

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

безперервності функціонування розробленого механізму .

Структурна модель механізму формування корпоративної соціальної відповідальності підприємства представлена у вигляді шести взаємопов'язаних блоків, яка дозволяє забезпечити гнучкість розробленого механізму і створити умови для безперервного підвищення ефективності формування та реалізації корпоративної соціальної відповідальності підприємства. У результаті створюються умови для постійного вдосконалення та оптимізації заходів , що розробляються і реалізуються на підприємстві в даній сфері, своєчасної ідентифікації та обліку сигналів внутрішнього і зовнішнього середовища функціонування підприємства .

**Висновки.** Аналіз розвитку соціально - відповідального підходу в Україні свідчить , що дана концепція тільки починає зароджуватися і поширюватися, і на даному етапі для неї характерні суб'єктивізм, що не системність і вузька спрямованість проявів, в поєднанні з існуючими перешкодами, що стримують активне поширення принципів корпоративної соціальної відповідальності серед вітчизняних підприємств. Оцінка міжнародних тенденцій та існуючих методик визначення рівня корпоративної соціальної відповідальності підприємств зарубіжних вчених і практиків показала, що їх важко в повному обсязі застосовувати для оцінки рівня корпоративної соціальної відповідальності українських підприємств, однак дозволила виділити основні складові, принципи і методи, які можуть бути використані при проведенні оцінки рівня соціальної відповідальності вітчизняних підприємств.

### СПИСОК ДЖЕРЕЛ:

1. Бадюкіна Е.А. Формирование корпоративной социальной ответственности и рост рыночной капитализации компаний / Е.А.Бадюкіна, Н.В.Кучерина // Вестник Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. - 2007. - № 13. - С. 22.
2. Бонини Ш., Л. Мендонца, Дж. Опенхайм. Когда социальные проблемы становятся стратегическими, Вестник Mckinsey, номер 15 (2006) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.mckinsey.com/russianquarterly/topics/index.aspx?tid=24&nord=7&ns=0>
3. Ведущее объединение корпораций США Business for Social Responsibility [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.nccg.ru/en/site.xp/051051050052124049053053053.html>
4. Курбатова М.В. Социальная ответственность российского бизнеса / М.В.Курбатова, С.Н. Левин // ЭКО. – 2005. – №10. – С.13.
5. Савицкая Г.В. Экономический анализ: учеб. / Г.В. Савицкая. – 12-е изд., испр. и доп. – М.: Новое знание, 2010. – С. 651.
6. Савицкая Л. Корпоративная социальная ответственность. Жертвы или выгоды? / Л. Савицкая // Новый менеджмент. - 2008. - №8. - С. 20.

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ ПО ПРИВЛЕЧЕНИЮ ИНВЕСТИЦИЙ В ДОНЕЦКОМ РЕГИОНЕ

Гриценко С.И. д.э.н., профессор кафедры маркетинга Донецкого национального университета (Украина)

### Гриценко С.И. Використання маркетингових стратегій по залученню інвестицій в Донецькому регіоні.

У статті розроблена графічна модель інвестиційної привабливості при поєднанні складових: конкурентоспроможності, інвестицій, економічного зростання, досягнення високого рівня життя населення. Запропонований практичний підхід до вирішення проблеми залучення капіталу і маркетингові інструменти його пошуку. Узагальнений різновид альтернативних стратегій на інвестиційному полі «Ринкова привабливість - позиції компанії». Визначені індикатори ринкової привабливості, позиції компанії. Представлені стратегічні регіональні проекти як привабливі і надійні об'єкти розміщення коштів. Сформульовані можливі стратегії виходу на міжнародний ринок. Кожна стратегія передбачає попередній вибір країни, регіону, об'єкту інвестування і має на увазі зобов'язання, ризики, контроль, потенційний прибуток.

**Ключові слова:** маркетинговий підхід, залучення інвесторів, стратегічні альтернативи.

### Гриценко С.И. Использование маркетинговых стратегий по привлечению инвестиций в Донецком регионе.

В статье разработана графическая модель инвестиционной привлекательности при сочетании составляющих: конкурентоспособности, инвестиций, экономического роста, достижения высокого уровня жизни населения. Предложен практический подход к решению проблемы привлечения капитала и маркетинговые инструменты его поиска. Обобщена разновидность альтернативных стратегий на инвестиционном поле «Рыночная привлекательность – позиции компании». Определены индикаторы рыночной привлекательности, позиций компании. Представлены стратегические региональные проекты как привлекательные и надежные объекты размещения средств. Сформулированы возможные стратегии выхода на международный рынок. Каждая стратегия предусматривает предварительный выбор страны, региона, объекта инвестирования и подразумевает обязательства, риски, контроль, потенциальную прибыль.

**Ключевые слова:** маркетинговый подход, привлечение инвесторов, стратегические альтернативы.

### Gritsenko S. Using marketing strategies to attract investments in the Donetsk region.

In the article the graphic model of investment attractiveness has been worked out at combination of constituents: competitiveness, investments, economy growing, achieves high standard of living. The practical approach to solving the problem of raising capital and marketing tools is offered. The varieties of alternative strategies were generalized on the investment field the «Market attractiveness is positions of company». The indicators of market attractiveness have been determined, positions of company. Strategic regional projects are presented as attractive and reliable placement of objects. Possible strategies are formulated in the international market. Each strategy provides preliminary selections of country, regions, facility investment and assumes liabilities, risks, control and potential profit.

**Keywords:** marketing approach, attracting investors, strategic alternatives.

**Постановка проблеми.** В умовах глобалізації конкурентної боротьби посилення конкурентоспроможності національної економіки, конкурентних переваг галузей, підприємств, локальних регіональних ринків забезпечується зниженням издержек, підвищенням продуктивності і служить фактором інвестиційної привабливості видів економічної діяльності (рис. 1).

В рамках глобальної конкуренції нарощування конкурентних переваг галузей, підприємств, регіональних локальних ринків здійснюється з допомогою сегментованих ринків, диференційованих продуктів, технологічних рішень [1, с. 215].

Конкурентоспроможні галузі і підприємства акумулюють около 70% прямих іноземних інвестицій [2, с. 38]. Рівень конкурентоспроможності національної економіки визначає конкурентні переваги галузей, підприємств, регіональних локальних ринків і міжнародні позиції країни.

Необхідність в глобальній інтегрованій стратегії виникає при взаємозалежній конкуренції на міжнародному рівні глобальних галузей, подолавших локальну направленість в інших країнах одночасно. Глобальна стратегія, зв'язана з розповсюдженням діяльності компанії на багато країн, розглядається як потужне засіб досягнення економіки, обумовленої ростом масштаба виробництва, швидкої адаптації к потребностям міжнародних ринків і ефективного доступу по всьому світу к таким ресурсам, як капітал, праця, сировина і технології [1, с. 386].

Привлечення інвестицій – це головне умово економічного благополуччя, як окремих підприємств, регіонів, так і країни в цілому. Інвестиції сприяють забезпеченню стабільного зростання ефективності виробництва, податкових надходжень і рівня життя населення.

**ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ:  
РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ**

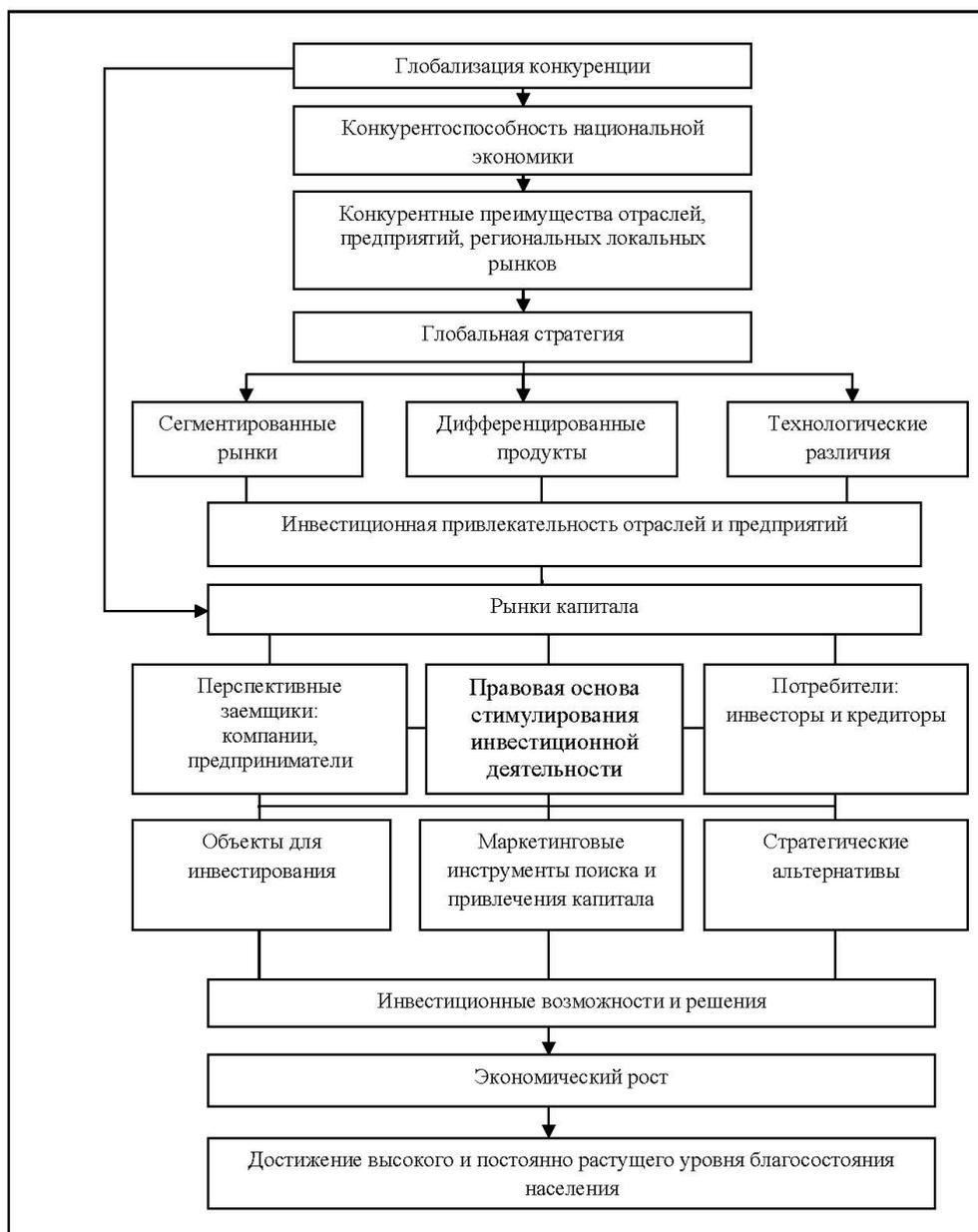


Рис. 1. Модель инвестиционной привлекательности «Конкурентоспособность-инвестиции-экономический рост»

Для минимизации уровня рисков и увеличения доходности по привлечению капитала маркетинговая теория и практика направлена на создание положительного инвестиционного имиджа и определение лучших поставщиков капитала.

**Анализ последних исследований и публикаций.** Исследованию вопросов повышения инвестиционного потенциала посвящены работы отечественных и зарубежных ученых Т. Бена, А. Дамодарана, А. Даниленко, Ф. Котлера, Ю. Макогона, А. Мищенко, А. Савченко, С. Цыганова, Ч. Хилла и др. Однако, в настоящее время существует ограниченное количество публикаций, посвященных использованию маркетингового инструментария для поиска и привлечения инвестиционных ресурсов.

**Цель научной статьи.** Изучение взаимодействия основных категорий конкурентоспособности, инвестиций, экономического роста в контексте использования маркетингового инструментария по привлечению капитала в стратегические региональные проекты.

**Результаты исследования.** Инвестиционная привлекательность отраслей и предприятий на рынках капитала должна быть убедительно аргументирована руководителями компаний, предпринимателями на основе оптимизации соотношения доходности и риска инвесторов и банков. Инвестиционная привлекательность подкрепляется суждениями инвесторов, выражающими оценку компании относительно перспектив ее доходности. Основной целью инвесторов является краткосрочное извлечение максимальной выгоды от вложений в виде свободного денежного потока, который доступен для распределения между поставщиками капитала при минимально допустимом риске. Будущие поступления от компаний инвесторам представлены приведенной стоимостью в процессе дисконтирования.

В условиях глобализации конкуренции, неустойчивости рыночной конъюнктуры компаниям приходится соперничать за капитал не только с отраслевыми конкурентами, но и с компаниями других отраслей, используя маркетинговые усилия в поиске инвестиций в свой бизнес. Эти маркетинговые усилия компаний основаны на убеждении потенциальных инвесторов и кредиторов в преимуществе своих ценностных предложений относительно сравнительных условий их предоставления конкурентами.

Инвесторы и кредиторы как потенциальные потребители на рынках капитала в ожидании будущих результатов принимают решения о вложении средств в компании, имеющие наибольший потенциал в создании акционерной стоимости [3, с. 14].

Маркетинговый подход рассматривается как непрерывный процесс организации, планирования и управления в области привлечения капитала для бизнеса. Выбор будущей стратегии, как одной из составляющих бизнеса [4, с. 23, 213; 5, 352] предполагает определение вариантов уровня инвестиций. Варианты уровня инвестиций с учетом привлекательности рынка для потенциальных денежных потоков и позиций компании, выражающиеся в ее сильных и слабых сторонах, оценке активов, компетенций представлены как:

- инвестиции в рост (или вход на товарный рынок);
- инвестиции в укрепление занятых позиций;

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

- эксплуатация («доение») бизнеса посредством минимизации инвестиций;
- возвращение максимально возможного объема активов от ликвидации или дивестиции (продажи) бизнеса.

Выбор альтернативных стратегий на инвестиционном поле «Рыночная привлекательность – позиции компании» может иметь следующие разновидности.

Стратегическая альтернатива для привлечения инвестиций в рост может происходить посредством поиска новых рынков, разработки новых товаров, новых способов применения существующих товаров или услуг, применения нового комплекса маркетинга (продукт, цена, места распространения (каналы), меры по продвижению), государственное стимулирование роста объема продаж в отрасли.

Стратегическая альтернатива инвестиции в удержание и укрепление занятых позиций способствует прибыльному выживанию в отрасли доминирующей компании за счет дополнительных инвестиций в завоевание или упрочение ее лидерских позиций. Основная цель данной стратегии – стать лидером отрасли, вытеснить с рынка других конкурентов.

Стратегическая альтернатива проникновения направлена на улучшение позиции путем снижения доходов при входе на рынок и постепенный переход в наступательный рост.

Стратегические альтернативы – «доения денежных коров», «уборки урожая» направлены на создание потоков денежных средств за счет ограничения инвестиций и сокращений операционных расходов, вывода ресурсов и инвестиций в другие более выгодные рынки. Быстрое «доение» за счет резкого сокращения операционных расходов, увеличения цен обеспечивает максимизацию краткосрочных денежных потоков и минимизацию инвестиций в бизнес. Медленная «уборка урожая» направлена на уменьшение долгосрочных инвестиций в исследования, разработки, производственную инфраструктуру; сохранение позиций до разрешения неопределенности в отрасли.

Стратегическая альтернатива в восстановление утраченной позиции в связи с последствиями использования стратегии «доения денежных коров». Стратегия эффективна в условиях высокой текущей рыночной привлекательности.

Стратегическая альтернатива селективных инвестиций включает в себя сегментацию, нацеливание и позиционирование [3, с. 189] с целью определения целевых сегментов. При сегментации осуществляется разделение совокупности инвесторов на группы в соответствии с их потребностями, предпочтениями, восприятием, поведенческими особенностями. Нацеливание ориентирует на целевой рынок, отличающийся перспективностью, предрасположением, доходностью, ответной реакцией. Позиционирование необходимо для уяснения в сознании потенциальных инвесторов возможностей компании, восприятию ее как привлекательного и надежного объекта размещения средств.

Стратегические альтернативы - дивестиции или ликвидация бизнеса ориентированы на постепенную самоликвидацию, спасение существующих активов.

Оценка рыночной привлекательности учитывает: доступность рынка, темп роста, снижение стоимости капитала для заемщиков, диверсификацию портфеля инвесторов, уровень информационных технологий, длительность жизненного цикла, интенсивность конкуренции, прибыльность.

Оценка позиции компании предполагает: относительную долю рынка, технологические ноу-хау, организацию сбыта, имидж, маржу прибыли, лояльность покупателей, дистрибуцию, гибкость, маркетинг.

Оценки рыночной привлекательности и позиции компании позволяет сравнивать стратегическую ценность разных направлений деятельности. При выборе стратегии развития выявляется состояние устойчивого конкурентного преимущества, на основании которого определяют дальнейшие стратегические и тактические действия компании.

В получении компанией необходимой стоимости на рынке капитала помогают три элемента – бренд как индикатор стоимости, сервис как активатор стоимости в качественном обслуживании инвесторов и процесс как реализатор стоимости инвесторам, информируя их о результатах деятельности, состоянии инвестиций.

Привлечение инвестиций в экономику Донецкого региона является важнейшей задачей. Донецкая область удачно расположена относительно потенциальных рынков сбыта. В области развита сеть автомобильного, железнодорожного и воздушного сообщения, что дает возможность инвесторам получать доступ к 46 млн. потребителей в Украине и 142 млн. в России, а также возможность работать на рынках СНГ, Западной Европы, развивающихся рынках Центральной Европы. Используя возможность выхода в Черноморский и Средиземноморский бассейны, развиваются торговые отношения со странами Балканского полуострова, Ближнего Востока, Африки, Центральной и Юго-Восточной Азии [6].

Прямые иностранные инвестиции в экономике региона на начало 2012 года составляли 2646,9 млн. долл. США, на начало 2013 года – 2981,6 млн. долл. США. Объем прямых инвестиций (акционерного капитала) из Донецкой области в экономики стран мира по состоянию на 01.10.2013 г. составил 5431,5 млн. долл. США (нарастающим итогом с начала инвестирования) [7]. Исходя из приведенного инвестиционного баланса, в области должна вестись более активная работа по созданию благоприятных условий для потенциальных отечественных и иностранных инвесторов. Для привлечения инвестиций в экономику области в 2012 году было создано коммунальное предприятие «Агентство инвестиционного развития Донецкой области», которое сопровождает проекты в режиме единого инвестиционного окна. Основными задачами агентства являются: подготовка для инвестора сертифицированных проектов «под ключ»; сопровождение инвестиционных проектов в процессе их реализации; создание положительного имиджа и бренда области для привлечения инвесторов; помощь инвесторам в решении всех необходимых административных и юридических вопросов; подготовка предложений по определению территориальных и отраслевых приоритетов инвестиционного развития.

Определены стратегические региональные инвестиционные проекты, ориентированные на технический прогресс и развитие инновационных технологий. Инновационная деятельность, как форма инвестиционной деятельности, должна обеспечивать внедрение достижений научно-технического прогресса в производство и социальную сферу, обозначенные в программе научно-технического развития региона, рассчитанной до 2020 года [8, с. 162]. В программе научно-технического развития региона определены инновационные приоритеты: выпуск и распространение принципиально новых видов техники и технологий; прогрессивные межотраслевые структурные сдвиги; реализация долгосрочных научно-технических программ с большими сроками окупаемости затрат; финансирование фундаментальных исследований для осуществления качественных изменений в состоянии производительных сил; разработка и внедрение новой, ресурсосберегающей технологии, предусмотренной для улучшения социального и экологического состояния территории.

На VI Международном инвестиционном саммите и выставке «Устойчивое развитие: энергоэффективность, ресурсосбережение, экобезопасность» была представлена информация о значимых для региона инвестиционных проектах, среди которых можно выделить:

- «Строительство и эксплуатация спортивно-рекреационного комплекса с полугодовым и зимними горнолыжными спусками и аквапарком». Объем инвестиций – 582 млн. грн. Окупаемость – 5 лет.
- «Строительство тепличного хозяйства круглогодичного выращивания овощей и зелени». Объем инвестиций – 125 млн. грн. Окупаемость – 5 лет.
- «Строительство ветровой электростанции». Объем инвестиций – 1880 млн. грн. Срок реализации проекта – 2,7 года.
- «Улучшение водоснабжения населенных пунктов Донецкой области очищенными шахтными водами». Объем инвестиций – 14,5 млн. грн. Окупаемость – 2 года.
- «Солнечная электростанция мощностью 85 кВт/ч». Объем инвестиций – 1490 млн. грн. Окупаемость – 5 лет.
- «Строительство биогазового завода». Объем инвестиций – 77 млн. грн. Окупаемость – 5 лет.
- «Шахтерский эко-продукт». Объем инвестиций – 11 млн. грн. Окупаемость – 5 лет.
- «Завод по производству литых деталей для сборочных производств авто-, сельхоз- и ж/д техники». Объем инвестиций – 272 млн. грн. Окупаемость – 4 года.
- «Замещение природного газа энергией солнца в котельных детских садов и больниц». Объем инвестиций – 336 млн. грн.

## ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКИХ СВЯЗЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АСПЕКТ

Окупаемость – 5 лет.

Данные проекты, в основе которых лежат новые технологии являются важными объектами иностранного инвестирования в Донецком регионе. С целью устранения препятствий прямым иностранным инвестициям, по данным ООН, около 90% из многочисленных изменений, внесенных во всем мире с 1992 по 2007 г. в законы о прямых иностранных инвестициях, способствовали созданию более благоприятного инвестиционного климата [9, с. 34]. Правовой основой стимулирования инвестиционной деятельности в Украине являются Конституция Украины, законы Украины «Об инвестиционной деятельности», «О режиме иностранного инвестирования» и другие нормативно-правовые акты, которые регулируют отношения в этой сфере. В государственных программах привлечения иностранных инвестиций в приоритетные области экономики и социальную сферу предусматривается установление дополнительных льгот для субъектов хозяйствования, которые осуществляют деятельность в этих сферах.

Для привлечения иностранных инвестиций необходимо понимать порядок организации, ведения международной маркетинговой деятельности и создания условий разработки оптимальной стратегии проникновения на рынок [10, с. 417, 11, с. 629].

Выбор стратегии вступления на зарубежный рынок существенно влияет на степень эффективности дальнейшего функционирования компании за границей. Каждая стратегия вступления на зарубежный рынок характеризуется своими показателями затрат капитала, риска, расходов на управление и потенциальной прибыли. Основными стратегиями выхода на международный рынок являются: косвенный и прямой экспорт, лицензирование, создание совместных предприятий и прямое инвестирование в новые производственные мощности или в приобретение существующих мощностей. Выбор зарубежного рынка обуславливается экономическими, социально-культурными, политико-правовыми факторами, а также привлекательностью рынка и возможностями компании для вступления на него.

Для обеспечения стабильного экономического роста в модели инвестиционной привлекательности должен быть разработан механизм направления имеющихся финансовых ресурсов для реализации конкретных наиболее важных национальных приоритетов инвестиционных проектов, что усилит роль государства в эффективном регулировании экономического развития [12, с. 16].

С 1 января 2013 года вступил в силу Закон от 06.09.2012 г. № 5205-VI «О стимулировании инвестиционной деятельности в приоритетных отраслях экономики с целью создания новых рабочих мест». В течение 2013 – 2032 годов в приоритетных отраслях экономики субъектам хозяйствования, которые реализуют инвестиционные проекты, предоставляется возможность получения государственной поддержки в виде:

- прямого бюджетного финансирования (совместного финансирования);
- возмещения процентов по кредитам в банках;
- государственных гарантий для привлечения иностранных кредитов (займов);
- особенностей налогообложения (в течение 10 лет освобождения (частичного) от уплаты налога на прибыль, права на ускоренную

амортизацию отдельных видов основных фондов и преференций по ввозной пошлине и налогу на добавленную стоимость при импорте оборудования и комплектующих).

Инвестиционный проект должен соответствовать ряду критериев - размер инвестиций, количество новых рабочих мест, непосредственно задействованных в производственных процессах, а также уровень заработной платы.

Большинство экономических проблем Украины и ее регионов можно решить при условии внедрения технологий маркетинга в ходе исследования разработки приоритетных инвестиционных проектов, направленных на выпуск новой высокотехнологичной продукции, которая имеет спрос на мировых рынках.

Переход к управлению развитием экономики на основе национальных приоритетов и инвестиционных проектов усиливает роль отраслевых министерств в обеспечении развития экономики Украины. Однако украинский опыт отраслевой модели управления получил новые основания, обусловленные спецификой процессов эволюции мировой экономики – это развитие инновационных кластеров, глобальных цепочек формирования стоимости [13, с. 35]. Их создание и развитие является специфическим для каждой страны длительным процессом, обусловленным обстоятельствами места, времени, взаимодействия субъектов маркетинговой системы с инвесторами, и может стать основой для разработки концепции в сфере инвестиционно-инновационной деятельности. Это будет способствовать усилению акцента на конечного потребителя, учету возрастающей конкурентной борьбы, ориентации на демополизацию и диверсификацию всех сфер экономики.

**Выводы и предложения.** Маркетинг по своей природе является неотъемлемой частью между заемщиками капитала - компаниями, предпринимателями и потенциальными поставщиками капитала. В последнее время внимание к стратегическим решениям, способствующим повышению эффективности усилий по привлечению капитала на максимально выгодных условиях, значительно возросло. Маркетинговый подход с использованием альтернативных стратегий, соотношения доходности и риска позволяет создать привлекательный и внушающий доверие образ компании, выявить лучших инвесторов и максимально удовлетворить их потребности. Выявление эффективных источников инвестиций будет способствовать дальнейшему экономическому развитию региона и улучшению условий жизни населения.

### СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

1. Портер М.Э. Конкуренция: Пер. с англ. / М.Э. Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2005. – 608 с.
2. Мацибора Т. Конкурентоспособность как фактор инвестиционной привлекательности видов экономической деятельности. / Т. Мацибора // Экономика Украины. – 2011. - №9 – С. 38-42.
3. Котлер Ф. Привлечение инвесторов: Маркетинговый подход к поиску источников финансирования / Ф. Котлер, Х. Картаджайя, Д. Янг; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2009. – 194 с.
4. Аакер Д.А. Стратегическое рыночное управление / Д.А. Аакер; Пер. с англ. – СПб: Питер, 2003. – 544 с.
5. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен, Р. Чумпитас, И. Шулинг; Пер. с англ. - СПб: Питер, 2008. – 720 с.
6. Шишацкий А. Работа Донецкой облгосадминистрации выстроена таким образом, чтобы постоянно привлекать новых инвесторов / А. Шишацкий // Донбасс. История успеха. – 2012. – Октябрь. – С.4-6.
7. Прямые инвестиции. Главное управление статистики в Донецкой области. [Электронный ресурс]. Режим доступа <http://donetskstat.gov.ua/statinform/ved9.php>.
8. Програма науково-технічного розвитку Донецької області на період до 2020 року. – Донецьк: Новий мир, 2003. – 213 с.
9. Хилл Ч. Международный бизнес / Ч. Хилл. – СПб.: Питер, 2013. – 688 с.
10. Котлер Ф. Маркетинг менеджмент / Ф. Котлер. – СПб.: Питер, 2005. – 800 с.
11. Джоббер Д. Принципы и практика маркетинга / Д. Джоббер; Пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2000. – 688 с.
12. Даниленко А.И. Совершенствование модели управления экономикой и финансовые механизмы ее реализации / А.И. Даниленко // Экономика Украины. – 2013. - №5 – С. 4-29.
13. Вишневицкий В. Промышленная политика: теоретический аспект / В. Вишневицкий // Экономика Украины. – 2012. - №3 – С. 25-35.