

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ У ПЛАНУВАННІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ

© Н.В. Завербна, 2012

Інвестиції являють собою важливу умову економічного росту виробництва. В країнах з перехідною економікою, до яких відноситься й Україна, значення інвестицій є набагато важливіше, оскільки інтенсифікація інвестиційної діяльності є базовим фактором вирішення проблем структурної перебудови економіки, модернізації її виробничого потенціалу. Основним завданням інвестиційної політики є дотримання напрямку на прискорення росту національної промисловості, її реструктуризації на основі новітніх досягнень науки і техніки і, відповідно, на її успішну підготовку до нових, більш жорстких умов конкуренції (особливо тих, котрі складаються після входження України в СОТ). Підходи до формування сучасної інвестиційної політики повинні бути більш системні і не можуть обмежуватися лише визначенням деякого набору високоефективних проєктів. Діям ринкових сил в цілому притаманний більш прагматичний, прикладний короткий часовий горизонт і багато з важливих сфер економіки залишаються за рамками поточних інтересів підприємців. Тому потрібна система заходів прямого і опосередкованого регулювання, яка забезпечуватиме необхідний напрямок розвитку. Продумане та обґрунтоване управління інвестиційною діяльністю дозволяє вирішувати цілий комплекс соціально-економічних завдань та створювати сприятливі умови для реформування економіки та її реструктуризації. Саме управління інвестиційною діяльністю є ключовим елементом, від ефективності якого залежить розвиток економіки в цілому та активізація підприємницької діяльності зокрема.

Планування інвестиційної діяльності складається з двох видів: стратегічного та тактичного. Стратегічне планування інвестиційної діяльності вимагає проведення аналізу факторів внутрішнього та зовнішнього середовища підприємства. На даному етапі доцільно використовувати наступні методи дослідження: порівняння, експертні оцінки, системний аналіз, факторний аналіз статистичного і соціологічного дослідження тощо. На інвестиційну діяльність, як і на будь-яку іншу чинять вплив різноманітні фактори. Для того, щоб визначити вплив кожного з цих факторів та загальний вплив всієї сукупності потрібно систематизувати дані фактори. За ознакою середовища впливу виділяють фактори зовнішнього та внутрішнього середовища. Виділяють чотири групи факторів інвестиційного зовнішнього середовища: правові, економічні, організаційні та соціально-психологічні фактори. Тактичне планування вимагає проведення оцінки сильних і слабких сторін інвестиційної діяльності підприємства. Проведення оцінки сильних і слабких сторін інвестиційної діяльності підприємства здійснюється подібно як при стратегічному плануванні. Відмінність полягає у тому, що оцінюються сильні та слабкі позиції підприємства при здійсненні інвестиційної діяльності виходячи із розробленої стратегії. Доцільним є проведення SWOT – аналізу (вивчення сильних і слабких сторін організації, можливостей та перешкод на її шляху). При цьому, аналізуючи сильні та слабкі позиції підприємства, а також перешкоди, ведеться пошук можливостей для реалізації обраної інвестиційної стратегії підприємства.

Отже, в процесі планування інвестиційної діяльності підприємств важливу роль відіграє маркетингове дослідження. Систематичне нагромадження бази даних, необхідних для визначення та реалізації інвестиційної стратегії підприємства, що пов'язане зі збиранням, аналізом, опрацюванням інформації є невід'ємною складовою стратегічного та тактичного планування інвестиційної діяльності. Від правильності формування інвестиційної стратегії підприємства залежатиме процес її реалізації. Тому важливо ретельно оцінити можливості та переваги підприємства а також недоліки при формуванні інвестиційної стратегії. Цього можна досягнути лише у випадку, коли система управління підприємством буде забезпечена високоякісною, вірогідною, повною, точною та актуальною інформацією про стан зовнішнього та внутрішнього середовища. Простіше та набагато дешевше для підприємства виявити недоліки на етапі планування інвестиційної діяльності ніж у процесі її реалізації.