

УДК 658.8.013

**Надія Голда**

**Nadiya Golda**

*Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя*

## **МАРКЕТИНГ ІНВЕСТИЦІЙНОГО РИНКУ**

### **MARKETING INVESTMENT MARKET**

В управлінні інвестиціями, в сучасних ринкових умовах, найприйнятнішим є маркетинговий підхід, що дає змогу кожному підприємству, яке веде конкурентну боротьбу на ринку, використовувати певну маркетингову стратегію. Цільова спрямованість кожної з таких стратегій визначається метою управління як орієнтиром, що уточнюється у процесі розробки та реалізації стратегії, наближаючись поступово до конкретної мети.

Формуванню стратегічних чинників успіху діяльності підприємства сприяє обґрунтований вибір маркетингових стратегій. Інвестиційна стратегія підприємства залежить від стадії життєвого циклу підприємства, стратегії розвитку в цілому; стану зовнішнього і внутрішнього ринків інвестиційних ресурсів, інвестиційної привабливості підприємства як об'єкта вкладення засобів.

З метою вибору стратегії підприємства, що відповідає його місії, для кожного цільового орієнтира розробляють конкретну стратегію певного рівня, сукупність яких утворює дерево стратегій розвитку підприємства. У практиці господарювання використовують такі варіанти стратегії розвитку підприємства: сегментація діяльності; диференціація; створення конкурентної переваги; використання концепції “досконалого” підприємства; збільшення власної частки підприємства у ланцюжку доданої вартості порівняно з конкурентами, постачальниками й споживачами продукції підприємства; орієнтація на біржову діяльність,

виділення ресурсів на підтримку постійних внутрішніх і зовнішніх інновацій, ініціювання змін правил гри на ринку на власну користь.

Стратегія в ринкових умовах – головний елемент системи управління підприємством, який визначає вибір стратегічних зон господарювання і вид діяльності; міру завантаженості виробничих потужностей; географію бізнесу; міру ризику; реакцію підприємства на можливість загрози зовнішнього середовища.

Працюючи в області залучення інвестицій в Україну, належне місце необхідно відвести рекламі, яка повинна звертати увагу інвесторів на сильні сторони галузі. Маючи великий потенціал: природний та людський, Україні бракує інвесторів, які б вкладали кошти у матеріально-технічну базу підприємств в регіонах, так як асортимент і якість товарів/послуг у них ще не відповідає світовому рівню, що понижує їх конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Більшість українських підприємств за браком коштів слабо використовують нові науково-методичні розробки. Інвестиційна діяльність в умовах політичної та економічної нестійкості, недосконалої юридичної бази пов'язана з ризиками. По ступеню ризику інвестиції діляться на без ризикові та ризикові. Критеріями оцінки ступеня ризику можуть бути:

а) можливість втрати всієї суми очікуваного прибутку, що характеризується як допустимий ризик;

б) можливість втрати не тільки прибутку, але і очікуваного валового прибутку після реалізації проекту. В цьому випадку ризик є критичним;

в) можливість втрати всіх активів і банкрутство інвестора, що є катастрофічним ризиком.

Отже, як свідчать проведені дослідження для реалізації залучення інвестицій необхідно створити узгоджену по всіх рівнях і тимчасових етапах методику формування інвестиційних пріоритетів підприємства.