

ІНВЕСТИЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ ЕФЕКТИВНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ст. викладач Бродюк І.В.
Київський національний університет технологій та дизайну

Функціонування сучасних підприємств відбувається в складних економічних умовах, коли забезпечення стабільності значною мірою ускладнюється тривалою економічною кризою, скороченням обсягів виробництва, гострим дефіцитом фінансових ресурсів. Для створення ефективної економічної політики підприємства та успішного управління нею, необхідно використовувати конкретний інструментарій, до якого належить інвестиційний маркетинг.

Інвестиційний маркетинг – це відносно новий напрям, дещо відокремлений від маркетингу в його класичному розумінні, метою якого є забезпечення керівників підприємств надійною, достовірною, повною та вчасною бізнес-маркетинговою інформацією про ринок, структуру та динаміку попиту, уподобання корпоративних та приватних підприємств.

Інвестиційний маркетинг орієнтований на прибуток, а його філософія полягає у виявленні та врахуванні потреб інвесторів, які будуть реально втілені у виробництві, в стимулюванні попиту і просуванні товарів і послуг від виробника до споживача, в успішній реалізації інвестиційних проектів і програм.

До функцій інвестиційного маркетингу належать:

- аналіз (моніторинг) інвестиційного ринку, вивчення його стану, тенденцій і динаміки;
- сегментування ринку інвестиційних проектів;
- позиціонування інвестиційних проектів і програм;
- аналіз (моніторинг) діяльності конкурентів;
- прогнозування інвестиційної кон'юнктури ринку;
- розробка найбільш ефективних інвестиційних проектів;
- маркетинговий контроль;
- планування інвестиційно-маркетингової діяльності.

Основні принципи інвестиційного маркетингу включають:

- необхідність постійного вивчення стану і динаміки ринку;
- інвестиційну адаптацію до умов ринку;
- активний вплив на ринок;
- формування інвестиційних проектів, програм в найбільш прибуткових секторах економіки;
- комплексну систему моніторингу стану конкурентного середовища, що включає показники і критерії її оцінки.

В інвестиційному маркетингу застосовуються наступні методи:

- діяльність з вивчення глобального і внутрішнього інвестиційних ринків;
- розробка, розподіл і просування інвестиційних продуктів, проектів і програм;
- управління ринковими процесами в поєднанні з методами інвестиційного менеджменту.

В економічній науці існує чимало концепцій підвищення економічної ефективності діяльності підприємства. При цьому особливу роль набуває маркетинг, оскільки найбільш ефективною може бути діяльність того підприємства, управління яким ґрунтується на принципах маркетингу, з використанням положень інвестиційного розвитку.