

**МАРКЕТИНГОВИЙ ПІДХІД ДО ТЕОРЕТИЧНОГО ОБҐРУНТУВАННЯ  
ПОНЯТІЙНОГО АПАРАТУ “ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ”**

*У процесі дослідження були здійснені теоретичні узагальнення понятійного апарату “інвестиційна привабливість” та сформоване власне визначення інвестиційної привабливості як “узагальнюючої характеристики переваг і недоліків напрямів і об’єктів інвестування з позиції конкретного інвестора”.*

*In the process of research theoretical generalizations of concept vehicle were carried out “investment attractiveness” and own determination of investment attractiveness is formed as “summarizing description of advantages and lacks of directions and objects of investing from position of concrete investor”.*

*Ключові слова: інвестиційна привабливість, капіталоємність, інвестор, маркетинговий потенціал.*

Дефініцію “інвестиційна привабливість” можна трактувати базуючись на характеристиці поняття “привабливість”, яке слід розглядати широко, а саме, як те, що викликає захоплення своїми якісними характеристиками, формами, діями; те, що викликає інтерес до прояву будь-яких дій або відкриває цінні можливості прояву певних дій. Слід також відмітити, що для потенційних інвесторів термін “інвестиційна привабливість” є більш автентичним їх інвестиційним інтересам. Інвестиційна привабливість більш адекватно відображає і цільову установку пошуку інвесторами об’єктів найбільш прийнятних та ефективного вкладення капіталу. Бланк І.А. подає визначення інвестиційної привабливості таким чином: “Інвестиційна привабливість – узагальнююча характеристика переваг і недоліків інвестування окремих напрямків і об’єктів з позиції окремого інвестора” [2, с. 119].

У розумінні С.І. Прилипко [10], інвестиційна привабливість – це інтегральна характеристика окремих підприємств як об’єктів майбутнього інвестування з позиції перспективного розвитку виробництва й обсягів збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості. У монографії, присвяченій інвестиційній привабливості, А.А. Садеков та Н.А. Лісова [11, с. 22] надають таке визначення: “Інвестиційна привабливість – інтегральний або комплексний показник доцільності вкладення капіталу інвестором у той чи інший об’єкт (країну, галузь, регіон, підприємство чи проект)”.

Таким чином, різні джерела пов’язують з явищем інвестиційної привабливості різні поняття і з жодним з них ми не можемо повністю погодитися. Приймаючи рішення про вкладення капіталу в ту чи іншу країну, інвестор комплексно розглядає інвестиційну привабливість. Для інвестора є важливим, щоб висока привабливість забезпечувалась на всіх етапах прийняття інвестиційних рішень, від вибору країни-реципієнта до фінансування конкретного інвестиційного проекту. Таким чином, інвестиційну привабливість слід розглядати як багаторівневу систему, яка включає країну, галузь, регіон, підприємство.

Методологічні дослідження інвестиційної привабливості, на наш погляд, мають ґрунтуватись на логіці інвестиційних рішень, яка передбачає вкладення коштів там, де сприятливіші умови для інвестування. Оскільки ідеальних умов у реальній практиці не буває, такі рішення приймаються, як правило, шляхом вибору більш прийнятних варіантів із можливих. Тобто в основі рішення лежить принцип порівняння і вибору кращого варіанту із можливих.

З огляду на вище сказане, ми вважаємо за доцільне більш детально охарактеризувати інвестиційну привабливість на рівні країни, галузі, регіону, підприємства, проекту.

Інвестиційна привабливість країни. В економічній літературі існують різні підходи до визначення інвестиційної привабливості або інвестиційного клімату держави як сукупності політичних, правових, економічних і соціальних умов, що забезпечують інвестиційну діяльність вітчизняних і закордонних інвесторів. У найбільш загальному вигляді систему визначальних чинників можна представити таким чином [18]:

1) політико-правове середовище, що характеризується політичною стабільністю суспільства, наявністю і стабільністю нормативної бази підприємницької та інвестиційної діяльності, гарантією рівності форм власності й інвестицій у перехідний період тощо;

2) економічне середовище характеризується стабільністю національної валюти, темпами росту інфляції, режимом оподаткування і валютного регулювання, станом фондового ринку і фінансово-кредитної системи, ємністю і платоспроможністю внутрішнього ринку;

3) ресурси та інфраструктура, соціально-культурне середовище, екологія.

Міжнародна практика вибору держави-реципієнта, крім оцінки загального інвестиційного клімату, базується також на врахуванні специфічних особливостей самого проекту, ступені розвитку даної держави. Так, при реалізації міжнародних проектів, пов’язаних із виконанням масштабних будівельних робіт, здійснюваних при сприянні Всесвітнього банку, чинники, котрі впливають на прийняття рішень, систематизуються за категоріями країн, що розвиваються, країн середнього рівня розвитку, розвинених країн.

Слід зазначити, що такий підхід повністю виключає маркетингові чинники. Не завжди є привабливим те, що країна уявляє з себе сьогодні. Привабливішим для інвесторів можуть виявитися ринкові перспективи, які, в свою чергу, мають доводитися через засоби масової інформації у вигляді рекламних звернень або PR-заходів.

Інвестиційна привабливість галузі. У виборі галузевих напрямів інвестування, зокрема, Всесвітній банк критеріями для прийняття інвестиційних рішень керується такими групами чинників, як [18]:

- 1) ринкові – розмір ринку, темп зростання його потенціалу, циклічність попиту, еластичність цін, прибутковість, диференціація продукту;
- 2) конкуренції – оцінює стан конкуренції галузевого ринку, наявність рівних конкурентів, інтенсивність конкуренції, ступінь спеціалізації конкурентів, наявність товарів-замінників, завантаження потужностей;
- 3) бар'єри входження в галузь – досліджує капіталоємність галузі, наявність каналів розподілу і доступ до них, доступ до сировинних ресурсів, захищеність із боку держави, соціальні проблеми галузі, що можуть спричинити негативний вплив на входження в галузь;
- 4) бар'єри виходу підприємства з галузі – дозволяє проаналізувати існуючі обмеження державного і соціального порядку, що перешкоджають виходу з галузі, спеціалізацію активів і можливість їх перепрофілювання і використання за іншим призначенням;
- 5) взаємовідносини з постачальниками – характеризуються наявністю місцевих постачальників, матеріалів-замінників, інтенсивністю конкуренції серед постачальників, можливістю формування стратегічних союзів та інших взаємовідносин з постачальниками сировини і матеріалів, рівнем вертикальної інтеграції з постачальниками;
- 6) технологічні фактори – враховують рівень технічних нововведень у галузі, складність продукції і виробництва, патентно-ліцензійну ситуацію в галузі, капіталоємність і наукоємність продукції;
- 7) соціальні фактори – до яких належать дисципліна робітників, демографічні процеси, ступінь охоплення робітників профспілками і вплив громадських організацій, виробничі відношення робітників із керівництвом.

Аналізуючи галузеву привабливість України за наведеними групами факторів, можна зробити висновок, що в даний час найбільш інтенсивні інвестиційні процеси мають спостерігатись у високорентабельних сферах, що не потребують значних вкладень капіталу при забезпеченні його швидкої віддачі. Це, насамперед, сфера внутрішньої торгівлі, переробка сільськогосподарської продукції, легка промисловість.

Інвестиційна привабливість регіону оцінюється такими чинниками, як [18]:

- 1) рівень економічного розвитку регіону – характеризується такими показниками, як питома вага регіону у валовому внутрішньому продукті і національному доході, обсяг виробництва на душу населення, рівень самозабезпечення регіону основними продуктами харчування, середній рівень заробітної плати робітників, обсяг і динаміка капітальних вкладень у регіоні на душу населення, число підприємств, питома вага збиткових підприємств;
- 2) рівень розвитку інвестиційної інфраструктури регіону – оцінюється кількістю підрядних будівельних компаній, обсягом місцевого виробництва основних будівельних матеріалів, виробництвом енергетичних ресурсів на душу населення, щільністю залізничних колій, щільністю автомобільних шляхів;
- 3) демографічна характеристика – визначається як питома вага населення регіону в загальній чисельності мешканців України, співвідношення міського і сільського населення, питома вага населення, зайнятого в суспільному виробництві, рівень кваліфікації робітників;
- 4) рівень розвитку ринкових відносин і комерційної інфраструктури регіону – характеризується питомою вагою приватизованих підприємств і підприємств з недержавною формою власності у загальній їх кількості, чисельністю підприємств з іноземними інвестиціями, банківських установ, страхових компаній, товарних бірж.

Крім зазначених факторів можна оцінювати привабливість регіону і з погляду можливого розвитку туристичного та готельного господарства або інших складових, які могли би становити маркетингові конкурентні переваги того чи іншого регіону.

Інвестиційна привабливість підприємства, на нашу думку, це сукупність характеристик його фінансово-господарської та управлінської діяльності, перспектив розвитку та можливостей залучення інвестиційних ресурсів. Для оцінки інвестиційної привабливості можуть бути використані різні фінансові коефіцієнти. Їх склад визначається виходячи з цілей і глибини аналізу фінансового стану. Такими синтетичними показниками є оборотність активів, прибутковість капіталу, фінансова стабільність, ліквідність активів тощо. Разом із фінансовими показниками інвестиційної привабливості необхідно аналізувати і маркетингові, до яких, насамперед, слід віднести ринкову позицію підприємства, яка визначається наявністю та станом товарного асортименту, рівнем його якості, укомплектованості, диференціації та диверсифікації; ціноюв стратегією, яку провадить підприємство на різних сегментах ринку та для різних товарних груп; дистрибутивною політикою, що здійснюється через різні канали розподілу; маркетинговими комунікаціями, які здійснює підприємство.

У більшості випадків інвесторів цікавлять усі рівні інвестиційних переваг у звичному процесі пізнання (від загального до конкретного). Залежно від мети інвестора вони можуть змінювати пріоритети. Звідси є очевидним, що інвестиційна привабливість має агрегований характер: нижчий рівень привабливості є складовою вищого рівня. А відтак усі рівні інвестиційної привабливості є взаємопов'язаними. Такий агрегований характер дає можливість інвестору оцінити в комплексі переваги від економіки країни до окремого виробництва, що дозволить йому прийняти правильне рішення стосовно інвестування. На основі вище сказаного можна запропонувати систему багаторівневої інвестиційної привабливості економіки [13] (рис. 1).

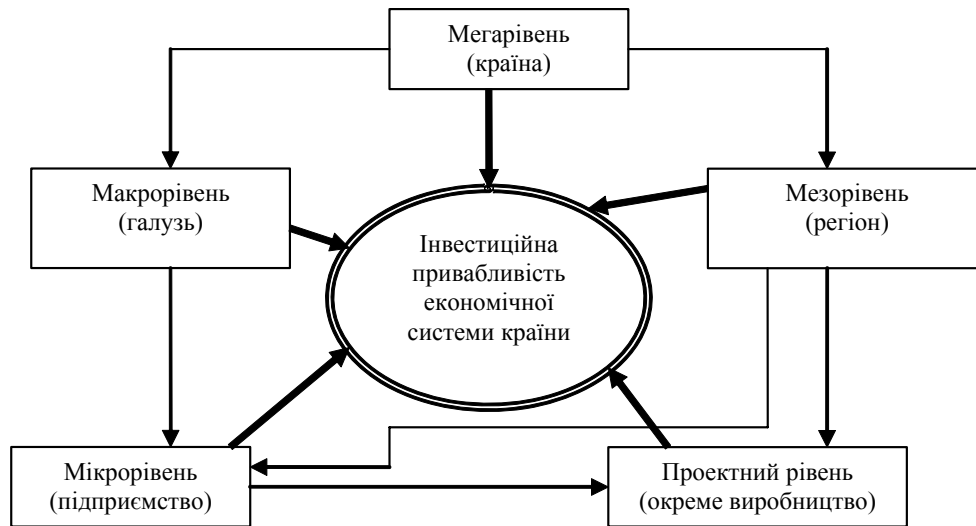


Рис. 1. Система багаторівневої інвестиційної привабливості економічної системи країни [13]

Таку модель пошуку рішень для групи інвесторів з невизначеними наперед цілями можна вважати найбільш оптимальною, оскільки вона дозволяє інвестору з різноплановими інтересами та можливостями оцінити інвестиційну привабливість на кожному із зазначених рівнів.

Далі, логічним, на наш погляд, буде детально розглянути інвестиційну привабливість безпосередньо підприємства. В економічній літературі пропонується багато різноманітних підходів щодо визначення інвестиційної привабливості підприємств. Спільними для відомих підходів стосовно оцінювання інвестиційної привабливості є надання переваги виключно показникам фінансового стану підприємства. Мета нашої роботи – показати, що інвестиційну привабливість можна підвищити, якщо поряд із фінансовим аналізом та прогнозуванням використовувати маркетинговий підхід, тим більше, що такі показники, як результативність цінової та збутової діяльності, позиція на ринку відносно конкурентів, ефективність рекламної кампанії можна віднести як до фінансових, так і до маркетингових показників.

Недоліком багатьох визначень, на нашу думку, є використання лише фінансових показників інвестиційної привабливості і нехтування маркетинговими показниками, такими як аналіз збутової діяльності підприємства, місце серед конкурентів на ринку, імідж фірми на ринку тощо. Деякі визначення нечітко тлумачать поняття інвестиційної привабливості, деякі визначення викладені у важкій для розуміння та сприйняття суті поняття формі (табл. 1).

Ми вважаємо, що для визначення інвестиційної привабливості в узагальненому вигляді доцільно здійснити такі етапи:

- 1) визначити інтегральний показник, який дає можливість поєднати різні за змістом чинники, узагальнити їх;
- 2) здійснити рейтингову оцінку показників;
- 3) врахувати вагомість окремих показників та їхніх груп в контексті їхнього впливу на рішення інвестора, його мотивацію відносно доцільності інвестування;
- 4) застосування маркетингових інструментів для визначення оцінки інвестиційної привабливості промислових підприємств.

Так, проаналізувавши та узагальнивши погляди низки авторів стосовно дефініції “інвестиційна привабливість підприємства”, нами запропоноване власне визначення поняття “інвестиційна привабливість підприємства” – це якісна та кількісна характеристика доцільності інвестування об’єкта підприємницької діяльності, яка базується на визначенні його фінансово-економічного стану та можливості реалізації його маркетингового потенціалу. Тут маркетинговий потенціал трактується нами як можливість забезпечення підприємству стійкого положення на ринку, і залежить від місткості ринку, ступеня насиченості ринку аналогічною продукцією, рівня нормативно-правового регулювання галузі, діяльності посередників, можливостей конкурентів і маркетингової політики підприємства.

**Тракткування поняття “інвестиційна привабливість підприємства” різними вченими та економістами**

Автори	Тракткування інвестиційної привабливості
Бланк І. О. [2, с. 400]	Інтегральна характеристика окремих компаній, фірм, об'єктів майбутнього інвестування з позиції перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів і їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості.
Шеремет В.В., Павлюченко В.М. та ін. [14, с. 67]	Фінансовий аналіз діяльності підприємства за показниками фінансової стійкості, прибутковості, ліквідності активів, оборотності активів та інше з точки зору потенційного інвестування у вигляді як капітальних інвестицій, так і фінансових інвестицій.
Савчук В.П., Прилипко С.І., Величко Є.Г. [10, с. 26]	Інтегральна характеристика окремих підприємств як об'єктів майбутнього інвестування з позиції перспективності розвитку, обсягу і перспектив збуту продукції, ефективності використання активів, їх ліквідності, стану платоспроможності та фінансової стійкості.
Макарій Н. [7, с. 52]	Справедлива кількісна та якісна характеристика зовнішнього та внутрішнього середовища об'єкта потенційно можливого інвестування.
Інвестиційний словник [5, с. 26]	Узагальнююча характеристика переваг та недоліків інвестування окремих об'єктів чи напрямків з позиції конкретного інвестора.
Економічна енциклопедія [4, с. 52]	Характеристика підприємства чи будь-якого суб'єкта господарської діяльності, яка враховує суперечливі цілі інвестора: максимальний прибуток за мінімального ризику на певному об'єкті.
Харламова Г.О. [15, с. 68]	Інтегральна характеристика окремих рівнів економіки з позиції перспективності розвитку, прибутковості інвестицій і рівня інвестиційних ризиків.
Хрущ Н.А. [16, с. 71]	Рівень інтегральної оцінки окремого суб'єкта підприємницького середовища (галузь, регіон, суб'єкт господарювання тощо), який характеризує перспективність розвитку, дохідність інвестицій, інвестиційний ризик та інші суттєві фактори.
Сталінська О. [12, с. 32]	Інтегральний показник, що об'єднує комплекс формалізуючих або неформалізуючих критеріїв та характеризує доцільність вкладення капіталу в досліджуваний потенційний об'єкт інвестування.
Державний бюлетень про приватизацію [8, с. 17]	Рівень задоволення фінансових, виробничих, організаційних та інших потреб або інтересів інвесторів до конкретного підприємства, які можуть бути визначені або оцінені значеннями відповідних показників, у тому числі й інтегральною оцінкою.
Русак Н.А., Русак В.А. [9, с. 56]	Оцінка доцільності вкладених у підприємство вільних коштів
Ястремська О.М. [17, с. 45]	Властивість підприємства зумовлена його наявними економічними ресурсами, залучати внутрішні та зовнішні інвестиційні кошти для досягнення цілей інвестування
Білик М.С. [1, с. 239]	Інтегральний показник, що залежить від усіх показників, що характеризують його фінансовий стан підприємства, однак інвесторів безпосередньо цікавлять лише показники, що впливають на прибутковість капіталу, курс акцій та рівень дивідендів.
Данілов О.Д., Івашина Г.М., Чумаченко О.Г. [3, с. 18 – 19].	Інтегральний показник, що включаю такі загальноекономічні показники: 1) залишкова та відновлювана вартість; 2) загальний обсяг чистого і балансового доходу; 3) рентабельність; 4) стан сировинної бази; 5) розмір земельної площі, яку займає підприємство.
Майорова Т.В. [6, с. 39 – 47]	Інвестиційна привабливість окремого підприємства (фірми) включає: 1) загальну характеристику підприємства; 2) характеристику технічної бази підприємства; 3) номенклатуру продукції, що випускається; 4) виробничу потужність; 4) місце підприємства в галузі, на ринку, рівень його монополності; 5) характеристику системи управління; 5) статутний фонд, власники підприємства, ціна акцій; 6) структуру витрат на виробництво; 7) обсяг прибутку та напрями його використання; 8) оцінку фінансового стану підприємства
Мойсєнко І.П. [17, с. 168 – 170]	Інвестиційна привабливість підприємства формується на основі показників його фінансового стану і кадрового потенціалу.

Саме наявність маркетингового потенціалу є значною конкурентною перевагою підприємства. Він визначається як сукупна здатність маркетингової системи (підприємства) забезпечувати постійну конкурентоспроможність підприємства, економічну й соціальну кон'юнктуру його товару або послуги на ринку.

**Література**

1. Білик М.С. Порівняльний аналіз та оцінка інвестиційної привабливості підприємств з використанням методів сучасного факторного аналізу / М.С. Білик, Р.М. Бойчук // Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку. Вісник нац. ун-ту “Львівська політехніка”. – 2002. – Вип. 466. – С. 239 – 246.
2. Бланк І.А. Інвестиційний менеджмент : [учебный курс] / Бланк І.А. – К. : Эльга-Н, 2002. – 448 с.
3. Данілов О.Д. Інвестування : [навч. посіб.] / Данілов О.Д., Івашина Г.М., Чумаченко О.Г. – К. : “Комп'ютерпрес”, 2001. – 364 с.
4. Економічна енциклопедія : у 3 т. Т. 3 / [ред. С. В. Мочерний]. – К. , 2002. – 952 с.
5. Загородний А.Г. Інвестиційний словник : [навч. посіб.] / А.Т. Загородний, Г.Л. Вознюк. – Львів : “БескідБіт”, 2005. – 512 с.
6. Коробов М.Я. Фінансово-економічний аналіз діяльності підприємств : [навч. посіб.] / Коробов М.А. – К. : Тов-во „Знання”, 2000. – 378 с.
7. Макарій Н. Оцінка інвестиційної привабливості українських підприємств / Н. Макарій // Економіст. – 2001. – № 10. – С. 52 – 60.

8. Методика интегральной оценки инвестиционной привлекательности предприятий и организаций // Державний бюлетень про приватизацію. – 1998. – № 7. – С. 18 – 28.
9. Русак Н.А. Финансовый анализ субъекта хозяйствования / Н.А. Русак, В.А. Русак. – М. : ЮНИТИ – ДАНА, 2002. – 308 с.
10. Савчук В.П. Анализ и разработка инвестиционных проектов : [учеб. пособие] / В.П. Савчук, С.И. Прилипко, Е.Г. Величко. – К. : Абсолют-В, Эльга, 1999. – С. 26.
11. Садеков А.А. Инвестиционная привлекательность предприятия (методология и методика оценки) : [моногр.] / А.А. Садеков, Н.А. Лисова. – Донецк : ДонГУЭТ, 2001. – 270 с.
12. Сталинская Е. Оценка инвестиционной привлекательности регионов Украины / Е. Сталинская // Економіст. – 2003. – № 9. – С. 68 – 72.
13. Лазарева Т. Оцінка і підвищення інвестиційної привабливості підприємств [Електр. ресурс]. – Режим доступу : [pinchukfund.org/storage/students/works/2008/351.doc](http://pinchukfund.org/storage/students/works/2008/351.doc)
14. Управление инвестициями : в 2 т. Т. 2 / [Шеремет В.В., Павлюченко В.М., Шапиро В.Д. и др.]. – М. : Высшая школа, 1998. – 512 с.
15. Харламова Г.О. Інвестиційний маркетинг і моніторинг галузей промисловості України / Г.О. Харламова // Актуальні проблеми економіки. – 2005. – № 3. – С. 68 – 75.
16. Хрущ Н.А. Інвестиційна діяльність: сучасні стратегії та технології / Хрущ Н.А. – Хмельницький : ХНУ, 2004. – 309 с.
17. Ястремська О.М. Інвестиційна діяльність промислових підприємств: методологічні та методичні засади / Ястремська О.М. – Харків : ХДЕУ, 2004. – 472 с.
18. <http://www.refine.org.ua/pageid-1696-4.html>

Надійшла 19.09.2009

УДК 658.284:65

Н. А. КРАХМАЛЬОВА

Київський національний університет технологій та дизайну

## ВИСТАВКОВІ ЗАХОДИ ЯК ІНСТРУМЕНТ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

*У статті розглянуто значення виставкових заходів у розвитку міжнародних, торгово-промислових зв'язків як окремого підприємства, так і країни в цілому. Обґрунтовано необхідність використання виставок як важливого засобу виживання промислових підприємств в конкурентній боротьбі та підприємницькій діяльності спрямованій на міжнародні ринки в умовах економічної кризи.*

*The value of exhibition measures is considered at development of international, commercial and industrial connections as separate enterprise so countries on the whole. It is investigational influence on the choice of exhibition measure by the subjects of menage. Grounded influence of exhibition measures on bringing in of investments to Ukraine and necessity of the use of them as an important mean of development of industrial enterprises in competitive activity and entrepreneurial activity which is directed to the international markets.*

*Ключові слова: виставково-ярмаркова діяльність, міжнародна виставка, стратегія.*

**Постановка проблеми.** На сучасному етапі розвитку національної економіки для промислових підприємств надзвичайно актуальним є розширення існуючих національних ринків збуту та вихід на нові міжнародні ринки. У цьому напрямку ефективним інструментом інтегрованих маркетингових комунікацій є виставкові заходи, що проводяться на міжнародному рівні. Однак, для ефективної участі у конкретному заході підприємствам необхідно використовувати всі його можливості, зосереджуватись на унікальності виставкового потенціалу та чітко визначитись з цілями участі.

**Аналіз останніх досліджень.** Особливості розвитку виставкової індустрії відображені в працях таких відомих українських та зарубіжних науковців, як Грищенко І. М., Стровський Л. Е., Петелін В. Г., Гусев Э. Б., Ламбен Ж. Ж., Шарков Ф. И., Критсотакіс Я. Г. та ін. Перспективи та проблеми розвитку виставкових заходів в Україні є актуальними. Проте, незважаючи на ґрунтовність проведених досліджень фахівців, потребують подальшого дослідження окремі питання управління виставковою діяльністю підприємств-учасників виставкових заходів, вирішення їх практичних завдань.

**Постановка завдання.** У зв'язку з цим, завдання статті полягають у дослідженні теоретичних засад виставкової діяльності експонентів в сучасних умовах. Дослідження чинників впливу на вибір виставкового заходу. Обґрунтування впливу виставкових заходів на залучення інвестицій в Україну.

**Виклад основного матеріалу.** В сучасній світовій економіці виставково-ярмаркова діяльність є однією з найдинамічніших її сфер, цінним джерелом інформації в промисловому середовищі. Організація заходів ділової програми таких як конгреси, конференції, симпозіуми та інших подібних заходів, які супроводжують виставку, додають рішучого внеску в обмін діловою інформацією та сприяють розвитку наукових, зовнішньоекономічних зв'язків між експонентами і відвідувачами, які можуть бути