

сцевого самоврядування, яка спрямована на підтримку цілісності та взаємозв'язку між компонентами соціально-економічної системи аграрного виробництва, з одного боку, та активізацію інтеграційних процесів з навколишнім середовищем шляхом обміну трудовими ресурсами, капіталом, інформацією та енергією - з іншого. Управління та децентралізація в умовах ринкового механізму господарювання розуміються як взаємодія різних сил, як своєрідний усереднений результат цілеспрямованих свідомих дій суб'єктів. Обсяги та масштаби свідомого впливу, що розуміються як єдина категорія - "регулювання регіонального розвитку", - повинні відповідати інтересам населення регіонів і держави в цілому.

Список використаних джерел:

1. Алейнікова О.В. Особливості формування механізму державного регулювання аграрної галузі на сучасному етапі / О.В. Алейнікова // Інвестиції: практика та досвід. – 2011. – №10. – С. 89-93.
2. Діброва А.Д. Державне регулювання сільськогосподарського виробництва: теорія, методологія, практика: [монографія] / А.Д. Діброва. – К.: Формат, 2008. – 488 с.
3. Мармуль Л.О. Державне управління інноваційно-інвестиційними трансформаціями в АПК регіону / Л.О. Мармуль, А.М. Собченко // Таврійський науковий вісник: зб. наук. праць. – Херсон: Айлант, 2006. – Вип. 46. – С. 138-145.
4. Могильний О.М. Державна політика у розвитку сільських територій / О. М. Могильний // Економіка АПК. – 2010. – № 10. – С. 125-131.
5. Новіков О.Є. Напрями державної підтримки інноваційно-інвестиційної діяльності в аграрній сфері економіки / О.Є. Новіков // Фінансове та облікове забезпечення функціонування аграрних підприємств^ Зб. тез Всеукр. наук.-практ. конф., м. Херсон, 16-17 квітня 2009 р. – Херсон: ХДАУ, 2009. – С. 78-81.
6. Онищенко О. Дослідження проблем регулювання аграрного сектора економіки України / О. Онищенко, О. Бородіна // Економіка України. – 2005. – № 12. – С. 85-87.
7. Шпикуляк О.Г. Ефективність управління аграрним підприємством / О.Г. Шпикуляк // Економіка АПК. – 2005. – №3. – С. 22-25.

Рецензент – д.е.н., професор Мармуль Л. О.

УДК 631.164.23:631.1.027:338.431

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ ПІДПРИЄМСТВ АГРОПРОМИСЛОВОГО КОМПЛЕКСУ В УМОВАХ РИНКОВОЇ ТРАНСФОРМАЦІЇ ЕКОНОМІКИ

Решетнікова О.В., к.е.н.; Березницький К.В., аспірант

Полтавська державна аграрна академія

В статті дане визначення інвестиційного маркетингу. Розкрито основну мету виконання інвестиційних маркетингових досліджень в інвестиційному середовищі. Проведено аналіз останніх досліджень і публікацій в сфері інвестування. Розглянуто та охарактеризовано капітальні інвестиції за видами економічної діяльності в Полтавській області за 2010-2015 рр., а також досліджено джерела їх фінансування в регіоні. Проведена оцінка сучасного стану інвестиційного середовища в Україні. Запропоновано шляхи покращення інвестиційної привабливості країни та Полтавської області. Розглянуто обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну за період 2005-2014 рр.

Ключові слова: *інвестиції, інвестиційний маркетинг, інвестиційний ризик, аграрний сектор економіки, інвестиційна діяльність.*

Постановка проблеми. В умовах трансформації ринкової економіки процес інвестування фінансових коштів має не аби яке значення. Залучення

коштів прямо пропорційно пов'язане з ризиками, які постійно супроводжують процес інвестування від самого початку створення проекту та формування портфелю інвестицій до отримання планового економічного доходу. Дослідження інвестиційних ризиків, виявлення факторів, які їх викликають та обчислення можливих втрат – ось важливі проблеми, на які необхідно зважати сучасному інвесторові, приймаючи рішення щодо вкладання коштів у той чи інший напрям виробничої чи комерційної діяльності. Саме тому знання інвестиційних ризиків є необхідними для сучасного менеджера [1].

Інвестиції – одне з основних джерел фінансування більшості сфер господарювання будь-якої країни. Особливо велику роль інвестиції відіграють в аграрному секторі економіки. Їх важливе значення яскраво помітне в період початку та закінчення посівної кампанії будь-якого суб'єкта господарювання, яке має досить малі власні фінансові кошти.

Інвестиційний маркетинг – відносно новий напрямок, дещо відокремлений від маркетингу в його класичному розумінні про вільні ринкові відносини в умовах глобалізації економіки [2].

Основна мета виконання інвестиційних маркетингових досліджень – зменшення невизначеності та цілого комплексу ризиків (економічний, фінансовий, соціально-демографічний, криміногенний, екологічний, адміністративно-законодавчий, політичний), що притаманні ринковій економіці та зокрема агропромисловому комплексу. Отже, маркетингові дослідження інвестиційного середовища – це підґрунтя, на основі якого приймаються стратегічні рішення щодо інвестиційної діяльності підприємства. Більше того, це необхідний елемент економічної діяльності на перших стадіях реалізації інвестиційної стратегії [3].

Таким чином, питання проведення підприємствами агропромислового комплексу інвестиційних маркетингових досліджень потребує подальшого розгляду та вивчення, що свідчить про актуальність теми та зумовлює вибір напрямку дослідження в науковому і практичному аспектах.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання приваблення інвестицій у промисловість України є сьогодні надзвичайно актуальним. Зокрема, відновлення конкурентоспроможної продукції промислового сектора, зміцнення інвестиційної привабливості підприємств, подолання регіональної та галузевої гетерогенності в інвестиційному просторі залишаються пріоритетними завданнями реформування національної економіки у довгостроковій перспективі [3].

Світовий досвід свідчить, що країни не в змозі розвивати свою економіку без залучення та ефективного використання інвестицій. Акумуляуючи приватний, державний або іноземний капітал, забезпечуючи доступ до сучасних технологій та менеджменту, інвестиції не тільки сприяють формуванню національних інвестиційних ринків, але й пожвавлюють ринки товарів та послуг. Крім того, інвестиції, зазвичай, сприяють заходам макроекономічної стабілізації та дозволяють вирішувати соціальні проблеми трансформаційного періоду [4].

Проблемними питаннями в інвестиційному маркетинзі займаються вітчизняні науковці та економісти, такі як: Н.О. Микитюк [5], В.Є. Грамотнєв [6], Д.Г. Лук'яненко, Б.В. Гунський, О.М. Мозговий [7], Ю.М. Коваленко [8], та ін.

Так, М.В. Сорока досліджує мотивації іноземних інвесторів, аналізує інвестиційні проблеми підприємства та фактори, що впливають на вибір об'єкта інвестування, що притаманні Україні [3].

Інший український молодий науковець, О.Г. Настасенко, в своїй праці описує розробку інвестиційного проекту та стадії з якого він складається. Постадійна структура проекту створює основу для прийняття принципово правильних рішень та їх повної реабілітації, ключовим елементом якої є багатоваріантність проектних розробок, їх оцінка та вибір найбільш ефективних рішень. Такий підхід дозволяє забезпечити інвестиційну діяльність бізнес-концепцій та проектів та відповідає задачам ресурсозбереження [8].

Постановка завдання. Розкрити зміст інвестиційного маркетингу та сформулювати його основні цілі та головні завдання. Провести аналіз прямих іноземних інвестицій в Україну за останні десять років. Розглянути та охарактеризувати капітальні інвестиції за видами економічної діяльності в Полтавській області за 2010-2015 рр., а також дослідити джерела їх фінансування в регіоні.

Виклад основного матеріалу дослідження. В умовах, коли державних коштів для підтримки сільського товаровиробника явно недостатньо, створення привабливих механізмів для залучення приватних інвестицій у сільськогосподарське виробництво стає першочерговим завданням, особливо в контексті постійного інтересу іноземних інвесторів до даного сектору економіки України [9]. Так склалося, що сьогодні агровиробники крім того, що повинні бути фахівцями з вирощування сільськогосподарської продукції, мають також володіти і чималими талантами з прогнозування цін на результати своєї роботи, вміти ефективно користуватися засобами її фіксації [9]. За словами С. Ключа: «Інвестори, у свою чергу, здатні ефективніше захищатися від ризиків ціноутворення і валютних коливань, у тому числі користуючись біржовими інструментами, і більш впевнено очікують виконання зобов'язань аграріями» [9].

За умов сучасної української економіки проблема ризикованості інвестиційного маркетингу є особливо гострою через нестабільність податкового режиму, падіння курсу національної валюти, низьку купівельну спроможність значної частини населення України. Тому для капіталовкладників, які мають справу з вітчизняним та закордонними ринками, важливим є ретельне ознайомлення з інвестиційним маркетингом, з метою максимального зниження впливу проблемності та ризикованості на власну перспективну підприємницьку діяльність [1].

Інвестиційний маркетинг служить для забезпечення керівників, осіб, що приймають рішення, надійної, достовірної, повної та своєчасної маркетинговою інформацією про ринок, структуру і динаміку попиту, смаки корпоративних і приватних інвесторів, а також конкурентів і засоби забезпечення сталого положення на ринку [2].

Концепція інвестиційного маркетингу розглядає інвестиції як основу господарської діяльності і держави в цілому, і окремо взятої організації. Інвестиційні проекти розглядаються тут як засоби для досягнення мети. Цілями інвестиційного маркетингу можуть виступати мінімізація ризику, максимізація прибутку, запланований обсяг інвестицій, збільшення ринкової частки [1]. Виходячи з прикладного значення інвестиційного маркетингу, основні завдання і методи його вивчення полягають в розкритті наступних питань:

- процедура науково обґрунтованого ухвалення рішень в галузі інвестицій;
- інвестиційні ризики, їх оцінка, шляхи запобігання або зниження;
- джерела фінансування капітальних вкладень і методи вибору найбільш вигідних і надійних;
- формування оптимального портфеля інвестицій;
- методика економічного обґрунтування капітальних вкладень;
- планування інвестицій.

У повсякденній діяльності інвестиційний маркетинг служить для забезпечення керівників та осіб, що приймають рішення, надійною, достовірною, повною і своєчасною маркетинговою інформацією про ринок, структуру і динаміку попиту, переваги корпоративних і приватних інвесторів, а також – про конкурентів і засоби забезпечення стійкого положення на ньому [1].

Говорячи про сучасний стан інвестиційної діяльності в Україні, слід звернути увагу на те, що в країні дотепер не створено обґрунтованої системи державної підтримки інвестиційної діяльності підприємств. Як наслідок цього, в інвестиційній діяльності країни утворилося замкнуте коло, коли недоінвестування народного господарства посилює спад виробництва, що, в свою чергу, спричиняє зниження інвестиційних можливостей суб'єктів господарювання та держави.

Серед основних факторів, що стримують активність інвестиційних процесів виділяють наступні: зниження фінансових можливостей бюджетів усіх рівнів, а також господарюючих суб'єктів та населення; недосконалість і часті зміни законодавчої і нормативно-правової бази; слабка розвиненість фондового ринку і ринку капіталів; відсутність системи страхування ризику інвесторів; нестабільна політична ситуація в країні [10].

Аграрний сектор у сучасних умовах потребує значних інвестиційних ресурсів. Нині залучення інвестицій в нього – це вже не питання розвитку даного сектору, а питання його виживання або подальшого його безповоротного занепаду. Для цього необхідно використовувати всі можливі інвестиційні ресурси. Важливість правильної інвестиційної політики важко переоцінити. Жодна економіка світу не досягла значних результатів без залучення коштів вітчизняних та іноземних приватних інвесторів. Інвестиції для підприємств означають модернізацію і технічне переоснащення, впровадження енерго- й ресурсозберігаючих технологій, а, отже, зменшення частки матеріальних витрат у структурі собівартості та збільшення оплати праці, виробництво конкурентоспроможної продукції [11].

Розглянемо обсяги прямих іноземних інвестицій в Україну за останні десять років (табл. 1).

Таблиця 1

Прямі іноземні інвестиції в Україну, 2005-2014 рр. (млн. дол. США)

Роки	Обсяги інвестицій в українську економіку	Абсолютний приріст до попереднього року	Тем приросту до попереднього року, %
2005	2252,6	х	х
2006	7843,0	5590,4	248,2
2007	4717,3	-3125,7	-39,9
2008	7935,4	3218,1	68,2
2009	6073,7	-1861,7	-23,5
2010	4436,6	-1637,1	-27,0
2011	4753,0	316,4	7,1
2012	5527,9	774,9	16,3
2013	4962,9	-565,0	-10,2
2014	2860,1	-2102,8	-42,4

Джерело: розраховано за даними Держкомстату України [12]

Як видно з табличних даних сума іноземних інвестицій в економіку країни найбільшою була в 2008 році – 10,913 млрд. дол. Позитивна динаміка росту інвестицій спостерігалася протягом 2005-2008 рр. та 2009-2012 рр, незважаючи на те, що в 2009 р. їх обсяг зменшився на 55,9% у порівнянні з попереднім 2008р., та склав лише 4,816 млрд. дол. В 2013р. рівень закордонних інвестицій почав знижуватися, і в 2014 р. становив 410 млн. дол. Причиною цьому стала складна геополітична та економічна ситуація в Україні, що змусила багатьох іноземних інвесторів засумніватися в надійності можливих інвестиційних проєктів та майбутньому отриманні бажаних фінансових доходів.

В свою чергу іноземні інвестиції розподіляються по різних регіонах у відповідності до потреб тих чи інших галузей економіки. Розглянемо капітальні інвестиції на прикладі Полтавської області (рис.1).



Рис. 1. Динаміка капітальних інвестицій в Полтавській області, 2010-2014 рр. (млн. грн.)

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики в Полтавській області [13]

З рис.1 бачимо як щорічно, починаючи з 2010 року, обсяги капітальних інвестицій в економіку Полтавської області зростають. Свого максимуму вони досягли в 2012 році (10217 млн. грн.). Потім починається поступовий спад. Щодо капітальних інвестицій в сільське господарство, тут спостерігається наступна динаміка. У базовому 2010 році вони становили 841 млн. грн., а у 2014 р. – 1568 млн. грн. Найбільше інвестицій в область було залучено у 2013 році – 1845 млн. грн. Отож, можна зробити висновок, що суми капіталовкладень в агропромисловий комплекс Полтавської області зростають, що в свою чергу позитивним чином відбивається на даній галузі економіки не тільки регіону, а й країни в цілому.

Доцільним в даному випадку буде аналіз структури джерел фінансування капітальних інвестицій в Полтавську область (рис. 2).

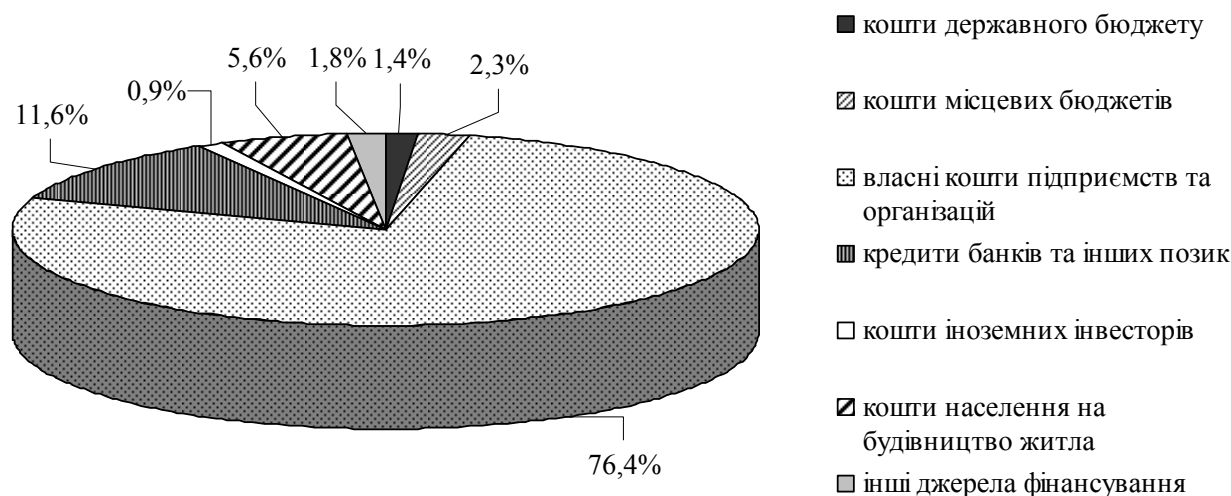


Рис. 2. Структура джерел капітальних інвестицій в Полтавську область, 2010-2014 рр., %.

Джерело: побудовано за даними Головного управління статистики в Полтавській області [13]

Аналізуючи рис. 2, можемо сказати, що в середньому за 2010-2014 рр. найбільшу частину капітальних інвестицій склали власні кошти підприємств та організацій регіону (76,4%). При цьому частка інвестицій іноземного походження у відсотковому вираженні до загальної суми всіх інвестицій є незначною. Однозначним є той факт, що іноземні інвестиції вкладені в сільське господарство Полтавської області принесли певну економічну вигоду для регіону, однак для того, щоб прослідкувати залежність цієї вигоди від суми іноземних капіталовкладень необхідно проводити аналіз конкретних підприємств, які отримували відповідне фінансування.

Висновки. На сьогоднішній день інвестиційний клімат в Україні є не сприятливим для багатьох не лише закордонних, а і внутрішніх інвесторів. Це можна досягти лише за рахунок удосконалення законодавчої бази, яка б чітко прописувала права та обов'язки усіх сторін та учасників інвестиційного процесу. Окрім цього, слід також розвивати фондовий ринок та ринок капіталів. Не зайвим буде створити систему страхування ризику інвесторів, яка досить успішно функціонує в багатьох економічно розвинутих країнах. З огля-

ду на це, не зайвим було б перейняти досвід країн, в яких вже існують вигідні умови для залучення іноземного капіталу у власну економіку. Враховуючи той факт, що Україна в 2013-2014 маркетинговому році зайняла третє місце серед найбільших країн-експортерів, можна впевнено сказати, що покращення інвестиційної активності в майбутньому може значно укріпити наші позиції на світовому ринку зерна. Саме інвестиції зможуть допомогти вітчизняним агровиробникам з використанням більш прогресивних технологій вирощування та збирання сільськогосподарських культур, шляхом залучення іноземного капіталу в оновлення машино-тракторного парку, підвищення заробітних плат робочим, будівництву нових зерно та овочесховищ, а також елеваторів, що в підсумку може не тільки покращити показники урожайності, але і зменшити собівартість виробленої продукції та затрати на її зберігання і транспортування. Що стосується Полтавської області, то рівень іноземних інвестицій є досить малим за обсягом в загальній структурі капітальних інвестицій регіону.

Полтавщина завжди славилася одними з найбільших показників урожайності не тільки зернових, а інших основних сільськогосподарських культур. Сільське господарство в цьому регіоні отримує найбільшу кількість капіталовкладень, порівняно із лісовим та рибним господарствами. Для залучення більшої кількості іноземних інвестицій в області слід розробити та реалізувати власну інвестиційну стратегію, яка в свою чергу неодмінно повинна базуватися на продуктивних економіко-математичних моделях, що дадуть змогу прораховувати економічний результат для потенційних інвесторів не тільки внутрішніх з території області та країни, але і закордонних.

Отже, інвестиційний маркетинг має пріоритетне значення для України в умовах ринкової трансформації економіки країни. Розвиток даного виду маркетингу в майбутньому може значно покращити економічну ситуацію нашої держави. Інвестиційний маркетинг є актуальним та необхідним, особливо враховуючи геополітичне та соціальне становище України.

Список використаних джерел:

1. Жарлінська Р. Г. Інвестиційний маркетинг як інструмент управління ризиками в сфері ЗЕД підприємств в умовах глобалізації [Електронний ресурс] / Р. Г. Жарлінська, С. В. Побережнюк, Д. В. Сорока.// Економічні науки. Маркетинг і менеджмент. Вінницький торговельно-економічний інститут КНТЕУ, Україна. – Електрон. дані (1 файл). . – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2010/33_DWS_2010/Economics/74487.doc.htm .
2. Інвестиційний маркетинг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://studme.com.ua/1678091415083/marketing/investitsionnyy_marketing.htm.
3. Сорока М. В. Маркетингові дослідження в інвестиційній діяльності підприємств. [Електронний ресурс] / М. В. Сорока// Національний університет “Львівська політехніка”. – 2008. – Режим доступу: http://vlp.com.ua/files/32_7.pdf.
4. Теоретичні засади інвестиційної діяльності[Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pidruchniki.com/18211001/investuvannya/konomichna_sutnist_investitsiy#60.
5. Маркетинг продукції реального інвестування: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.06.02 / Н. О. Микитюк / Нац. ун-т "Львів. політехніка". – Л., 2002. – 20 с. – укр.
6. Маркетинг у залученні іноземних інвестицій. Автореферат дис... к.е.н. / Грамотнев В.Є.: Київський національний економічний університет. – К., 2004. – 20 с. – укр.

7. Міжнародна інвестиційна діяльність: Підручник / Д. Г. Лук'яненко, Б. В. Гунський, О. М. Мозговий та ін.; За ред. д-ра екон. наук, проф. Д.Г. Лук'яненка. – К. : КНЕУ, 2003. – 387 с.

8. Настасенко О. Г. Інвестиційний маркетинг як елемент механізму управління інвестиційною діяльністю підприємства [Електронний ресурс] / О. Г. Настасенко; Білоцерківський аграрний університет. – Режим доступу: http://khntusg.com.ua/files/sbornik/vestnik_97/30.pdf.

9. Ключа С. О. Розширення сфери використання аграрних розписок – спроба влади залучити інвестиції в сільськогосподарське виробництво [Електронний ресурс] / С. О. Ключа // АПК-Інформ. – 2015. – Режим доступу: <http://www.apk-inform.com/ru/exclusive/topic/1051888#.VhАНКОztlHx>.

10. Шафранська Т. Ю. Можливості активізації інвестиційної діяльності в Україні [Електронний ресурс] / Т. Ю. Шафранська, Я. С. Фесун // Інвестиційна діяльність і фондові ринки. – Економічні науки. – Т.4. – Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького, Україна – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/33_DWS_2013/Economics/4_150000.doc.htm.

11. Фисун О. Особливості іноземного інвестування в агропромисловий комплекс України. – 2015, [Електронний ресурс] . – Режим доступу: <http://kursak.net/diplomna-robota-bakalavra-na-temu-osoblivosti-inozemnogo-investuvannya-v-agropromislovij-kompleks-ukra%D1%97ni/>.

12. Офіційний сайт державного комітету статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.

13. Капітальні інвестиції, 2015 рік: щорічник. / Головне управління статистики у Полтавській області. – П. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.pl.ukrstat.gov.ua/main/stat_info/byd/menu_invest.html.

Рецензент – д.е.н., професор Махмудов Х. З.

УДК 339.13:664.6

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ХЛІБОПЕКАРСЬКОЇ ГАЛУЗІ

Самойлик Ю.В., к.е.н., доцент

Полтавська державна аграрна академія

Набули подальшого розвитку методологічні підходи до виявлення особливостей формування сприятливого конкурентного середовища та високого рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі на національному ринку. Доведено, що дана сфера має потужні передумови, які доцільно об'єднати у три групи: природно-кліматичні і технологічні; організаційно-економічні та кон'юнктурні. Виявлено, що збільшення обсягів виробництва зерна не зумовлює збільшення масштабів виробництва хліба та хлібопекарських виробів. У структурі виробництва хліба найбільшу питому вагу займає пшеничний хліб. Запропоновано заходи щодо підвищення рівня конкурентоспроможності підприємств хлібопекарської галузі, а саме: посилення контролю за якістю та безпечністю хліба та хлібобулочних виробів; здійснення антимонопольного контролю; створення умов для детінізації галузі; забезпечення ефективності взаємозв'язків між сільськогосподарською та промисловою сферами.

Ключові слова: конкурентоспроможність, конкурентне середовище, хлібопекарська галузь, ринок зерна, ринок хліба та хлібобулочних виробів.

Постановка проблеми. Формування конкурентоспроможності – це найважливіша стратегічна мета діяльності суб'єктів господарювання. В умо-