляду комплексного аналізу інвестиційного клімату в країні і її регіонах, виділяє такі характеристики: політична стабільність, темпи економічного зростання, конвертованість валюти, заробітна плата і рівень продуктивності праці, короткострокові і довгострокові кредити за рахунок власного капіталу, ставлення до іноземних інвестицій і прибутків, масштаби приватизації (або націоналізації), стан платіжного балансу, ступінь реальності реалізації договору, рівень розвиненості транспорту і зв'язку, місцевого самоврядування, наявність надійних партнерів, можливість використання послуг експертів. Узагальнюючи ці характеристики, вона виділяє основні фактори створення сприятливого інвестиційного клімату: політичні, економічні, соціальні, екологічні, фінансові, ресурсно-сировинні, трудові, виробничі, інноваційні, інфраструктурні, споживчі, інституціональні, законодавчі, кримінальні [5].

І.А. Бланк [1], Т.В. Майорова [4], Ю.М. Воробйов [2] виокремлюють п'ять чинників:

- важливість галузі;
- характеристики споживання продукції;

- рівень державного втручання;
- соціальна роль галузі;
- фінансові умови роботи галузі.

А Т.В. Майорова до таких факторів відносить:

- рівень розвитку продуктивних сил та стан інвестиційного ринку – це стан та структура виробництва, рівень розвитку робочої сили, стан ринку інвестиційних товарів і послуг;
- політичні та правові чинники: створення відповідного законодавчого та нормативного поля, яке залежить від політичної волі законодавчої та виконавчої гілок влади; заходи з державної підтримки та стимулювання інвестиційної діяльності; досягнення стабільності національної грошової одиниці; валютне регулювання; забезпечення привабливості об'єктів інвестування;
- стан фінансово-кредитної системи та діяльність фінансових посередників: інвестиційна діяльність комерційних банків; рівень розвитку та функціонування пара банківської системи; інвестиційна політика НБУ;
- статус іноземного інвестора: режим іноземного інвестування; діяльність міжнародних фінансово-кредитних інституцій; наявність вільних економічних та офшорних зон;
- інвестиційну активність населення: відносини власності в державі; стан ринку нерухомості; стабільність національної валюти тощо [4].

О.В. Шкурупій виділяє три фактори впливу на іноземні інвестиції (табл.1) [7].

Таблиця 1

Фактори впливу на іноземні інвестиції		
Фактори пропозиції	Фактори попиту	Політичні фактори
витрати на виробництво	доступ споживачів до товарів (послуг) компанії	можливість обійти торгівельні обмеження;
логістика	маркетингові переваги	фактори, що стимулюють економічне зростання
наявність ресурсів	використання конкурентних переваг	
доступ до технологій	мобільність замовників	

Аналізуючи табл.1 необхідно розглянути кожен з факторів окремо. Крім того, слід в'яснити, як вони позитивно та негативно впливають на прийняття рішень інвестора щодо прямих іноземних інвестицій. На нашу думку, це доцільно буде зробити на прикладах відомих компаній, які користуються цими факторами впливу.

Почнемо з аналізу факторів пропозиції.

Витрати на виробництво істотно впливають на прийняття рішення інвестора щодо інвестування. Наприклад, Novolabs, невелика німецька компанія з розробки програмного забезпечення, перенесла більшу частину своєї діяльності з випуску програмних продуктів до м. Новосибірськ (Росія). У цьому сибірському місті компанія Novolabs скористалася можливістю найняти висококваліфікованих, талановитих програмістів за плату, рівну одній третині від заробітної плати фахівців цієї категорії, що працюють у головному офісі компанії в Дюссельдорфі. У такий же спосіб Gumsung Plastics, невелика сімейна корейська компанія, інвестувала 8 млн. дол. США у відкриття підприємства з виробництва пластикових корпусів для телевізорів і комп'ютерних моніторів у м. Мехікалі (Мексика). Це дозволило компанії скоротити витрати на робочу силу на дві третини. Багато компаній прагнуть розмішувати свої потужності в Гонконзі, щоб мати можливість наймати кваліфікованих робітників цієї країни, а також одержати доступ до дешевої робочої сили Китаю [7].

Фактор логістики пов'язаний з витратами на транспортування. Як приклад можна навести компанію Heineken, яка інтенсивно використовує прямі іноземні інвестиції як частину стратегії інтернаціоналізації діяльності, оскільки її продукція складається значною мірою з води. Приготування напоїв, що випускаються компанією, недалеко від місць проживання іноземних споживачів цієї продукції обходиться компанії набагато дешевше, ніж перевезення напоїв з пивоварних заводів, розташованих у Нідерландах.

Іноземні компанії також часто вкладають капітал у країнах, в яких ведуть бізнес, для того щоб скоротити витрати на збут продукції – це також є елементом логістики. Наприклад, компанія Citrovita, бразильський виробник концентрату апельсинового соку, зберігає і здійснює збут продукції через термінал у порту Антверпен, замість того, щоб постачати цю продукцію прямо до продовольчих магазинів країн Європи безпосередньо з Бразилії. Це дозволяє компанії Citrovita

скористатися перевагами низьких тарифів на перевезення продукції у нерозфасованому вигляді морським транспортом із Бразилії до цього бельгійського порту. Після доставки продукції в Антверпен на терміналі компанії здійснюється розфасовка концентрату соку і його доставка замовникам у таких європейських країнах, як Франція, Німеччина та країни Бенілюксу [7].

Наявність ресурсів є досить важливим фактором впливу, і він пов'язаний саме з доступом до необхідних ресурсів для інвестора. Наприклад, через скорочення видобутку нафти в США багато американських нафтових компаній були змушені вкласти великі кошти на придбання прав на видобуток нафти у різних регіонах світу. Часто міжнародні компанії ведуть переговори з урядами країн, у яких вони ведуть бізнес-діяльність, про одержання доступу до сировинних матеріалів в обмін на прямі іноземні інвестиції. Як приклад можна навести компанію Ayala Corporation з Маніли, яка побудувала кілька заводів з випуску консервів з тунця на індонезійському острові Сулавесі. Будівництво цих заводів стало одним з пунктів договору з урядом Індонезії про дозвіл філіппінським риболовним кораблям, що базуються на південному філіппінському острові Мінданао, ловити рибу в індонезійських територіальних водах. Ця угода принесла вигоду обом країнам: більш ніж 8 тис. жителів Філіппін та Індонезії працюють на дев'яти консервних заводах і 600 риболовецьких кораблях. Реалізація цієї угоди дозволяє щорічно експортувати продукцію з тунця на 24 млн. дол. до країн Північної Америки та Європи.

Доступ до технологій на сьогодні є дуже важливим фактором для інвестора. Це можна наочно продемонструвати на прикладі того, що багато швейцарських виробників фармацевтичних препаратів використовували інвестиції в невеликі американські біогенетичні компанії як недорогий спосіб одержання доступу до сучасних біотехнологій. У такий же спосіб в 90-ті роки тайванська компанія Acer Inc., виробник персональних комп'ютерів і робочих станцій, за 100 млн. дол. придбала дві комп'ютерні компанії, розташовані в «Силіконовій долині», розраховуючи використати їхні технології й мережі збуту для різкого збільшення частки Acer Inc. на американському ринку персональних комп'ютерів [7].

Достатню увагу необхідно приділити і факторам попиту.

Доступ споживачів до товарів або послуг компанії є одним із найважливіших факторів попиту, які впливають на іноземного інвестора. Зокрема, як приклад можна навести ресторани швидкого обслуговування і підприємства роздрібною торгівлі, які повинні забезпечувати споживачам зручний доступ у торговельні зали (ця необхідність впливає з елементарних міркувань, продиктованих конкурентною боротьбою з іншими компаніями аналогічного профілю). Успіх компанії ІКЕА у розширенні клієнтської бази за межі внутрішнього ринку Швеції обумовлений відкриттям ряду нових торговельних точок у різних країнах світу для задоволення попиту споживачів у різних країнах [7].

На сьогодні не можна оминати увагою такий важливий фактор, як маркетингові переваги, тому що, по-перше, прямі іноземні інвестиції можуть забезпечити компанії маркетингові переваги кількох типів. Фізична присутність підприємства на території країни може збільшити «візуальну присутність» продукції іноземної компанії на ринку країни, у якій ця компанія веде бізнес.

Крім того, іноземна компанія може скористатись із патріотичної орієнтації місцевих споживачів на купівлю продукції, зробленої на території країни. Наприклад, за допомогою розміщення рекламних оголошень у таких журналах, як «Time» і «Sports Illustrated», компанія Toyota зробила широко відомим сприятливий вплив своїх американських підприємств на економіку США.

Компанії можуть також вдаватися до прямих іноземних інвестицій з метою поліпшення обслуговування споживачів. Керівництво тайванської компанії Delta Products, яка виробляє батарейні джерела живлення для портативних комп'ютерів, було стурбоване тим, що компанія не в змозі оперативно і гнучко реагувати на зміни запитів американських споживачів, випускаючи для них продукцію на підприємствах у Китаї й Таїланді. Як сказав один з керівників компанії, «якщо ваше підприємство побудоване на Далекому Сході, це занадто далеко. Останні модифікації неможливо впровадити в конструкцію виробу, який уже перебуває на кораблі, що перетинає океан». У результаті з метою поліпшення обслуговування американських споживачів компанія Delta перенесла частину виробничих потужностей на мексиканське підприємство, розташоване безпосередньо біля кордону, недалеко від американського містечка Ногалес (штат Арізона) [7].

Використання конкурентних переваг може бути виражене у прямих іноземних інвестиціях, і це буде найкращим способом їх використання.

Компанія, що володіє цінною торговою маркою, фірмовою назвою або технологією, може віддати перевагу здійсненню діяльності безпосередньо в інших країнах замість експорту продукції

до цих країн. У багатьох випадках остаточне рішення з цього питання залежить від характеру продукту. Наприклад, компанія Parі Mutuel Urbain (PMU) управляє роботою 7 тис. тоталізаторів, розташованих у Європі. Для цього в компанії було розроблено оригінальну мережу, що складається з комп'ютерів, терміналів і засобів супутниковому зв'язку, що зробило її сьомою за величиною французькою сервісною компанією, щорічний обсяг продажів якої становить 6 млрд. дол. США. Успішне використання сучасних комунікаційних технологій для задоволення потреб любителів перегонів дозволило збільшити обсяг ділових операцій, здійснюваних компанією у Франції, на 25 %, а також розширити мережу тоталізаторів на територію Швейцарії й Монако [7].

Фактор мобільності замовників є досить необхідним і важливим. Мотивом для інвестиційної діяльності компанії за кордоном можуть послужити прямі іноземні інвестиції її замовників або клієнтів. Якщо один із замовників компанії будує підприємство на території певної закордонної країни, керівництво компанії може прийняти рішення про розміщення нового підприємства поблизу, забезпечуючи цим можливість і надалі швидко та у строк здійснювати поставки своєї продукції на адресу замовника.

Не менш важливим є також той факт, що відкриття нового підприємства недалеко від підприємства-замовника скорочує імовірність того, що конкуруюча компанія із закордонної країни вступить у гру і переманить замовника на свій бік. Наприклад, деякі японські автомобілебудівні компанії побудували нові підприємства зі складання автомобілів на території США. У відповідь на це японські постачальники, що забезпечують ці компанії необхідними деталями, відкрили в цій країні свої виробничі підприємства, склади і науково-дослідні центри. Необхідність розміщення виробничих потужностей на території Сполучених Штатів була обумовлена використанням у цих компаніях методу управління матеріальними запасами, що має назву «точно в строк» (just-in-time). Використання методу just-in-time передбачає мінімізацію обсягів деталей, що зберігаються на складальному підприємстві, що ставить у вкрай невігідне становище постачальників, потужності яких розміщені в Японії. Аналогічно після того, як у компанії Samsung було прийняте рішення про будівництво нового заводу з виробництва побутової електроніки на північному сході Англії, шість корейських постачальників компанії також відкрили свої підприємства поблизу [7].

Далі проаналізуємо останню групу факторів впливу на прямі іноземні інвестиції, які виділяє О.В Шкурупій., а саме політичні фактори.

Перший із них – це можливість обійти торгові обмеження. У багатьох випадках компанії будують свої підприємства на території інших країн, щоб обійти існуючі обмеження на експорт продукції в ці країни. Наприклад, наприкінці 90-х років компанія Fuji Photo Film Company інвестувала 200 млн. дол. США у будівництво комплексу виробничих підприємств з випуску фотоплівки, яка призначалась для продажу на американському ринку, у Грин-вуді (штат Південна Кароліна). Раніше фотоплівка постачалась американським споживачам з підприємств, розташованих у Нідерландах і Японії. Виробництво фотоплівки в США замість її експорту до країни дозволило компанії Fuji уникнути сплати 3,7 % тарифу на ввезення фотоплівки, встановленого урядом США, а також спростувати обвинувачення, висунуті компанією Kodak на адресу Fuji у незаконному продажу японської фотоплівки на ринку США за демпінговими цінами.

Другою підгрупою політичного фактора є фактори, що стимулюють економічне зростання. Більшість демократично обраних органів влади (місцевих, регіональних або державних) зацікавлені у забезпеченні економічного добробуту своїх громадян, які є їх виборцями. Уряди багатьох країн пропонують компаніям пільги, покликані схилити фірми до розміщення нових підприємств у межах їх юрисдикції. Пільги, пропоновані компанії урядом та іншими органами влади країни, можуть стати важливим каталізатором процесу прямих іноземних інвестицій.

До числа таких пільг входять низька плата за комунальні послуги, програми підготовки робітників і службовців, удосконалення інфраструктури (наприклад, будівництво нових шосе або залізниць), а також зниження податків або тимчасове звільнення від сплати податків. Часто багатонаціональні корпорації дістають вигоду із суперництва, яке розгорається між органами влади в різних адміністративних одиницях тієї або іншої країни за одержання права на укладання контрактів з іноземними компаніями, які створили б на їхній території нові робочі місця. Наприклад, уряд штату Алабама погодився надати компанії Hyundai пільги на суму 118,5 млн. дол. США, щоб компанія побудувала на території штату своє підприємство, на якому буде зайнято 2 тис. робітників. Подібний перебіг подій мав місце у 2003 р., коли компанія Toyota оголосила про намір побудувати на території США новий завод зі складання вантажних автомобілів малої вантажопідйомності. Цей завод було вирішено розмістити в Санантоніо після того, як уряд штату Техас запропонував компанії Toyota пільги на суму 133 млн. дол. США. До складу цих пільг

увійшло будівництво нової залізничної колії, підготовка працівників, оплата видатків на підготовку місця для будівництва заводу, а також податкові знижки [7].

Проаналізувавши низку наукових досліджень і праць, можна виділити макрофактори (на рівні держави) та мікрофактори (на рівні підприємства).

Ми виділили такі макрофактори, які впливають на іноземне інвестування, та надали їх характеристику:

1. Найбільш впливовим фактором є політичний фактор, а саме, втручання органів влади у демократичний процес, корупція та політична ситуація [6]. Звісно ж, інвестори будуть інвестувати в країну, в якій наявна стабільна політична ситуація, рівень довіри населення до влади є досить високим, відсутня корупція та бюрократизація, адже їх наявність інвесторам проводити їх діяльність на території країни.

2. Об'єкт інвестування. Інвестори дуже перебірливі саме у виборі об'єкта інвестування, тому при його виборі вони ретельно досліджують та вивчають його. Тому найбільш важливим, на думку авторів, на сьогодні для інвесторів при виборі об'єкта інвестування є застосування інноваційних технологій підприємством та новизна продукту, у який воно пропонує інвестувати.

3. Географічне розташування та природні умови країни. Ці фактори є дуже важливими для інвесторів, адже вони можуть використовувати прямі іноземні інвестиції як засіб отримання доступу до ресурсів, що вкрай необхідні інвестору для здійснення його діяльності. Як приклад можна навести придбання прав на видобуток якогось конкретного ресурсу. Вигідне географічне розташування, у свою чергу, може мати важливе значення для здійснення збутової діяльності підприємства, у яке інвестуються кошти.

4. Витрати на виробництво. У багатьох випадках компанії приймаються рішення щодо прямих іноземних інвестицій, керуючись необхідністю зниження витрат на виробництво продукції. Розміщення підприємств за кордоном може виявитися більш вигідним порівняно з їхнім розміщенням у рідній країні в результаті нижчих цін на земельні ділянки, більш низьких податкових ставок і орендної плати за використання нерухомості в комерційних цілях або через наявність більш дешевої кваліфікованої або некваліфікованої робочої сили [7].

5. Логістика. Часто інвестори приймають рішення про використання прямих іноземних інвестицій у вигляді випуску продукції за кордоном у випадках, коли експорт продукції вимагає більших транспортних витрат. Також усе більш поширеним явищем стає інвестування у країни, в яких інвестори ведуть бізнес, для того щоб скоротити витрати на збут продукції.

6. Темп інфляції є важливим фактором для інвесторів, оскільки в разі високого темпу інфляції більше буде знецінюватись майбутній прибуток, який отримуватиме інвестор і, відповідно, буде менше стимулів для нарощування обсягів інвестицій і взагалі для інвестування у дану країну. У такому випадку спостерігається зворотна залежність між темпом інфляції та рішенням інвестора щодо інвестування.

7. Величина ринку і перспектива зростання відіграють величезну роль в прийнятті рішення про інвестування, тому що прямі іноземні інвестиції більшою мірою спрямована на внутрішні потреби ринку країни.

8. Стабільність податкового режиму відіграє важливу роль у прийнятті рішення інвестора, через те, що йому необхідні гарантії щодо загальної стабільності податкового режиму, бо від цього залежить рівень його прибутку. Тобто, занадто високий рівень оподаткування ніяк не стимулює іноземні інвестиції.

9. Потенціал країни, а саме, наявність трудових, енергетичних, наукових, технічних ресурсів, які можуть бути використані іноземним інвестором.

10. Правові фактори є надзвичайно важливими. Дієва законодавча база щодо інвестиційної діяльності, прозора процедура контролю діяльності іноземних інвесторів, розвинена судова система – наявність всіх цих факторів забезпечує схильність інвестора до прийняття рішення про інвестування.

Щодо мікрофакторів, то можна виділити такі:

1. Сегмент ринку, в якому працює підприємство – наскільки можна в майбутньому після надходження інвестицій розвивати і розширювати діяльність підприємства.

2. Фінансовий стан підприємства – його аналіз дає можливість інвестору зрозуміти, чи доцільно буде вкладати кошти саме у це підприємство, наскільки воно є фінансово стійким: забезпечене власними оборотними коштами, раціонально використовує ресурси, прибуток, а також наскільки його діяльність є ефективною.

3. Зношеність основних засобів. Цей фактор є дуже важливим для інвестора, адже від цього залежить, наскільки буде результативною діяльність підприємства, особливо це важливо, якщо інвестор вкладає кошти не в оновлення основних засобів, а безпосередньо в виробництво продукції.

4. Наявність висококваліфікованих кадрів також впливає на результативність діяльності підприємства, якість продукції та загалом прибутковість підприємства.

5. Привабливість товару підприємства є дуже важливим фактором, адже інвестору важливо, щоб на ринку був присутній високий попит на дану продукцію, щоб продукція була конкурентоспроможною, бо саме від привабливості товару залежить рівень прибутку від інвестицій.

**Висновки.** Узагальнюючи усе вище сказане щодо факторів впливу на прямі іноземні інвестиції ми виокремили дві групи факторів: макрофактори (на рівні держави) та мікрофактори (на рівні підприємства). Ця класифікація є важливою при вивченні прямих іноземних інвестицій, тому що саме від цих факторів залежить рішення інвестора щодо інвестування.

#### ДЖЕРЕЛА ТА ЛІТЕРАТУРА

1. Бланк И.А. Управление инвестициями предприятия / И.А. Бланк. – К. : Ника-Центр, 2003. – 480 с.
2. Воробьев Ю.Н. Инвестирование [учебное пособие] / Воробьев Ю.Н., Воробьева Е.И. – Симферополь : Таврия, 2004. – 340 с.
3. Грідасов В. М. Вдосконалення системи оцінки інвестиційної привабливості підприємства з точки зору зовнішнього інвестора / В. М. Грідасов, А. І. Кофонова // Вісник Запорізького національного університету. – 2010. – № 3. – С. 180–184.
4. Майорова Т.В. Інвестиційна діяльність [навчальний посібник] / Майорова Т.В. – К. : «Центр навчальної літератури», 2004. – 376 с.
5. Нікешина Н.В. Україна у процесі залучення прямих іноземних інвестицій: необхідність і актуальність [Електронний ресурс] / Н.В. Нікешина. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>.
6. Скринник Н. В. Фактори впливу на інвестиційний клімат регіону / Н. В. Скринник // Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. – 2010. – № 5. – Т. 4. – С. 237 – 242.
7. Шкурупій О. В. , Гончаренко В. В. , Артеменко І А. та ін. 3-78 Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. посіб./ За ред. О. В. Шкурупій. — К.: Центр учбової літератури, 2012. - 248 с.
8. Якименко Е. А. Оценка инвестиционной привлекательности предприятия/ Е. А. Якименко// Вестник Алтайского государственного аграрного университета – 2009 . – № 11 (61). – С. 117-121

**Прохорова М.Е., Гадияк А.Г. Факторы, которые влияют на прямые иностранные инвестиции / Институт международных отношений Национального авиационного университета.**

*В статье исследованы факторы, которые влияют на прямые иностранные инвестиции. Проведен анализ различных классификаций факторов, которые влияют на решение инвестора о инвестировании, предложена классификация факторов, которая разработана авторами.*

**Ключевые слова:** *прямые иностранные инвестиции, инвестор, микрофакторы, макрофакторы.*

**Prohorova M., Gadiyak A. Factors that affect foreign direct investment / Kiev National Aviation University/Institute of International Relations.**

*The article is devoted to the study of factors that affect foreign direct investment, namely the factors that influence the decision of foreign investor concerning investing.*

*Foreign investments play an essential role in the economic development of a country regardless its level of economic development. Foreign investments contribute extremely to economic growth of the country, which accepts foreign investments. As well, foreign investments open the door for the developing countries to catch up and even overtake the developed countries. The inflow of foreign investments is accompanied by transfer of new technologies and the introduction of management decisions, which is very important for the economic development of each country.*

*That's why it is very important to research the factors that affect the attraction of foreign investment into the country. Certainly, every investor has his own attitude to the decision about investing. But there are still the most common factors that influence their decisions. If these factors are not investigated, it can lead to the incorrect investment policy of attraction of foreign capital. It's also necessary to develop effective investment policy which will help to attract investments for acceleration of the economic development process. And if the question of the factors which affect the attraction of foreign direct investment is researched and scientists make some recommendations and instructions, it will help government to take them into consideration and create an effective investment policy, which can be useful and beneficial for the country.*

*To solve this problem, precisely, the authors of the article investigated it. The authors analyzed different classifications that have been studied by scientists previously. Also the authors of the article develop a classification of factors that affect foreign direct investments and propose it in this article. This classification is presented by two main groups, which characterize the most significant factors that influence the investor's decision.*

**Key words:** *foreign direct investment, investor, micro factors, macro factors.*