

організація, розробка системи заохочення учасників інвестиційної діяльності та контроль за реалізацією інвестицій.

Одним із важливих напрямків управління інвестиційною діяльністю в системі інтегрованого ризик-менеджменту є комплексна оцінка фінансового стану підприємства, яка покликана:

- оцінити реальний фінансовий стан підприємства;
- виявити проблемні місця в фінансовій діяльності підприємства, які потребують покращення;
- надати інформацію про фінансовий стан потенційним інвесторам;
- надати інформацію про перебіг інвестиційної діяльності.

Важливим питанням в управлінні інвестиційною діяльністю є формування системи інтегрованого ризик-менеджменту, який надає можливість поєднати і врахувати усі фактор ризику, що прямо чи опосередковано пов'язані із інвестиційною діяльністю. Необхідним є врахування усіх внутрішніх та зовнішніх факторів, які прямо чи опосередковано впливають на управління інвестиційною діяльністю.

Література

- 1 1. Бланк И. А. Инвестиционный менеджмент : учеб.курс / И. А. Бланк. – К. :Итем, Юнайтет Лондон Трейд Лимитед, 1995. – 448 с.
- 2 2. Глазунов В. Н. Финансовый анализ и оценка риска реальных инвестиций / В. Н. Глазунов. – М. :Финстатинформ, 1997. – 135 с.
- 3 3. Городецька Т.Б. Організаційні форми взаємодії промислових підприємств і ризикового капіталу/ Т.Б. Городецька // «Вісн. Запоріз. нац. ун-ту. Економічні науки». – Запоріжжя, – 2013. – № 2(18), С.39-47.
- 4 4. Дука А. П. Застосування концепції інтегрованого ризик-менеджменту в дослідженні ризиків інвестиційної діяльності / А. П. Дука, Г. В. Мисака // Формування ринкових відносин в Україні. 2007. – №6. – С. 93-97.
- 5 5. Матвійчук А. В. Економічні ризики в інвестиційній діяльності : монографія / А. В. Матвійчук. – Вінниця :Універсум-Вінниця, 2005.-205 с.

ДОСЛІДЖЕННЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПОТЕНЦАЛУ МАШИНОБУДІВНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Давидова Г.В., м.н.с.

Одеський національний політехнічний університет

Сучасні тенденції глобалізації економіки, процеси неолібералізації та переорієнтація експорту продукції на ринки Європейського союзу вимагають від машинобудівних підприємств України енергозберігаючих та енергоефективних технологій виробництва, які будуть конкурентоспроможними на розвинутих ринках Європи. З метою визначення напрямів розвитку науково-технологічного розвитку країни, які призведуть до появи нових проривних або радикальних технологій виробництва в Україні, проводяться дослідження Форсайт [1]. Для більш детального визначення конкурентоспроможних технологій виробництва на машинобудівних підприємствах впроваджуються системи маркетингових досліджень інновацій [2]. Розроблено класифікаційні підходи до маркетингових досліджень інновацій машинобудівних підприємств [3].

Специфіка машинобудівної галузі полягає в тому, що її кінцева продукція може використовуватись двоюко – як інвестиційна продукція-засіб виробництва та інвестиційна продукція-споживчий товар. За законодавством України, інноваційні вироби машинобудування одночасно можуть бути класифіковані і як інноваційний продукт («результат науково-дослідної

і (або) дослідно-конструкторської розробки»), і як інноваційна продукція («нові конкурентоздатні товари чи послуги»).

Дослідження маркетингового потенціалу інновацій – це маркетингові дослідження інноваційної продукції (машин, устаткування, приладів, транспортних засобів, техніки), спрямовані на оптимізацію комплексу маркетингу інновації та вибір її цільового сегменту ринку. Галузь машинобудування є специфічною тому, що й інноваційні продукти (технології) і інноваційна продукція (товари) є технологічними товарами. Крім того, специфіка проведення маркетингових досліджень інноваційної продукції у підгалузях машинобудування визначається її кінцевим споживачем. Виходячи з цього, науково-методичні підходи щодо визначення методик проведення маркетингових досліджень інноваційної продукції машинобудування пропонується визначати в залежності від ринку, на якому функціонує підприємство (табл.). Більшість підгалузей машинобудування спрямовані на ринки інвестиційних товарів – В2В, третина – на ринки В2В та В2С, і лише підгалузь виробництво побутових машин спрямована виключно на ринок споживчих товарів – В2С.

Таблиця

Специфіка функціонування машинобудівних підприємств за підгалузями

Підгалузі машинобудування	Ринки	
	В2В	В2С
важке машинобудування	+	-
електротехніка	+	+
автомобілебудування	+	+
локомотивобудування	+	-
вагонобудування	+	-
літакобудування	+	+
суднобудування	+	-
тракторне машинобудування	+	+
сільськогосподарське машинобудування	+	+
верстатобудування	+	-
приладобудування	+	-
радіотехніка та електроніка	+	+
машини для легкої та харчової промисловості	+	-
виробництво побутових машин	-	+

Маркетингові дослідження інноваційної продукції мають за мету визначення оптимальних маркетингових характеристик товару-новинки. До них запропоновано відносити такі: дослідження товару; дослідження ціни; дослідження збуту; дослідження просування; дослідження для сегментування ринку; дослідження внутрішнього бізнес-середовища.

Література

- 1 Яшкіна О.І. Маркетингові дослідження перспектив науково-технологічного розвитку України / М.А. Окландер, О.І. Яшкіна // Економіка України. – 2008. – № 11. – С. 47-56.
- 2 Окландер М.А. Концепція формування системи маркетингових досліджень інновацій машинобудівного підприємства / М.А. Окландер, О.І. Яшкіна // Економіст. – 2013. – №11 (325). – С. 52-56.
- 3 Яшкіна О.І. Класифікація маркетингових досліджень інновацій машинобудівних підприємств [Електроний ресурс] / О.І. Яшкіна // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. – 2013. – № 2 (7). – С. 111-117. – Режим доступу до журн: <http://economics.opu.ua/files/archive/2013/n2.html>