

УКРАЇНСЬКА АКАДЕМІЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ

На правах рукопису

ОЛІЙНИК Даниїла Іллівна

**ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ТА ЙОГО ЗАСТОСУВАННЯ
ДЛЯ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ФОРМУВАННЯ
РИНКОВОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ**

08.06.03. - Маркетинг

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата економічних наук

Київ - 1997

Дисертація є рукописною роботою.

Робота виконана в Українській академії зовнішньої торгівлі.

Науковий керівник - доктор економічних наук,
професор КИРИЧЕНКО
Олександр Анатолійович

Офіційні опоненти - доктор економічних наук,
професор СЕНЧЕНКО
Володимир Іванович
- доктор економічних наук,
професор МИЛЕНЬКИЙ
Сергій Дмитрович

Провідна організація - Міністерство охорони навколишнього
природного середовища та ядерної
безпеки України

Захист дисертації відбудеться 27 червня 1997 року о "14" годині
на засіданні спеціалізованої вченої ради К.01.50.01 по присудженню
наукового ступеня кандидата економічних наук Української академії
зовнішньої торгівлі за адресою:

252042, м.Київ-42, МСП-601, вул.Чигоріна, 57 А.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Української
академії зовнішньої торгівлі.

Автореферат розіслано "26" травня 1997 року.

Вчений секретар

спеціалізованої вченої ради



Л.КОВАЛЕВСЬКИЙ

ЛНБ України ім.В.Стефаника



00751138 (P)

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Радикальне оновлення національної економіки визначає об'єктивну необхідність переходу від командно-адміністративної до ринкової системи господарювання та управління.

У складному процесі економічного реформування значне місце відводиться створенню сприятливого інвестиційного клімату, який би органічно сприяв формуванню цивілізованого ринкового середовища в Україні, зміг би забезпечити досягнення соціально-економічної стабільності в державі.

Суперечливим явищем сучасного розвитку української економіки є наявність значного, за європейськими мірками, економічного потенціалу при низькій ефективності його використання. Гальмування темпів суспільного розширеного відтворення в умовах економічної кризи пояснюється значними спадами, які мали місце за останні роки в інвестиційній сфері. Розв'язання суперечностей, які склалися нині між виробництвом і споживанням та між нагромадженням і споживанням, настійно вимагають пошуку нових, нестандартних підходів і рішень при розробці та проведенні державної інвестиційної політики.

Проблема державного регулювання інвестиційними процесами на передньому етапі трансформації економіки України є однією із центральних і найбільш складних у сучасній економічній політиці держави. Об'єктивні процеси становлення ринку капіталу, необхідність здійснення структурної перебудови в економіці, реформування відносин власності стали визначальними факторами для поглиблення інтенсифікації відтворювальних процесів у суспільному виробництві на основі цілеспрямованого, науково обгрунтованого державного регулювання інвестиційною діяльністю.

Оскільки державне управління суспільними процесами опирається на адміністративні та економічні методи, то очевидним є той факт, що теперішні ринкові економічні регулятори ще недостатньо "спрацьовують" у сучасній економічній політиці держави, досить слабо "вмонтовуються" у створені ринкові механізми функціонування економіки.

Невирішення вищевказаних проблем у значній мірі пояснюється, насамперед, відсутністю науково обгрунтованої програми виходу з економічної кризи в інвестиційній сфері. У зв'язку з цим, особливої актуальності набуває необхідність у розробці та отриманні такого методологічного інструментарію, за допомогою якого можна було б теоретично обгрунтувати і практично реалізувати оптимальну модель активізації інвестиційної діяльності в Україні, розробити такі економічні правила і норми, які б могли безпосередньо впливати на створення сприятливого інвестиційно-підприємницького

ЛІБ ім. В. Стефаника
АН Укр. акад. наук

клімату на всіх рівнях господарювання - у країні в цілому, у галузях, у регіонах.

У даному дисертаційному дослідженні вперше у вітчизняній науці зроблена спроба науково і практично обґрунтувати необхідність і можливість використання в управлінні сучасними інвестиційними процесами такого оригінального ринкового інструменту, яким є інвестиційний маркетинг.

Враховуючи той факт, що проблема інвестиційного маркетингу в українській економічній літературі окремо практично не розроблялась, автор усвідомлює її значимість і відповідальність за отримані наукові результати та практичні висновки і рекомендації дисертаційного дослідження. Історико-теоретичний аналіз причин такої явища показує, що пріоритетність розробки даної проблеми зумовлена, насамперед, її комплексним характером та багатогранністю. Зокрема, тут тісно переплітаються: по-перше, проблеми аналізу суті і особливостей маркетингової діяльності в умовах становлення, формування ринкового середовища; по-друге, проблеми дослідження механізму активізації господарської діяльності в умовах формування ринку інвестиційних послуг і, по-третє, проблеми наукового обґрунтування і пошуку оптимальної моделі державного управління сучасними економічними, у тому числі й інвестиційними процесами.

По кожному із визначених напрямів у вітчизняній науці проводяться значні наукові дослідження. Проблемам застосування теоретичних положень маркетингу в сучасній економічній практиці присвячені праці Балабанової Л., Білого О., Герасимчука В., Кириченка О., Кисельова А., Новикова В., Прауде В., Прилюка В., Продіуса І., Тапора А. та інших авторів. Певний вклад у наукову розробку проблем державного економічного регулювання та інвестиційного управління (менеджменту) зробили такі українські вчені, як Богиня Д., Волинський Г., Гесць В., Гольберг М., Дзюбик С., Заруба О., Ковальчук Т., Лукінов І., Сенченко В., Симоненко В., Черваньов Д., Червань В., Чухно А., Шевчук В. та інші.

Заслужують на теоретичну увагу публікації і виступи з питань інвестиційної діяльності таких державних діячів, як Єхануров Ю., Литвицький В., Мозговий О., Пинзеник В., Ющенко В. та інші.

Проте питання про механізм становлення ринкової інвестиційної інфраструктури на основі застосування маркетингового інструментарію дослідження, на наш погляд, в українській економічній науці розроблені ще недостатньо. Здебільшого вони розглядаються і полемізуються на сторінках періодичних видань.

Однак, практика реформування економіки України потребує проведення фундаментальних комплексних досліджень з питань теоретичного виявлення найбільш перспективних напрямів і форм активізації інвестиційної

діяльності в умовах створення цивілізованого національного ринку, наукового пошуку дійових ринкових регуляторів у процесі формування ринку інвестиційних послуг.

Мета дослідження - науково обґрунтувати теоретичне та практичне значення інвестиційного маркетингу для формування ринкового середовища в Україні і, зокрема, на рівні регіону на основі аналізу сучасної практики становлення ринкової інвестиційної інфраструктури.

Відповідно до мети, поставлено такі завдання:

- уточнити економічний зміст поняття "маркетинг" і на цій основі визначити структурні та функціональні параметри маркетингової діяльності;
- проаналізувати понятійно-категоріальну інфраструктуру, яка теоретично виражає зміст, місце і значення інвестиційної діяльності у системі ринкових економічних відносин як об'єкта маркетингових досліджень;
- теоретично обґрунтувати зміст поняття "інвестиційний маркетинг" і розкрити його категоріальні взаємозв'язки через призму його застосування при регулюванні інвестиційною діяльністю в умовах формування ринкової інфраструктури;
- розкрити організаційно-економічні аспекти проведення маркетингових досліджень у процесі підготовки і розробки інвестиційних програм і проектів, бізнес-планів, техніко-економічних обґрунтувань;
- визначити ефективні шляхи впливу і використання інвестиційного маркетингу для активізації інвестиційної діяльності на регіональному фондовому ринку;
- дослідити з маркетингових позицій економічний механізм залучення іноземних інвестицій і показати основні шляхи його вдосконалення;
- проаналізувати використання елементів інвестиційного маркетингу для активізації процесу формування регіонального ринку інвестиційних послуг на основі підвищення ефективності місцевого державного регулювання і управління.

Предметом дисертаційного дослідження є стан, тенденції та механізми формування інвестиційного ринку в Україні. За об'єкт дослідження взяті окремі типи функціонування ринку інвестиційних послуг (фондовий ринок, ринок іноземних інвестицій, ринок інновацій тощо) із розглядом їх особливостей на регіональному рівні.

Статистичну, інформаційну та фактологічну базу для дисертаційної роботи склали матеріали Міністерства статистики України, Львівського обласного управління статистики, Міністерства економіки України, Світового банку; вітчизняні та зарубіжні публікації з питань маркетингу, інвестиційної діяльності, державного управління, регіональної економічної політики; законодавчі та нормативні документи, які регламентують інвестиційну діяльність

як на державному, так і на регіональному рівнях; інформаційно-аналітичні розрахунки та експертні оцінки, зроблені автором, окремими консультаційними службами з питань застосування маркетингу для розробки різноманітних інвестиційних програм, проектів, техніко-економічних обґрунтувань, бізнес-планів та ін.

У процесі дослідження автором використані такі сучасні теорії, методи і підходи, як теорія економічного ризику, системний та програмно-цільовий підходи, сучасні методи статистичного та економічного аналізу та ін. Крім того, теоретичний фундамент роботи опирався на основні положення, які визначені в сучасній літературі з питань економіки, права, підприємництва, маркетингу, менеджменту, теорії ринкознавства, ґрунтувався на використанні програмних документів, які прийняті на державному та урядовому рівнях.

Наукова новизна дисертаційного дослідження полягає у розгорнутому системному аналізі і розробці концептуальних, теоретичних і практичних положень та рекомендацій щодо застосування інвестиційного маркетингу для формування сучасної ринкової інфраструктури як на державному, так і на регіональному рівнях. Конкретні наукові результати, які були отримані автором, можна сформулювати таким чином:

- зроблена класифікація існуючих теоретичних визначень поняття "маркетинг" і на цій основі запропонована концептуальна схема структурно-функціональних взаємозв'язків у системі маркетингової діяльності;
- вперше зроблена теоретична постановка питання про категорію "інвестиційний маркетинг", визначені її зміст, місце і значення у системі інших категорій маркетингу як науки;
- отримало подальший розвиток наукове обґрунтування категоріальної інфраструктури, яка теоретично розкриває суть і закономірності розвитку інвестиційної діяльності;
- визначені предмет, об'єкт, структура та методологія інвестиційного маркетингового дослідження;
- запропоновані конкретні теоретичні та практичні схеми використання методологічних засобів інвестиційного маркетингу у процесі підготовки, розробки та реалізації різноманітних інвестиційних програм, проектів, бізнес-планів, техніко-економічних обґрунтувань;
- уточнені і отримали більш глибоке наукове обґрунтування існуючі концепції та концептуальні схеми формування ринкового середовища в регіоні і, зокрема, регіональної інвестиційної ринкової інфраструктури;
- досліджена еволюція формування фондового ринку, ринку іноземних інвестицій, ринку іноваційних послуг, регіонального інвестиційного ринку в Україні, що дозволило автору дати конкретні пропозиції щодо вдоскона-

лення механізму державного регулювання інвестиційною діяльністю в сучасних умовах.

Теоретична цінність дисертаційної роботи полягає у розширенні та поглибленні наукових знань щодо змісту поняття "інвестиційний маркетинг" і його впливу на подальший розвиток інших положень економічної теорії, теорії підприємництва і маркетингу, які стосуються дослідження суті та закономірностей формування і розвитку ринку інвестиційних послуг як на державному, так і на регіональному рівнях.

Практичне значення отриманих у дисертації результатів полягає в тому, що, по-перше, її основні теоретичні положення мають важливе науково-методичне та практичне значення для вдосконалення організації та поліпшення якості проведення маркетингових досліджень у процесі підготовки різноманітних інвестиційних підприємницьких проектів і, по-друге, окремі практичні висновки та рекомендації сприяють активізації впливу органів державного регіонального управління на створення сприятливого інвестиційно-підприємницького клімату в регіонах.

Апробація результатів дисертаційного дослідження. Основні теоретичні положення, практичні висновки та пропозиції, розроблені дисертантом, опробовані і отримали схвальні відгуки на науково-практичних конференціях і семінарах, у тому числі:

- на Міжнародному літньому економічному семестрі "Інтереко-94" по темі "Фінансова та банківсько-кредитна система: проблеми вивчення та викладання в Україні" (м.Трускавець, липень-серпень 1994р.);
- на науково-практичному семінарі "Розбудова громадянського суспільства в Україні: американо-українське партнерство" (м.Львів, березень 1996р.);
- на науково-практичному семінарі "Управління розробкою і реалізацією інвестиційних проектів у регіоні" (м.Львів, березень 1996р.);
- на науково-практичному семінарі "Іноземні інвестиції в Україні: досвід, проблеми, перспективи" (м.Львів, березень 1996р.);
- на Міжнародному літньому економічному семестрі "Інтереко-96" по темі "Теорія і практика підприємництва: проблеми вивчення та економічної просвіти в Україні" (м.Трускавець, липень-серпень 1996р.);
- на теоретичних та методологічних семінарах Західно-Українського Центру проектного менеджменту "Управління інвестиційними проектами", Львівської комерційної академії. Окремі аспекти дисертаційного дослідження апробовані при проведенні спецзанять у процесі підготовки фахівців-ресураторів іменних цінних паперів в ІППК Львівського держуніверситету ім.Ів.Франка.

Розроблені автором методичні рекомендації з підготовки інвестиційних проєктів, до реалізації яких залучатимуться іноземні інвестори, були використані у процесі підготовки конкретних техніко-економічних обґрунтувань, бізнес-планів, інвестиційних проєктів з метою залучення іноземних інвестицій в економіку Львівської області.

Окремі практичні висновки і рекомендації дисертанта були використані при обґрунтуванні та розробці концепції регіонального аналізу економічного потенціалу та інвестиційного ринку Львівської області, знайшли своє практичне застосування при підготовці анотацій, інвестиційних меморандумів та інших аналітичних документів у процесі проведення регіональної інвестиційної політики, були апробовані при підготовці науково-технічних розробок у Західному центрі критичних технологій "Критєя" та Львівському центрі науково-технічної інформації.

Автором надавались також конкретні рекомендації, пропозиції та консультації з питань інвестиційної діяльності багатьом спеціалістам державних і недержавних підприємств Львівської області.

По темі дисертації опубліковано 8 робіт загальним обсягом ... друкованих аркушів. Окремі публікації у вигляді методичних матеріалів були надруковані у таких ділових газетах, як "Діло", "Галицькі контракти", в інших періодичних виданнях.

Структура та обсяг дисертаційної роботи визначається особливостями її теми, поставленою автором метою та завданнями дослідження. Дисертація складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. У дисертації вміщені таблиці, схеми, графіки. Обсяг дисертації становить 185 сторінок машинописного тексту, Додатки включають 10 схем, 10 таблиць, а список використаних джерел об'єднує 217 назв. Зміст дисертації викладено на 177 сторінках машинописного тексту.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У **вступі** обґрунтовано актуальність дослідження, його мета і завдання, наукова новизна, теоретичне і практичне значення.

У **першому розділі** - "Теоретичні аспекти аналізу суті інвестиційного маркетингу" - визначаються основні положення проведення маркетингових досліджень у сфері інвестиційної діяльності.

Зокрема, на основі аналізу існуючих визначень поняття "інвестиції" в дисертації розкривається його економічний зміст як фактор розширення виробництва у процесі взаємодії двох суб'єктів: підприємця та інвестора. Вказаний підхід дозволив розглянути суть таких понять як інвестування, інвестиційна діяльність, інвестиційне поле, інвестиційний клімат, здійснити

класифікацію інвестування та інвестицій як вихідну теоретичну базу для проведення структуризації ринку інвестиційних послуг.

Аналіз вищевказаних питань супроводжувався визначенням кількісних і якісних характеристик інвестиційного клімату як на макро-, так і на мікрорівні, розкриттям елементів та механізму формування ринку інвестиційних послуг, створення інвестиційної інфраструктури як на загальнодержавному, так і на регіональному рівнях. В якості об'єкта інвестиційного маркетингового дослідження у цій частині роботи розглядалися фактори інтенсифікації інноваційної діяльності як однієї з форм інвестування, оцінювалось значення приватизації та інституціонального змінення для створення сприятливого інвестиційного середовища.

У цьому ж розділі аналізуються теоретичні аспекти маркетингової діяльності взагалі та інвестиційного маркетингу зокрема. Загальний масив існуючих визначень поняття "маркетинг" автор роботи, на підставі конкретних методологічних принципів, зводить до таких чотирьох груп: маркетинг як вид діяльності, маркетинг як певний ринковий процес, маркетинг як спосіб, інструмент ринкової діяльності та маркетинг як певна система знань, поглядів.

Такий підхід дозволив авторові, наповнивши ці загальні характеристики конкретним змістом, дати власне означення маркетингу як багатоаспектного поняття і запропонувати свою класифікацію видів маркетингу на підставі визначених системоутворюючих ознак, обґрунтувати положення про місце і значення маркетингу в умовах перехідної економіки.

Конкретизація визначеного поняття маркетингу, з одночасним урахуванням специфіки формування і розвитку ринку інвестиційних послуг, сприяла розкриттю теоретичного змісту поняття "інвестиційний маркетинг" та зведенню його до певних означень, які подаються у висновках (п.7).

Оцінюється значення інвестиційного маркетингу в умовах трансформаційної економіки як важливого ринкового інструменту регулювання, управління та контролю діяльності у процесі формування ринку інвестиційних послуг.

У заключному параграфі першого розділу розглядається також визначення і структура інвестиційного маркетингового дослідження, розкриваються основні методологічні та технологічні аспекти його проведення.

Другий розділ дисертаційного дослідження присвячений аналізу організаційно-економічного механізму використання інвестиційного маркетингу для проведення регіональних економічних досліджень.

Визначивши тенденцію до розширення сучасного ринку маркетингових послуг у галузі інвестиційної діяльності, автор вказує на основні організаційно-економічні проблеми, які в цілому гальмують цей процес (відсутність на-

лежної правової бази, недостатній рівень інформаційного та матеріально-технічного забезпечення та ін.) У роботі акцентується увага на необхідність створення ефективного механізму стимулювання надходження інвестицій, розробки дійового економіко-правового механізму захисту прав та інтересів суб'єктів інвестиційної діяльності, аргументуються конкретні положення щодо реалізації цієї необхідності у практику залучення інвестицій в економіку України, у господарський комплекс регіону.

Дослідження проблеми реального інвестування проводились на основі аналізу структури процесу підготовки та реалізації інвестиційного проекту, визначення оцінки його ефективності. Зокрема, з маркетингових позицій простежується лінія взаємозв'язку між концептуальними інвестиційно-підприємницькими ідеями та рівнем, якістю їх реалізації та обґрунтування у конкретних інвестиційних програмах. З цією метою автором розглядаються ефективні методичні прийоми і засоби проведення інвестиційного маркетингового дослідження при підготовці бізнес-плану інвестиційного проекту. Враховуючи важливість таких досліджень, у роботі особлива увага приділена методиці оцінки ризиків і форм їх страхування та розгляду особливості фінансово-економічного аналізу інвестиційних проектів.

Значне місце у реферованому розділі роботи відведено аналізу механізму формування регіонального фондового ринку на основі використання засобів інвестиційного маркетингу. Зроблена спроба зобразити схематично організаційно-економічний механізм формування інфраструктури фондового ринку в Україні.

Розглядаючи фондовий маркетинг як елемент інвестиційного маркетингу, у дисертації аналізується проблеми вдосконалення рекламної діяльності на ринку цінних паперів, шляхи створення та відлагодження інституціональних зв'язків між основними суб'єктами фондового ринку, фактори формування фондового ринку України як цілісної системи. Вказані проблеми розглядаються на основі оцінки динаміки вартісної структури цінних паперів в Україні (див.табл.1) та аналізу тенденцій розвитку діяльності інституцій фондового ринку України (див.табл.2).

Проблемі залучення іноземних інвестицій як умові створення сприятливого інвестиційного клімату в Україні в цілому і в регіоні, зокрема, на основі проведення ефективних інвестиційних маркетингових досліджень присвячена завершальна частина другого розділу.

У дисертації зроблена теоретична спроба структуризувати ринок іноземних інвестицій, визначити у ньому пріоритети (див.табл.3). На основі аналізу зарубіжного досвіду "переливання" капіталів, а також вітчизняної практики припливу іноземних інвесторів розроблені і вказані основні заходи щодо

вдосконалення економіко-правового механізму залучення іноземних інвестицій в Україну.

Таблиця 1. Динаміка вартісної структури цінних паперів в Україні

(на початок року, тис.грн.)

| Види цінних паперів | 1992 | 1993 | 1994 | 1995 | 1996 |
|---------------------------|------------|---------------|---------------|----------------|------------------|
| Акції | 43 | 158 | 3 964 | 68 368 | 775 312 |
| Облігації | 41 | 29 149 | 29 163 | 3494 | 63 889 |
| Казначейські зобов'язання | 13 | 12 065 | 12 239 | 12 | 52 816 |
| Ощадні сертифікати | 10 | 4 077 | 6 299 | 135 096 | 289 703 |
| Векселі | - | - | 301 | 314 014 | 550 518 |
| Інші | 13 | 129 | 5 119 | 30 244 | 262 332 |
| ВСЬОГО: | 120 | 45 578 | 57 085 | 551 228 | 1 994 570 |

Джерело: Статистичний щорічник України за 1995 р. / Міністерство статистики України. Відп. за випуск В.В. Савченко. - Київ: Техніка. - 1996. - 567 с.

Таблиця 2. Показники розвитку діяльності інституцій фондового ринку України *100 одиниць*

| Назва ринкової інституції | 1994 | 1995 | 1996 |
|--------------------------------|------|------|------|
| Фондові біржі | 1 | 2 | 4 |
| Комерційні банки | 228 | 225 | 220 |
| Інвестиційні компанії та фонди | 550 | 680 | 780 |
| Довірчі товариства | 500 | 700 | 800 |
| Страхові компанії | 650 | 700 | 750 |

Джерело: За матеріалами Міністерства економіки України.

Регіональні аспекти маркетингового дослідження механізму стимулювання залучення іноземних інвестицій зводяться у дисертації до аналізу таких основних факторів, як загально-економічна характеристика регіону, підготовка бізнес-довідки про потенціал, аналіз його планово-економічних параметрів розвитку, вивчення ринку регіональних інвестиційних послуг, аналіз конкретного об'єкта потенційних інвестицій та підготовку самого інвестиційного проекту.

У третьому розділі - "Напрями використання маркетингових досліджень для підвищення ефективності інвестиційної діяльності в регіоні" - розглядаються дві основні проблеми. Перша з них - використання інвестиційного маркетингу як науково-методичного інструменту підготовки регіональних програм розвитку, друга - основні шляхи підвищення ефективності державного управління маркетинговою діяльністю в умовах формування регіонального інвестиційного ринку.

Розкриття цих проблем передбачало розгляд регіону як цілісної соціально-економічної системи, як особливого економічного механізму, який фор-

мується в умовах перехідної економіки на певних принципах. Такий системний підхід дозволив визначити маркетингові умови, які слід враховувати при розробці концепцій регіональних інвестиційних програм, сформулювати основні теоретичні принципи побудови моделі регіонального розвитку в умовах формування сприятливого інвестиційного клімату у регіоні, концептуально обґрунтувати структуризацію процесу формування ринкового середовища в Україні.

Таблиця 3. Галузева структура залучення іноземних інвестицій станом на 1.01.97р.

| | в тис.дол.США | у відсотках |
|--|----------------|---------------|
| Внутрішня торгівля | 168,223 | 23.18 |
| Харчова промисловість | 108,400 | 14.93 |
| Машинобудування і металообробка | 96,306 | 13.27 |
| Фінанси, кредит, страхування і пенсійне забезпечення | 55,169 | 7.60 |
| Чорна і кольорова металургія | 37,779 | 5.21 |
| Зовнішня торгівля | 33,086 | 4.56 |
| Хімічна і нафтохімічна промисловість | 31,233 | 4.30 |
| Транспорт і зв'язок | 31,002 | 4.27 |
| Легка промисловість | 30,067 | 4.14 |
| Загальна комерційна діяльність | 29,057 | 4.00 |
| Будівництво | 25,061 | 3.45 |
| Сільське господарство | 18,521 | 2.55 |
| Лісова, деревообробна і целюлозно-паперова промисловість | 12,007 | 1.65 |
| Наука і наукове обслуговування | 10,807 | 1.49 |
| Вугільна промисловість | 6,008 | 0.83 |
| Паливна промисловість | 3,041 | 0.42 |
| Разом: | 725,812 | 100.00 |

Джерело: За матеріалами Міністерства статистики України.

На прикладі Львівської області аналізуються конкретні напрями проведення регіональної інвестиційної політики на основі розробленої інвестиційної програми з метою створення сприятливого інвестиційно-підприємницького клімату у регіоні.

У дисертації розглядаються найважливіші фактори та пріоритетні напрями і проекти інтенсифікації регіонального інвестиційного процесу.

Використання засобів інвестиційного маркетингу дозволило провести аналіз кон'юнктури регіонального інвестиційного ринку, результати якого є вихідною базою для визначення стану інвестиційного клімату та прогнозування умов для підвищення ефективності інвестиційної діяльності.

Аргументацією цих положень послужили здійснена структуризація інвестиційного ринку та схематизація структури маркетингового дослідження оцінки кон'юнктури та кон'юнктурних змін на ринку інвестиційних послуг. Це дозволило автору вказати на необхідність моделювання економічної поведінки потенційного інвестора та її прогнозування.

Питання інвестиційного маркетингу, які розкриваються у дисертації, отримують вихід на проблеми інвестиційного менеджменту як ефективного інструменту державного регулювання інвестиційними процесами на державному та регіональному рівнях. Розкриття цього взаємозв'язку ілюструється пропозиціями щодо вдосконалення організаційно-управлінського механізму формування сприятливого і привабливого державного і регіонального інвестиційного клімату і приводить до загального висновку автора про те, що інвестиційний маркетинг є важливим інструментом формування цивілізованого ринкового простору, створення сучасної ринкової інвестиційної інфраструктури.

ВИСНОВКИ

Дослідження проблеми застосування елементів інвестиційного маркетингу до формування ринкового середовища на прикладі регіону дозволило автору дисертаційної роботи зробити такі висновки:

1. Теоретичний аналіз інвестиційної діяльності як об'єкта маркетингових досліджень сприяв визначенню трьох основних груп видів інвестицій та інвестування (фінансове інвестування, майнове або цільове інвестування, нематеріальні або інтелектуальні інвестиції), дозволив автору проструктурувати ринок інвестиційних послуг.

Такий підхід дав можливість визначити основні фактори, які впливають на формування сприятливого інвестиційно-підприємницького клімату (ступінь розвитку ринкової інфраструктури; політичні, економічні, правові, соціально-психологічні фактори) як на макро-, так і на мікрорівні, що дозволили авторові конкретно розглянути питання про використання наукових методів оцінки ефективності інвестицій з метою визначення інвестиційної (економічної) привабливості об'єктів чи окремих регіонів.

2. У роботі досліджується механізм взаємозв'язку формування ринку інвестиційних послуг та інституціональних змін, які відбуваються при створенні ринкової інвестиційної інфраструктури. Маркетинговий аспект такого аналізу передбачав розкриття механізму стимулювання залучення інвестицій, у тому числі іноземних, в сучасних умовах і, особливо, у процесі приватизації державного майна, розгляд інших проблем організаційно-управлінського механізму розвитку інвестиційної діяльності, зокрема й іновативної - як її особливої форми.

3. Формування ринку інвестиційних послуг в Україні вимагає розробки ефективних ринкових інструментів для управління інвестиційною діяльністю на цьому ринку, одним із яких є інвестиційний маркетинг. Для розкриття його змісту існуючі визначення маркетингу класифікуються за загальними концептуальними підходами на чотири групи і розглядаються таким чином:

- маркетинг як діяльність або вид людської діяльності;
- маркетинг як певний ринковий процес;
- маркетинг як спосіб, метод, інструмент ринкової діяльності;
- маркетинг як певна система ринкових знань, поглядів, ідей.

4. На основі вищезазначених підходів у дисертації робиться висновок про те, що маркетинг - багатоаспектне поняття, зміст якого може розкриватися через:

а) діяльність, спрямовану на пошук потреб споживачів та задоволення таких потреб з максимальним прибутком для виробників, споживачів та їх посередників;

б) процес планування, просування, реалізації та управління товарами та послугами з метою задоволення потреб осіб та організацій;

в) спосіб дії підприємства, який спрямований на досягнення переваги у споживачів перед конкурентами;

г) філософію бізнесу, інтегровану і орієнтовану на споживача і на прибуток.

5. Функціональна характеристика маркетингової діяльності, яка розглядається через призму формування ринку інвестиційних послуг, розкривається:

по-перше, через комплексне вивчення ринку і проведення маркетингових досліджень;

по-друге, у процесі планування асортименту товарів, номенклатури послуг;

по-третє, у діяльності з просуванням товарів та послуг і стимулюванням їх збуту;

по-четверте, у політиці ціноутворення;

по-п'яте, у процесі аналітично-контрольної діяльності.

Зокрема, при розгляді окремих функцій маркетингової діяльності пропонується схема, у якій структуризовані недоліки та переваги, що важливо при оцінці конкурентноспроможності інвесторів, визначаються загальні принципи маркетингової політики інвестиційного управління та планування.

6. Для визначення місця і значення інвестиційного маркетингу в системі маркетингу у роботі виділяються дев'ять груп видів маркетингу, які класифікуються в залежності від таких системоутворюючих ознак:

- а) в залежності від орієнтації виробництва;

- б) в залежності від об'єктів маркетингової діяльності;
- в) стосовно мети діяльності фірми, реального і бажаного попиту;
- г) залежно від підходу до охоплення ринку підприємством;
- г) за територіальним принципом;
- д) за характером діяльності окремих суб'єктів ринкових відносин;
- е) за методами маркетингової діяльності;
- є) за сферою маркетингової діяльності;
- ж) в залежності від характеру маркетингових завдань.

Подана класифікація видів маркетингу розглядається у контексті особливостей розвитку маркетингу в Україні. Автором проаналізовано взаємозв'язок між етапами утвердження маркетингових ідей і формуванням ринкового середовища в країні. Це дозволило йому обґрунтувати положення про те, що маркетинг у перехідній економіці є інструментом проведення ефективної ринкової політики формування певної ринкової культури, ринкової свідомості, ринкового мислення, є необхідним елементом становлення ринкової інфраструктури, ринкового середовища.

Дані положення аргументуються на основі трансформаційних процесів, які мають місце у галузі інвестиційної діяльності в Україні.

7. Поняття "інвестиційний маркетинг" розглядається автором як складне, багатоаспектне за змістом поняття, яке розкривається у теоретичному плані через такі поняття, як підприємництво, управлінська діяльність, прибутковість, вигідність, інвестиції, капіталізація, філософія бізнесу, суб'єкти та об'єкти інвестиційної діяльності тощо.

Автор вказує, що інвестиційний маркетинг - це:

- підприємницька діяльність, спрямована на скерування капіталу від його власників до організаторів інвестиційного проекту з метою фінансової підтримки цього проекту і збільшення капіталу інвесторів;

- процес розробки та втілення в життя маркетингового управління і контролю за виконанням інвестиційних програм, метою реалізації яких є розширення сфери розміщення капіталу інвесторів;

- спосіб, метод інвестиційної діяльності щодо залучення капіталу на основі розробленого інвестиційного проекту за допомогою маркетингових засобів;

- філософія інвестиційного бізнесу, яка орієнтована на прибуткове та економічно вигідне розміщення (вкладення) капіталу.

8. У роботі уточнюються визначення інвестиційного маркетингового дослідження, аналізуються методологічні аспекти його проведення на кожному із виділених чотирьох етапів, схематично зображена структура технологічного процесу отримання маркетингової інформації у галузі інвестиційної діяльності. Особлива увага при цьому була звернена на розкриття специфіки вико-

ристання інвестиційного маркетингу для формування цивілізованого ринку інвестиційних послуг в Україні з урахуванням вибору оптимальних варіантів розробки тактики і стратегії для різних суб'єктів інвестиційної діяльності в умовах перехідної економіки (методологія аналізу економічного стану підприємства, прогнозування його діяльності, розробка концептуальних основ маркетингового управління, враховуючи такі параметри як інвестиційні можливості і ризики і т.п.) Загальний висновок автора зводиться до того, що інвестиційний маркетинг є важливим ринковим інструментом регулювання, управління та контролю діяльності у процесі формування ринку інвестиційних послуг.

9. На основі аналізу стану та ефективності використання інвестиційного маркетингу в Україні, у дисертаційній роботі досліджується тенденція розвитку і розширення ринку маркетингових інвестиційних послуг, формулюються основні принципи організації інвестиційних маркетингових досліджень та найважливіші напрями активізації діяльності на інвестиційному ринку України.

Дослідження стану та розвитку ринку інвестиційних послуг в Україні дозволило автору визначити один із важливих факторів інтенсифікації інвестиційної діяльності, а саме: підготовку і розробку високоякісних бізнес-планів інвестиційних проектів на основі визначених параметрів оцінки їх ефективності, використання сучасних методів аналізу інвестиційного ризику. Теоретичні положення стосовно проведення маркетингового дослідження у процесі підготовки різноманітних документів, необхідних для залучення інвестицій, у роботі подаються як певні методичні рекомендації, які мають практичне значення при підготовці регіональних інвестиційних програм і проектів.

Зокрема, для розробників та експертів інвестиційних проектів практичну цінність мають методичні положення щодо структуризації етапів життєвого циклу типового інвестиційного проекту, схематизації процесу його розробки, конкретні рекомендації з питання проведення як попередньої, так і детальної оцінок інвестиційних проектів, до реалізації яких залучатимуться іноземні інвестори.

10. Розглянувши організаційно-економічну схему формування фондового ринку як складової частини інвестиційного ринку в Україні, дисертант визначає основні маркетингові проблеми дослідження активізації шляхів проведення інвестиційної політики у сфері фондового ринку. При цьому методологічним інструментарієм такого дослідження служить один з видів інвестиційного маркетингу - фондовий маркетинг, який дає змогу автору вказати на основні шляхи інтенсифікації формування регіонального фондового ринку (необхідність інституціональної перебудови, підвищення

якості інформаційного забезпечення та поліпшення фінансово-аналітичної роботи на ринку цінних паперів, вирішення проблеми взаємозв'язку і взаємодії органів державного управління та основних суб'єктів фондового ринку і т.п.)

11. Історико-теоретичний та економічно-правовий аналіз проблеми залучення іноземних інвестицій в економіку України дав можливість дисертанту на основі концепції та положень інвестиційного маркетингу зробити конкретні висновки та пропозиції щодо вдосконалення механізму інвестиційної стратегії маркетингу з метою активізації залучення іноземних інвестицій у процесі формування регіонального ринку інвестиційних послуг та посилення її впливу на підвищення ефективності підготовки концепцій і програм соціально-економічного розвитку регіону. Вказується на те, що проведення інвестиційних маркетингових досліджень при розробці конкретних бізнес-планів та техніко-економічних обґрунтувань є необхідною і важливою передумовою для залучення та ефективного використання іноземних інвестицій в умовах перехідної економіки.

Автор рекомендує розроблену ним типову форму бізнес-плану для залучення іноземного капіталу.

12. На основі використання методологічних положень системного підходу, у роботі сформульовані основні теоретичні принципи побудови оптимальної моделі регіональної інвестиційної діяльності в умовах перехідної економіки, що, на думку автора, сприятиме більш глибокому науковому обґрунтуванню та підвищенню ефективності проведення державної регіональної політики, і в тому числі у галузі інвестиційної сфери.

З цією метою дисертант поглибив рівень концептуального обґрунтування структуризації механізму формування ринкового середовища у регіоні, що в наступному викладі дозволило йому, на основі маркетингового аналізу, зробити конкретні пропозиції щодо шляхів та напрямів поліпшення використання існуючого економіко-інвестиційного потенціалу регіону у процесі реалізації регіональних програм соціально-економічного розвитку та інвестиційних програм і проектів у регіоні.

13. Уточнивши поняття "інвестиційний ринок", дисертант визначає його як складну структуризовану систему різноманітних видів інвестиційних послуг, схематично класифікує їх і з позицій інвестиційного маркетингу поетапно досліджує закономірності його розвитку через призму оцінки стану кон'юнктури ринку інвестицій. Значне місце у роботі виділено для теоретичного маркетингового аналізу вибору оптимального варіанту проведення інвестиційної стратегії на регіональному ринку інвестицій на основі поєднання двох компонентів - державної регіональної політики та оцінки інвестиційної привабливості регіону.

Отримані результати маркетингового дослідження кон'юнктурного циклу інвестиційного ринку, на думку автора, мають важливе значення для вдосконалення існуючої практики регулювання інвестиційною діяльністю завдяки можливості побудови моделі економічної поведінки потенційного інвестора, вказують на об'єктивну необхідність створення цілісної регіональної системи інвестування в умовах перехідної економіки, що сприятиме створенню сприятливого інвестиційно-підприємницького клімату як у регіоні, так і в Україні в цілому.

СПИСОК ОСНОВНИХ ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Олійник Д.І. Практикум. Підготовка інвестиційних проектів // Діло. - №№ 30, 34, 35 від 14-19 квітня 1995р. - С. 4.

Олійник Д.І. Публікація переліку інвестиційних проектів // Діло. - №№ 36-37 від 5-11 травня 1995р. - С.5; №№. 42, 50 від 23-27 червня 1995р. - С.4.

Беленький Ю.П., Погрібний І.Я., Олійник Д.І. Практикум. Розробка регіональних цільових програм розвитку ФПГ // Методологічні аспекти формування територіальних фінансово-промислових комплексів (груп). - Препринт НАН України. Інститут регіональних досліджень. - 1995. - С. 25.

Розвиток транспортних комунікацій Львівщини в найважливіших інвестиційних проектах 1996-2000 років // Інвестиційний бюлетень 20'96. - Львів: Львівський філіал Центру розвитку і реконструкції економіки України при Кабінеті Міністрів України. - 1996. - 128с. - У співавторстві.

Олійник Д.І. Структурна перебудова економіки України. Критерії виходу з економічної кризи // Вісник Львівського інституту внутрішніх справ. - 1997. - № 5.

Олійник Д.І. Інвестиційний маркетинг як важливий інструмент формування ринкової інфраструктури // Формування ринкової економіки в Україні / Наук. зб. Львівського ун-ту. - 1997. - Т.1. - С. 17-20.

Кошовська В.Б., Олійник Д.І. Удосконалення організаційно-економічного механізму маркетингового управління інвестиційною діяльністю в умовах формування ринкових відносин // Формування ринкової економіки в Україні / Наук. зб. Львівського ун-ту. - 1997. - Т.1. - С. 56-58.

Олійник Д.І. Методичні рекомендації з підготовки інвестиційних проектів, до реалізації яких залучатимуться іноземні інвестори // Методичні рекомендації. Пілотні проекти. Методи оцінки матеріальних і нематеріальних активів. - Львів. - 1997.

АННОТАЦИЯ

Олійник Д.І. Інвестиційний маркетинг і його використання для підвищення ефективності формування ринкової інфраструктури.

Дисертація на соискание ученой степени кандидата экономических наук по специальности 08.06.03 - "Маркетинг". Украинская Академия внешней торговли. Киев. 1997.

Защищается рукопись диссертации, в которой исследуются проблемы использования инвестиционного маркетинга для повышения эффективности формирования рыночной инфраструктуры.

Проанализированы теоретические аспекты анализа сущности инвестиционного маркетинга, определена структура организационно-экономического механизма его использования при проведении региональных экономических разработок, указаны направления влияния маркетинговых исследований на повышение эффективности инвестиционной деятельности в условиях формирования благоприятствующего инвестиционного климата.

ANNOTATION

Olijnyk D.I. Investment marketing and its use for increasing the efficiency of market infrastructure forming.

This for a Candidade degree (Economic Sciences) on speciality: 08.06.03 - "Marketing". Ukrainian Academy of Foreign Trade, Kiev, 1997.

The maintained thesis is investigating the problems of investment marketing use for increasing the efficiency of market infrastructure forming.

The theoretical aspects of analysis of investment marketing essence has been analyzed, the structure of organizational and economical mechanism of its use under conducting of regional economical elaboration has been determined, the directions of influence of marketing investigations on increasing the efficiency of investment activity in the conditions of favourable investment climate forming has been indicated.

Ключові слова: маркетинг, інвестиційний маркетинг, інвестиції, ринок інвестиційних послуг, інвестиційний клімат, інвестиційний проект, фондовий ринок, іноземні інвестиції, інвестиційне маркетингове управління.

1120759

АВ 38.028

Підписано до друку 21.05.97р. Формат паперу 60x84 1/16.
Ум. друк. арк. 1,0. Зам. № 160. Тираж 100 прим.

Надруковано НВФ «Українські технології»,
м. Львів-58, вул. 700-річчя Львова, 67, тел. 52-20-49, 52-03-61