**Ястремська Олена Миколаївна. Методологічне та методичне забезпечення формування стратегій інвестиційної діяльності промислових підприємств: дис... д-ра екон. наук: 08.06.01 / Харківський національний економічний ун-т. - Х., 2004**

|  |  |
| --- | --- |
|

|  |
| --- |
| **Ястремська О.М. Методологічне та методичне забезпечення формування стратегій інвестиційної діяльності промислових підприємств. – Рукопис.**Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.06.01 – економіка, організація і управління підприємствами. – Харківський національний економічний університет, Харків, 2004.Дисертацію присвячено обґрунтуванню і подальшому розвитку теоретичних, методологічних і методичних засад формування стратегій інвестиційної діяльності промислових підприємств з урахуванням її соціально-економічної природи. Науково обґрунтовано і запропоновано: основні положення інтеграційної теорії стратегічного інвестування; цілісну наукову концепцію та методологічні засади формування стратегій інвестиційної діяльності промислових підприємств в сучасних умовах структурно-інноваційних перетворень. Дістав подальшого розвитку комплекс методичного забезпечення з формування стратегій інвестування з урахуванням інвестиційної привабливості, готовності підприємств та економічної ефективності інвестиційних проектів. Теоретично обґрунтовано і запропоновано концепцію інформаційної взаємодії промислових підприємств з суб’єктами зовнішнього середовища в процесі капіталовкладень на основі інтегрованих комунікацій, удосконалено стратегії їх використання. Розроблено науково-методичні підходи до формування стратегій брендів, інвестиційного іміджу підприємств, обґрунтування доцільності їх внутрішніх стратегічних організаційних перетворень, запропоновано види організаційно-культурних взаємовідносин в процесі інвестування. |

 |
|

|  |
| --- |
| У дисертації представлено нове вирішення важливої наукової проблеми розбудови теоретичного, методологічного і методичного забезпечення формування стратегій інвестиційної діяльності промислових підприємств в умовах структурно-інноваційних перетворень економіки України, що дозволило сформулювати такі концептуально-теоретичні, методологічні та методичні висновки, що характеризують сутність вирішених задач відповідно до зазначеної мети дослідження.1. Особливістю інвестиційної діяльності в умовах сьогодення є необхідність врахування внутрішніх і зовнішніх, економічних і соціальних, підприємницьких і суспільних, об’єктивних і суб’єктивних чинників впливу на активність її перебігу. Здобутки інвестиційної діяльності є суспільним благом з позиції користування отриманою соціально-економічною вигодою. Інвестиційні процеси в Україні характеризуються поступовим збільшенням обсягів капіталовкладень при недостатньо високих темпах їх приросту через низьку активність держави, підприємств і населення.2. Інвестування в міжнародному економічному просторі і в Україні сформовано в соціально-економічний інститут, ознаки і дія якого виявляються на макро-, мезо- і мікроекономічному рівнях. Його основною метою є формування правил інституціонального порядку в процесі інвестування, функції розподіляються на загальні, основні і часткові, яким відповідає сукупність завдань, що можуть бути реалізовані на основі запропонованих принципів дії інституту.3. Головною метою державного управління інвестиційними процесами в Україні в умовах сьогодення є спрямування інвестицій у проривні інноваційні проекти, створення умов для фінансової та інтелектуальної капіталізації. Мезоекономічне управління інвестуванням доцільно ґрунтувати на ефективному попиті населення на товари широкого вжитку та промислових підприємств на засоби виробництва й інновації. На рівні підприємств основними організаційними заходами управління інвестиційними процесами є створення інвестиційних відділів або груп.4. Інвестиційна діяльність повинна ґрунтуватися на теоріях, які враховують особливості сучасного розвитку економіки, а саме на стратифікованій багатопросторовій теорії підприємства; теоріях: детермінованого хаосу, неоінституціоналізму, сучасних альтернативних економічних систем, поведінкової економіки, мотивації, стратегічного управління, катастроф, економічного ризику; системному, міждисциплінарному підході; синергетичній парадигми. Їх здобутки є теоретичним підґрунтям запропонованих базових положень інтеграційної теорії стратегічної інвестиційної діяльності підприємств.5. Парадигма стратегічного управління інвестуванням у сучасних умовах повинна враховувати тенденції інформатизації та інтелектуалізації постіндустріальної економіки за допомогою реальних і віртуальних комунікацій на основі інформаційної відкритості, соціалізації, гуманізації і демократизації, які спрямовані на задоволення активних потреб соціуму в процесі капіталовкладень та залучення його представників до формування стратегій функціонування і розвитку підприємств.6. Формування стратегій інвестиційної діяльності промислових підприємств доцільно здійснювати згідно з положеннями запропонованої концепції, за якими вони являють сукупність стратегій: інвестування (капіталовкладень) й інформування (активної інформаційної взаємодії суб’єктів господарювання із зовнішнім середовищем). Згідно з концепцією підприємство, проект й інвестора доцільно об'єднати і розглядати як систему з притаманними їй системними властивостями, що функціонує за загальнофілософськими, загальносистемними і стратегічними принципами.7. Стратегії інвестування підприємства доцільно розглядати у широкому та вузькому розумінні. У широкому – вони повинні надавати можливість визначати об'єкти вкладання коштів на основі використання всіх видів економічних ресурсів підприємства, у вузькому – стратегії інвестування слід розглядати відносно до особливостей використання внутрішніх і зовнішніх фінансових ресурсів підприємства для досягнення його підприємницьких цілей.8. Згідно з обґрунтованим науково-методологічним підходом, який є об'єктивною основою для прийняття суб'єктивних управлінських рішень, формування стратегій інвестування доцільно здійснювати за такими головними складовими: інвестиційною привабливістю підприємств, їх сприйнятливістю до проектних пропозицій (за складовою готовності), економічною ефективністю інвестиційних проектів, що позиціонуються у тривимірному просторі. Інвестиційна привабливість промислових підприємств є комплексним поняттям, що існує як зовнішня – мезорівнева, тобто привабливість галузей (видів промислової або економічної діяльності) та регіонів; внутрішня – привабливість підприємства безпосередньо з позицій надбання і використання економічних ресурсів (фінансових, матеріальних, трудових). Сприйнятливість підприємства до пропозицій інвестиційного проекту слід розглядати в організаційному, економічному, соціальному й управлінському аспектах. Для формалізованого формування стратегій інвестування сприйнятливість доцільно визначати за головною складовою – готовності, яка характеризує організацію функціонування підприємства або його підрозділів та економічні результати їх господарювання.Адекватними методами кількісного оцінювання інвестиційної привабливості і готовності промислових підприємств є багатовимірний факторний аналіз для визначення явних і латентних чинників впливу та загальних тенденцій їх змін та нейронні мережі для уточнення, врахування нелінійності та динамізму прояву. Кількісні значення інтегральних показників інвестиційної привабливості і готовності підприємств до інвестування доцільно розподілити за якісними ознаками низького, середнього і високого рівнів за допомогою теорії нечітких множин, побудувавши функції приналежності для позиціонування у просторі стратегій інвестування.Економічна ефективність інвестиційних проектів з позицій тлумачення результатів інвестування як суспільного блага складається із зовнішньої – суспільної і внутрішньої – підприємницької. В свою чергу зовнішня ефективність складається з бюджетної, ринкової, тобто виробничо-мультиплікативної, споживацької та соціально-екологічної, а внутрішня – із загальноекономічної та часткової, яка враховує фінансову, організаційну, техніко-технологічну, соціальну й екологічну складові.9. Концепція інформаційної взаємодії промислового підприємства із зовнішнім середовищем в процесі інвестування повинна гармонізувати соціально-економічні інтереси обох сторін і сприяти досягненню очікуваних результатів економічної ефективності капіталовкладень. Стратегії інформування щодо капіталовкладень доцільно формувати з використанням двосторонньої симетричної моделі передачі інформації про можливості і здобутки підприємств інструментами PR-акцій, реклами й індивідуальної роботи з пріоритетними, впливовими юридичними і фізичними особами.10. Сукупність стратегій PR-акцій суб’єкта господарювання можливо формувати за результатами співставлення здобутків його соціально-економічного розвитку з досягненнями інших привабливих об'єктів. Стратегіями реклами є інформаційно-іміджева та інвестиційно-стимулююча. Види стратегій індивідуальної роботи залежать від: переваг підприємства, очікувань цільової впливової аудиторії, особливостей інформаційної роботи з нею та характеристик інвестиційного проекту.11. Стрижнем стратегій інформаційної взаємодії підприємств є їх привабливий інвестиційний імідж, що формується і підтримується засобами інтегрованих комунікацій за допомогою політики інвестиційної прозорості (інформаційної відкритості) до внутрішнього і зовнішнього середовища, яка може бути: повна та неповна (обмежена, часткова); фінансова, комерційна й управлінська; внутрішня і зовнішня. Кількісно оцінювати інвестиційний імідж доцільно експертними методами.12. Згідно з сучасними тенденціями соціалізації й інформатизації економіки, привабливість інвестиційного іміджу формується і підтримується за допомогою брендового поля, тобто реальних і віртуальних брендів (підприємства, продукції, інвестиційних проектів), які створюють портфель брендових стратегій, що ідентифікується за двома основними ознаками: інвестиційною привабливістю та сприйнятливістю суб’єкта господарювання за складовою готовності. Економічні (раціональні) вигоди від використання брендів можна кількісно оцінити на основі показників їх ваги, влади, широти або привабливості, а соціальні (емоційні) – за допомогою рівня інвестиційної привабливості іміджу для юридичних осіб і певних видів задоволення для фізичних.13. У швидкозмінному середовищі промисловим підприємствам для реалізації стратегій інвестиційної діяльності доцільно визначати необхідність здійснення стратегічної реорганізації. Її види слід обґрунтовувати на основі аналізу відповідності діючої організаційної структури і результатів використання економічних ресурсів вимогам зовнішнього середовища та цілям внутрішнього. З метою збільшення організаційної гнучкості промислові підприємства можуть формувати стратегічні центри господарювання, достатніми видами яких з позицій обмеженої різноманітності є: дискреційні, обслуговування, реалізації, витрат, доходу, прибутку, капіталовкладень, венчурні, інвестицій.14. Організаційно-культурні взаємовідносини із суб'єктами зовнішнього і внутрішнього середовища як складова сприйнятливості підприємства до інвестиційних пропозицій мають соціально-економічну природу, що відбивається у зовнішній культурі контрактів і внутрішній культурі спільних дій, види яких запропоновано у відповідності до положень поведінкової теорії. Успішність реалізації стратегій інвестиційної діяльності значною мірою залежить від умотивованості персоналу підприємств, яка за результатами опитування є переважно матеріальною. Тому для стимулювання персоналу стратегічних центрів слід застосовувати критеріальні показники результативності їх роботи у відповідності до цільової функції кожного. В якості основних показників преміювання топ-менеджерів доцільно використовувати бухгалтерську вартість підприємства (або СЦГ) та вартість і силу його бренда, який у сучасних умовах є повноцінним інвестиційним ресурсом. |

 |