

Література:

1. Мазур И.И. Реструктуризация предприятий и компаний. Справочное пособие [Текст] / [И.И. Мазур, В.Д. Шапиро и др.]; под ред. И. И. Мазура. – М.: Высшая школа, 2000. – 587 с.
2. Про відновлення платоспроможності боржника або визнання його банкрутом / Верховна Рада України; Закон від 30.06.1999 № 784-XIV [Електронний ресурс] / Режим доступу : <http://zakon.rada.gov.ua/go/2343-12>.
3. Королькова Е.М. Реструктуризация предприятий: учебное пособие [Текст] / Е.М. Королькова. – Тамбов: Изд-во Тамб. гос. техн. ун-та, 2007. – 316 с.
4. Тутунджян А. К. Реструктуризация предприятий в условиях перехода к рыночной экономике: проблемы теории и практики: монография [Текст] / А. К. Тутунджян. – М.: ЗАО «Издательство «Экономика», 2000. – 262 с.
5. Афонін А. С. Технологія реструктуризації підприємства [Текст] / А. С. Афонін, В. П. Нестерчук. – К.: Вид-во Європ. ін-ту фінансів, інформ. систем, менеджм. і бізнесу. – 2000. – 72 с.
6. Аистова М. Д. Реструктуризация предприятий: вопросы управления. Стратегии, координация структурных параметров, снижение сопротивления преобразованиям: монография [Текст] / М. Д. Аистова. – М.: Альпина Паблицер, 2002. – 287 с.
7. Бычков Н. А. Рекомендации по совершенствованию механизма объединения организаций АПК в процессе рыночной реорганизации [Текст] / Н. А. Бычков, В. Н. Метлицкий. – Минск: Институт экономики НАН Беларуси, 2008. – 108 с.
8. Грязнова А. Оценка недвижимости [Текст] / А. Грязнова, М. Федотова – М.: Финансы и статистика, 2005. – 496 с.
9. Евсеев А. Стратегия реструктуризации предприятий в условиях кризисной ситуации [Текст] / А. Евсеев // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 3. – С. 109 – 113.
10. Горбачев В.Л. Производственно-финансовая реструктуризация предприятия: методология и практика [Текст] / В. Л. Горбачев, В. В. Макаров. – СПб.: Петербургский гос. университет экономики и финансов, 2001 – с. 173.
11. Грушенко В. И. Стратегии управления бизнесом. От теории к практической разработке и реализации: монография [Текст] / В. И. Грушенко. – М.: Юнити-Дана, Закон и право, 2010. – 295 с.
12. Кадыров М. С. Система стратегического управления как основа реструктуризации бизнеса / М. С. Кадыров [Електронний ресурс] // Вестник ТИСБИ. – 2000. – № 2. – Режим доступу: <http://old.tisbi.org/science/vestnik/2000/issue2/14.html>
13. Карлик А., Гришпун Е. Реструктуризация в стратегии развития промышленных предприятий / А. Карлик, Е. Гришпун // Проблемы теории и практики управления. – 2000. – № 6. – С. 87.
14. Водачек Л. Реструктуризация – вызов чешским предприятиям / Л. Водачек // Проблемы теории и практики управления. – 1999. – № 1. – С. 85.
15. Ареф'єва О. В. Стратегічне забезпечення життєвого циклу підприємства / О. В. Ареф'єва // Актуальні проблеми економіки. – 2008. – С. 43 – 50.

Стаття надійшла до редакції 30.05.2015р.
Рекомендовано до друку д.е.н., проф. Гораль Л.Т.

УДК 332.1:339.3

ОСОБЛИВОСТІ ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГУ НА РИНКУ НЕРУХОМОСТІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

І.С. Земляков

*ПВНЗ «Галицька академія», вул. Вовчицецька, 227, м. Івано-Франківськ, 7600,
e-mail: academy@ imega.edu.ua*

Анотація. У статті досліджено стан ринку нерухомості в Івано-Франківській області. Наведено основні напрямки маркетингової діяльності будівельних компаній на ринку первинної нерухомості. Виділено перспективи маркетингової діяльності будівельних підприємств.

Ключові слова: будівельна компанія, маркетинг, збут, просування, товарна політика, цінова політика.

Summary. This article explores the state of the real estate market in Ivano-Frankivsk region. The basic directions of marketing of construction companies in the primary real estate market. Highlight prospects of marketing activity.

Keywords: construction company, marketing, sales, promotion, product policy, price policy.

Аннотация. В статье исследовано состояние рынка недвижимости в Ивано-Франковской области. Указаны основные направления маркетинговой деятельности строительных компаний на рынке первичной недвижимости. Выделены перспективы маркетинговой деятельности строительных предприятий.

Ключевые слова: строительная компания, маркетинг, сбыт, продвижение, товарная политика, ценовая политика.

Постановка проблеми. Сучасна економіка України являє собою синтез різноманітних, проте взаємопов'язаних між собою ринків, які в сукупності формують складну ринкову структуру. Серед елементів ринкової економіки особливе місце займає нерухомість, яка може виступати як в якості засобів виробництва, так і предмета чи об'єкта споживання. Нерухомість сьогодні виступає основою особистого існування для громадян, забезпечує ліквідність їх заощаджень та слугує базою для господарської діяльності та розвитку підприємств і організацій усіх форм власності.

Враховуючи, особливо в останній час, нестабільну кон'юнктуру ринку нерухомості не лише на регіональному, а й на національному рівнях, низьку платоспроможність населення та незбалансованість розвитку окремих сегментів регіонального ринку, питання дослідження взаємодії учасників функціонування ринку нерухомості є напрощуд актуальним. І особливим та важливим елементом комунікації в таких відносинах виступає маркетинг.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання впровадження та використання маркетингу в діяльності підприємства досліджували видатні вітчизняні та іноземні науковці: А.Ф. Павленко, Л.В. Балабанова, О.М. Азарян, А.А. Мазаракі, Н.В. Куденко, І.Л. Решетнікова, В.П. Пилипчук, Т.О. Примак, С.М. Ілляшенко, Є.В. Криківський, М.А. Окландер, А.В. Федорченко, Ф.Котлер, Жан-Жак Ламбен, М.Мак-Дональд, А.Д. Чандлер та інші.

Формулювання цілей статті. Дослідити сучасний стан та визначити закономірності функціонування і розвитку ринку нерухомості в Івано-Франківській області. Оцінити перспективи маркетингової діяльності будівельних компаній на досліджуваному ринку.

Виклад основного матеріалу. Для цілого ряду учасників ринку нерухомості в залежності від того, які вони переслідують цілі і які реалізують стратегії, маркетинг є ключовою функцією, що забезпечує їхнє успішне функціонування. Більш того, з переходом до філософії менеджменту, відповідно до якої будівельні компанії повинні у своїй діяльності цілком орієнтуватися на запити клієнтів, а не намагатися виготовляти зручну для них продукцію з певними специфікаціями, яку потім намагаються будь-яким способом реалізувати клієнту. З огляду на це маркетинг набув особливого значення для ефективного функціонування будівельних підприємств.

Маркетинг забезпечує найкращий контакт будівельного підприємства і споживача його продукції, сприяє ефективності та швидкості обміну. З цього погляду він є цільовим початком виробництва, засобом зведення до мінімуму звичної для нас невідповідності попиту та пропозиції, встановлює та підтримує не тільки товарний, але й інформаційний обмін між потенційними учасниками ринкових відносин.

Таким чином, в сучасних умовах господарювання перед вибором стратегії розвитку, підприємству необхідно провести глибокий маркетинговий аналіз за всіма напрямками його діяльності. І початок такого аналізу полягає у дослідженні та вивченні особливостей функціонування ринку.

Динаміка та місткість ринку нерухомості в регіонах області залежать від впливу економічної ситуації і перспектив економічного зростання, від структури і можливості зміни прибутковості об'єктів нерухомості. Прибутковість об'єктів нерухомості виробничого призначення прямо пов'язана з можливістю отримання прибутку від господарської діяльності, а об'єктів невиробничого призначення - від попиту і пропозиції на земельні ділянки, житло та службові приміщення. Чим вищий рівень доходів населення, інфраструктурна облаштованість і економічна активність території, тим дорожче там цінується нерухомість.

Ринок первинної нерухомості в Івано-Франківській області в останні роки зазнає постійної деформації. Так, у 2014 році в області було прийнято в експлуатацію житла загальною площею 909182 квадратних метра (табл. 1). Це на 44,1 відсотки більше в порівнянні до 2013 року. Найбільшу кількість житла було прийнято в експлуатацію в м. Івано-Франківську та Тисменицькому, Надвірнянському, Богородчанському, Коломийському, Рожнятівському та Косівському районах. Проте, найбільші темпи зростання за минулий рік показали Косівський, Снятинський, Калуський, Долинський, Тлумацький райони. Згідно даних Головного управління державного комітету статистики України в Івано-Франківській області у 2014 році спостерігався спад прийнятого в експлуатацію житла у Галицькому та Рогатинському районах. Така ситуація зумовлена різними факторами. Перш за все будівництво первинної нерухомості розвивається в густонаселених регіонах області з розвинутою промисловістю. Окремим надважливим показником розвитку ринку нерухомості є стабільність національної економіки, загалом та стабільність національної валюти зокрема.

Оскільки інвестиції в нерухомість повертаються через декілька років, то ризики в цій галузі існують досить великі. У 2014 році намітились тенденції спаду темпів росту національної економіки та збільшення темпів інфляції. Саме ці фактори спонукали будівельні компанії пришвидшити виробничі процеси, здати в експлуатацію будівельні об'єкти та частково повернути свої інвестиції.

Ринок первинної нерухомості має свою структуру, яка складається з житлової нерухомості, нежитлової нерухомості та інженерних споруд (рис.1). Протягом 2010-2014 років обсяг виконаних робіт з нежитлової нерухомості та інженерних споруд суттєво випереджав будівництво житлової нерухомості. До 2011 року в області найбільше будувалося інженерних споруд, а починаючи з 2012 року пріоритет змістився на користь нежитлової нерухомості. Разом з тим темп росту житлової нерухомості, за досліджуваний період, поступово та стабільно зростає на відміну від інших видів будівельних робіт. Оскільки відбулося зниження прибутковості і попиту в сегменті комерційної нерухомості, житлова залишається, по суті, головним центром концентрації зусиль будівельників.

Таблиця 1– Прийняття в експлуатацію житла в Івано-Франківській області у 2014 році [1].

	Усього		У т.ч. у міських поселеннях	
	м ² загальної площі	у % до 2013р.	м ² загальної площі	у % до 2013р.
Івано-Франківська область	909182	144,1	522920	179,3
м.Івано-Франківськ	381287	134,0	312641	203,4
м.Болехів	8296	156,1	4864	133,2
м.Бурштин	6497	–	6497	–
м.Калуш	20845	153,9	20845	153,9
м.Коломия	42922	197,3	42922	197,3
м.Яремче	50799	131,7	15807	105,8
райони				
Богородчанський	33480	177,3	12734	210,2
Верховинський	11584	133,4	5708	139,4
Галицький	7943	57,8	4147	40,8
Городенківський	11071	117,8	4731	149,6
Долинський	26385	192,8	3986	136,3
Калуський	21956	178,3	982	613,8
Коломийський	39977	161,6	3530	90,9
Косівський	30867	254,6	7488	162,1
Надвірнянський	50592	147,3	26529	139,6
Рогатинський	3625	85,7	2678	74,6
Рожнятівський	35800	103,6	15101	111,5
Снятинський	20376	175,4	10491	308,9
Тисменицький	94845	147,5	13389	195,0
Тлумацький	10035	214,0	7850	302,6

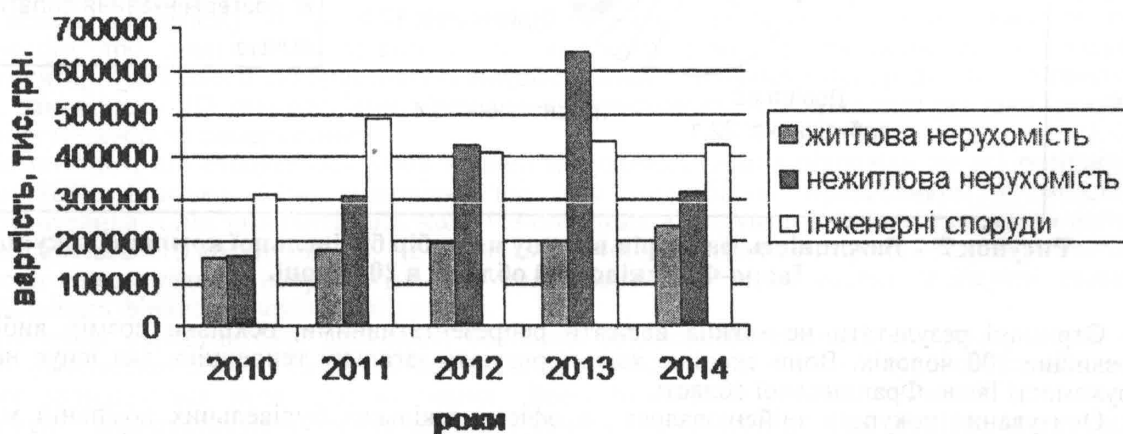


Рисунок 1 – Обсяг виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції в Івано-Франківській області в 2014 році (тис.грн.) [1]

Тому сьогоднішні обсяги фінансування і попит тут істотно відрізняються від того, що спостерігається в комерційній нерухомості.

Важливим індикатором розвитку ринку житлової нерухомості є платоспроможний попит, стабільність національної валюти та існування різноманітних іпотечних програм, які можуть бути запропоновані як будівельними компаніями, так і фінансово-кредитними установами.

Перший квартал 2015 року характеризується високою активністю на ринку житлової нерухомості. Так, попит в порівнянні з лютим минулого року виріс на 30%, про що свідчать дані дослідження. На думку експертів, збільшенню попиту на ринку сприяли кілька причин. Перш за все - це недовіра банкам, тому покупці воліють краще вкласти свої гроші в нерухомість. В такому випадку можна зберегти гроші, якщо вони будуть знецінюватися. У той же час сьогодні стало популярно купувати квартиру для подальшої здачі її в оренду. Підсилює дані тенденції і фактор очікування покупцями змін в оподаткуванні нерухомості.

Ринок нерухомості Івано-Франківської області, на відміну від інших ринків, має свої суттєві відмінності. Досить велику частку цільової аудиторії будівельних компаній складають особи, які працевлаштовані за кордоном та отримують винагороду за працю в іноземній валюті. Цей сегмент є домінуючим і його активність суттєво залежить від коливання курсу іноземних валют.

Перший квартал 2015 року характеризувався різким знеціненням національної валюти. До кінця першого кварталу національна валюта знецінилася втричі в порівнянні з докризовим періодом. Будівельні компанії змушені були відреагувати на таку ситуацію, піднявши ціну за квадратний метр нерухомості. Проте ціна зросла в середньому по області лише вдвічі, оскільки забудовники не ризикнули пропорційно підняти ціни побоюючись втратити останніх покупців. Така ситуація призвела до того, що вартість квадратного метра житлової нерухомості зменшилася на третину у співвідношенні до вартості в іноземній валюті. Отже, сьогодні можна стверджувати, що в перерахунку на іноземну валюту вартість первинної нерухомості в Івано-Франківській області зменшилась на 30 відсотків порівняно з докризовим періодом, а отже зменшилась і прибутковість будівельних компаній.

Початок другого кварталу 2015 року характеризувався певною стабільністю та укріпленням гривні, що одразу зробило не вигідним купівлю житла основним сегментом цільової аудиторії будівельних компаній – попит на ринку первинної нерухомості суттєво скоротився.

Стан національної економіки впливає також на кількість квадратних метрів, які готові придбати покупці. Так, в докризовий період великим попитом користувалися двокімнатні та трикімнатні квартири. А починаючи з 2014 року попит змінився на користь одно- та двокімнатних квартир. Враховуючи те, що процес проектування та будівництва є довготривалим, будівельним компаніям в таких умовах стає важко передбачити та сформулювати товарну пропозицію відповідно до ринкових потреб.

Важливим фактором виживання будівельних компаній є повна орієнтація на потреби покупців. З цією метою автором було здійснено спробу вивчити поведінку покупців та їх вимоги до об'єкту купівлі на ринку нерухомості (рис.2).

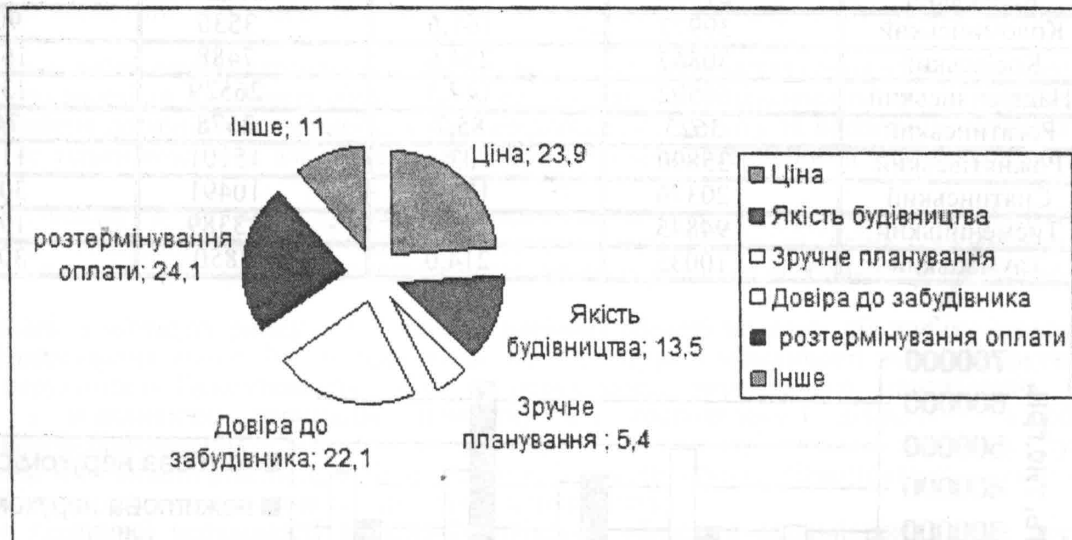


Рисунок 2 – Важливість факторів впливу на вибір будівельної компанії покупцем в Івано-Франківській області в 2014 році.

Отримані результати не можна вважати репрезентативними, оскільки розмір вибірки не перевищує 100 чоловік. Вони скоріше характеризують загальну тенденцію, яка існує на ринку нерухомості Івано-Франківської області.

Опитування покупців здійснювалося в офісах декількох будівельних компаній м. Івано-Франківська. Автором розроблено анкету для особистого опитування покупців. В анкеті містяться звернення до респондента та питання, які є найбільш важливими для підприємства при вивченні мотивів покупців при купівлі житла. В ході аналізу було виявлено, що тільки на перше питання відповіло майже 100% осіб, а на питання стосовно оцінки діяльності компанії чи умов придбання житла респонденти відповідали неохоче.

Отже, проаналізувавши відповіді на перше запитання анкети «Оцініть, який із факторів є для Вас найважливішим при купівлі житла», було виявлено, що споживачі в першу чергу звертають увагу на ціну житла (майже 24%), а також на наявність такої послуги як «розтермінування оплати» (24,1%). Вагомим фактором для покупців є довіра до будівельної компанії (22,1%). У деяких будівельних компаній у 2012 році через послугу «розтермінування оплати» було реалізовано понад 70 % усієї нерухомості. Найменш важливим фактором респонденти визначили зручне планування та можливість перепланування (всього 5,4%). Також не дуже важливим фактором є якість будівництва, оскільки більшість будівельних компаній використовують однакові технології у будівництві.

Отже, згідно опитування, будівельним компаніям маркетингові зусилля слід розподілити в першу чергу на формування позитивного іміджу компанії в очах споживачів, а також розробці цікавих та доступних умов оплати вартості житла. При цьому слід звертати увагу не тільки на власні можливості підприємства, а й залучати до співпраці інших учасників ринку нерухомості: фінансово-кредитні установи, підприємства з виробництва та продажу будівельних матеріалів, тощо.

На друге питання, стосовно отримання інформації про компанію, респонденти відповідали неохоче. В ході опитування вдалося встановити, що більшість опитаних (43%) дізналися про існування та діяльність будівельних компаній від друзів (рис.3).

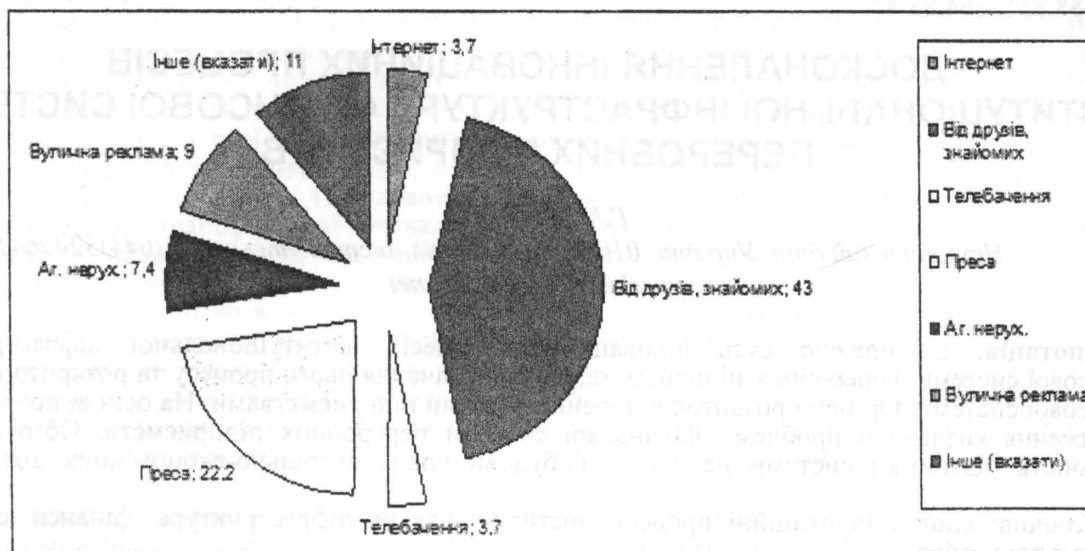


Рисунок 3 – Довіра покупців до комунікаційних каналів отримання інформації на ринку нерухомості в Івано-Франківській області в 2014 році.

З рисунку 3 можна зробити висновок, що покупці довіряють також друкованим засобам масової інформації та зовнішньо-візуальній рекламі. Будівельним компаніям слід звернути увагу на те, що лише 3,7% респондентів отримали інформацію про ринок нерухомості з телебачення. При чому вартість цього комунікаційного каналу поширення інформації є одним із найдорожчих. Останнім часом більшість будівельних компаній звертає увагу на активне поширення інформації через всевітню мережу інтернет. Якісне наповнення сайтів дозволяє надати покупцю повну інформацію про діяльність компанії та на високому рівні презентувати свою продукцію. Інструментарій для цього використовується дуже різний, починаючи від традиційного текстового опису, закінчуючи 3D технологіями. Активно використовується контекстна реклама, реклама в банерних мережах та ремаркетинг.

На питання, що стосувалося умов купівлі нерухомого майна відповіли не всі респонденти, менше 80%. Близько 64% відповіли, що для них більш привабливим є можливість розтермінування. Слід зазначити, що жоден із опитаних відвідувачів не бажає купувати житло на умовах банківського кредитування. Це свідчить про те, що люди не довіряють банкам, а також, що їх умови кредитування неприйнятні для покупців житла через високі процентні ставки та нестабільність фінансово-кредитного ринку.

Вивчення маркетингової діяльності основних будівельних компаній на ринку нерухомості Івано-Франківської області свідчить, що всі вони знаходяться в стані конкуренції, та дії однієї із них не залишаються поза увагою інших. Деякі будівельні компанії в своїй діяльності як інструмент використовують бенчмаркінг. Користь бенчмаркінгу для будівельних компаній полягає в тому, що, використовуючи досвід успішних підприємств в будівельній галузі, забезпечується виявлення та впровадження інновацій і раціоналізаторства, економиться час та фінансові засоби, а діяльність підприємств стає більш ефективною.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Організація маркетингової діяльності будівельних компаній в Івано-Франківській області знаходиться лише на початковому рівні. Основна причина такої ситуації – це відсутність кваліфікованих фахівців, розуміння важливості даного виду діяльності в структурі управління будівельних компаній та великою вартістю реалізації повного циклу маркетингових інструментів.

До основних питань, які все ще потребують вирішення, належить проблема комплексної інтеграції маркетингу в діяльність будівельних компаній регіону. Маркетингова діяльність підприємств повинна здійснюватися із врахуванням специфіки регіонального ринку та повинна враховувати: споживчі настрої, купівельну спроможність, рівень конкуренції, вплив валютного ринку, значний вплив держави на розвиток ринку нерухомості та ін.

Література

1 Обсяги виконаних будівельних робіт за видами будівельної продукції. [Електронний ресурс] / Статистична інформація Головного управління статистики у Івано-Франківській області – Режим доступу: <http://ifstat.gov.ua/>

Стаття надійшла до редакції 10.05.2015р.
Рекомендовано до друку к.е.н., доц. Кісем С.Я.

УДК 658.821: 664.83\84

УДОСКОНАЛЕННЯ ІННОВАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ ІНСТИТУЦІОНАЛЬНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ФІНАНСОВОЇ СИСТЕМИ ПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Г.М. Косовець

*Національний банк України, 01008, м. Київ, вул. Інститутська, 9, (044)5249641,
yurchenko.g@bigmir.net*

Анотація. Досліджено суть інноваційних процесів інституціональної інфраструктури фінансової системи переробних підприємств, дано визначення цього процесу та розкрито критерії фінансової системи. Оцінено розвиток відносин з іншими підприємствами. На основі проведеного дослідження визначено проблеми фінансової системи переробних підприємств. Обґрунтовано доцільність підтримки системи на період побудови нових суспільно-економічних відносин в країні.

Ключові слова: інноваційні процеси, інституціональна інфраструктура, фінанси, система, сутність, економіка.

Аннотация. Осуществлен анализ инновационных процессов институциональной инфраструктуры финансовой системы перерабатывающих предприятий. Дано определение этого процесса и раскрыты критерии финансовой системы. Дана оценка развитию отношений с другими предприятиями. Обоснованы предложения по усовершенствованию государственного регулирования производства. Обоснована необходимость поддержки системы на период построения новых общественно-экономических отношений в стране.

Ключевые слова: инновационные процессы, институциональная инфраструктура, финансы, система, сущность, экономика.

Annotation. This report the analysis of innovation processes in institutional structure of the processing enterprises financial system, defines the essence of innovation processes and discloses criteria in the financial system. It includes an assessment of relations with other enterprises too.

It contains also the suggestions on improving state regulatbon of production, indentifies problems of the processing anterprises financial system and explores the feasibility of system support during the period of construction of the new socio-economic relations in the country.

The essence and meaning of the innovation process were improved. Ways of increasing the effectiveness of the innovation process in institutional structure of the processing enterprises financial system were defined.

Key words: innovation, institutional infrastructure, finance, the system, essence, economy.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку світової та вітчизняної економіки, в умовах глобалізації економічних інноваційних процесів зміни орієнтирів та напрямків руху капіталу в світі, посилення ролі транснаціональних корпорацій та фінансово-продовольчих груп на національному і глобальному рівнях, пришвидшення темпів ведення бізнесу питання інвестиційних процесів, контролю та удосконалення інституціональної інфраструктури фінансової систем переробних підприємств стають вельми актуальними як на макро-, так і на мікро рівні.

Вітчизняні переробні підприємства, стикнувшись з новими інноваційними умовами фінансової системи, підвищеними вимогами щодо конкурентоздатності їх сировини, технологій якості, змушені шукати шляхи покращення свого фінансового стану, зміцнення позицій на внутрішніх ринках, посилення присутності на зовнішніх ринках. Однак досягти успіху в цьому можливо не тільки за умови наявності у переробних підприємств достатньої суми фінансових ресурсів, а й ефективного їх використання в нестабільних умовах зовнішнього середовища [1].

Аналіз існуючих досліджень за даною проблемою. Проблеми інноваційних процесів інституціональної інфраструктури фінансової системи АПК знайшли відображення в наукових працях: Алексійчука В. М., Борисової В. А., Борш А. Г., Гудзинського О. Д., Дем'яненка М. Я., Збарського В. К., Канінського П. К., Лайка П. А., Маліка М. Й., Мармуль Л. О., Поліщука Н. В., Саблука П. Т., Ситника В. П., Худолій Л. М., Чупіса А. В., Шпигача О. М. та багатьох інших. Сучасний етап розвитку держави потребує наукового дослідження в напрямі удосконалення інноваційних процесів інституціональної інфраструктури фінансової системи переробних підприємств.