

Краус Катерина Миколаївна,

*канд. екон. наук, ст. викладач кафедри комерційної діяльності та підприємництва,
ВНЗ Укоопспілки «Полтавський університет економіки і торгівлі»
(м. Полтава, Україна)*

ВЕНЧУРНЕ ІНВЕСТУВАННЯ УПРАВЛІННЯ МАРКЕТИНГОМ МАЛИХ ТОРГОВЕЛЬНИХ ПІДПРИЄМСТВ: УМОВИ ТА ДЖЕРЕЛА

У статті з'ясовано особливості інвестування коштів у здійснення процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств в Україні. Досліджено головні умови венчурного інвестування підприємств. Розглянуто механізм венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств та механізм прийняття рішення про венчурне інвестування. Виявлено основні проблеми на шляху успішного венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств в Україні. Узагальнено роль «бізнес-ангелів» в процесі венчурного інвестування і встановлено взаємозалежність ступеня ризику венчурного інвестування від стадії розвитку малого підприємства. З'ясовано переваги залучення «бізнес-ангелів» до інвестування коштів у здійснення процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України. Виявлено, що ключовими учасниками венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств є: держава, венчурні інвестори, об'єкти венчурного інвестування. Встановлено, що джерелами венчурного інвестування є інституційні інвестори формального сектору та індивідуальні венчурні інвестори неформального сектору.

Ключові слова: венчурне інвестування, управління маркетингом, мале торговельне підприємство, інвестор, ризик, «бізнес-ангел».

Постановка проблеми в загальному. Сьогодні в Україні для здобуття права взятися за нову самостійну справу, підприємцю необхідно мати щонайменше перспективну ідею та відповідні фінансові ресурси. Ідей українцям вистачає, складніший стан справ із фінансовими засобами.

Значення фінансового чинника зростає вдвічі, якщо йдеться про малі торговельні підприємства, зокрема управління маркетингом на них. Такий напрям діяльності, зазвичай, передбачає тривалий у часі підготовчий процес, вимагає значних затрат праці та коштів і, на відміну від торговельних операцій, має віддачу далеко не відразу.

Навіть якщо підприємець володіє достатніми фінансовими ресурсами, він має ґрунтовно продумати і врахувати всі наслідки можливого невдалого управління маркетингом малого торговельного підприємства, оскільки його здійснення неминуче пов'язане з високим рівнем ризику. По-перше, це може бути суто комерційний ризик, пов'язаний із відсутністю на момент початку торговельної діяльності гарантованої ринкової ніші, необхідністю подолання вхідних галузевих бар'єрів, жорсткою конкуренцією з боку інших підприємств, зокрема великих торговельних мереж.

По-друге, в умовах розвитку ринкової економіки українські підприємства суттєво піддаються фінансовому ризику, що характеризує можливі втрати в разі невдалого здійснення торговельних операцій. Однак сьогодні відмова від здійснення ризикових, але, одночасно, перспективних підприємницьких бізнес-проектів загрожує більшими фінансовими втратами для економіки України та суспільства взагалі через можливі втрати конкурентоспроможності українських малих торговельних підприємств на

внутрішньому ринку, а отже, неминучого скорочення бюджетних надходжень, зниження доходів громадян, зростання безробіття та інших негативних соціально-економічних наслідків.

За таких умов для забезпечення стабільного розвитку малих торговельних підприємств, ефективного здійснення управління маркетингом, формування переконливих конкурентних переваг на ринку та досягнення довгострокового комерційного успіху, вважаємо доцільним, крім залученням фінансових ресурсів із традиційних джерел (власні, позикові, бюджетні кошти), активно залучати кошти венчурних інвесторів. На наше переконання, вони здатні підвищити престиж і конкурентоспроможність малих торговельних підприємств на ринку, сприяти зростанню їх інвестиційної активності та привабливості.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню особливостей та проблем венчурного інвестування малого бізнесу присвячені праці як українських, так і іноземних науковців. Теоретичні основи розвитку венчурного бізнесу у світі заклали такі автори, як О. Белтсон [10], Л. Ботазі [11; 12], М. да Рін [11; 13], Т. Гелман [11; 13] та інші.

Російський досвід використання стартових інвестицій і становлення венчурного підприємництва знайшов своє відображення у роботах В. Аніщика [2], І. Войтова [2], А. Гришановича [2], Е. Капустіної [3], М. Ларіонова [4], В. Нефедьєва [7], М. Рогової [8], І. Соболевої [9] й Е. Фіаксель [8]. В Україні, незважаючи на розвиток ринкових засад господарювання, венчурний бізнес досі не набув належного поширення, однак окремим питанням венчурного інвестування присвячені наукові праці таких українських дослідників, як О. Головінов [1], А. Колесніков [5], Л. Малюта [5], В. Матей [6] та ін.

Виділення не вирішених раніше питань, що є частиною загальної проблеми. Однак у працях зазначених авторів не приділяється належна увага питанням можливостей і шляхів венчурного інвестування малих торговельних підприємств, зокрема управління маркетингом на них, від рівня обґрунтованості та системності якого, значною мірою, залежить комерційний успіх бізнес-суб'єктів на ринку. У зв'язку з цим, виникає необхідність визначення умов функціонування механізму венчурного інвестування управління маркетингом з урахуванням специфіки діяльності малих торговельних підприємств в Україні, низької інвестиційної привабливості цього сектору економіки країни, високих ризиків у цій галузі, практичної недоступності до фінансових ресурсів саме такого типу підприємств.

Зазначені фактори є серйозними бар'єрами розвитку економіки України сьогодні, а тому вони не можуть ігноруватися, особливо якщо враховувати важливість розроблення української моделі венчурного інвестування. Саме тому обрана тема наукового дослідження є актуальною на сучасному етапі економічного розвитку країни.

Метою статті є узагальнення особливостей і перспектив та обґрунтування доцільності венчурного інвестування управління маркетингом малих торговельних підприємств в Україні, а також визначення ефективних форм венчурного інвестування. Практичний вихід отриманих результатів полягає у виявленні переваг венчурного інвестування управління маркетингом малих торговельних підприємств України порівняно з іншими (традиційними) формами фінансового забезпечення.

Викладення основного матеріалу. Ефективна організація венчурного інвестування малих торговельних підприємств позитивно впливатиме на економіку України, адже підвищить її інноваційну та інвестиційну активність, конкурентоспроможність у світі.

Розділ 2 Інновації у маркетингу

Ключовими особливостями венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України мають стати:

– розподіл ризиків між венчурним інвестором та малим торговельним підприємством (розподіл ризиків можливий пропорційно частці участі в капіталі підприємства);

– гнучкість умов інвестування (використання всіх доступних форм, методів та джерел інвестування) [11, с. 6];

– збалансованість ризиків і прибутку (ризик, що приймає на себе венчурний інвестор, мають бути винагородженні високою дохідністю на вкладений капітал);

– спрямованість на приріст вартості вкладень (здійснюючи венчурне інвестування інвестор розраховує не на отримання дивідендів чи процентів на надані фінансові ресурси, а на приріст вартості вкладень у підприємство);

– участь у капіталі об'єкта вкладення (наявність прав венчурного інвестора на частку капіталу підприємства, яке отримало венчурні інвестиції) [9, с. 47-48].

Існуючі умови ведення бізнесу в Україні та особливості управління маркетингом малих торговельних підприємств дають змогу стверджувати, що найбільш доцільними формами венчурного інвестування сьогодні можуть бути:

– надання венчурного капіталу в обмін на частку капіталу підприємства;

– надання венчурного капіталу у формі довгострокового беззаставного кредиту.

При цьому важливе місце в діяльності венчурних інвесторів займає процес пошуку та відбору перспективних ідей і проектів, успішна реалізація яких принесе прибуток (рис. 1). Від цього вибору залежить як частка довгострокових капіталовкладень, так і масштаби подальших зусиль інвесторів з організаційно-управлінської підтримки фінансованих проектів, включаючи додаткові витрати в разі виникнення незапланованих труднощів.

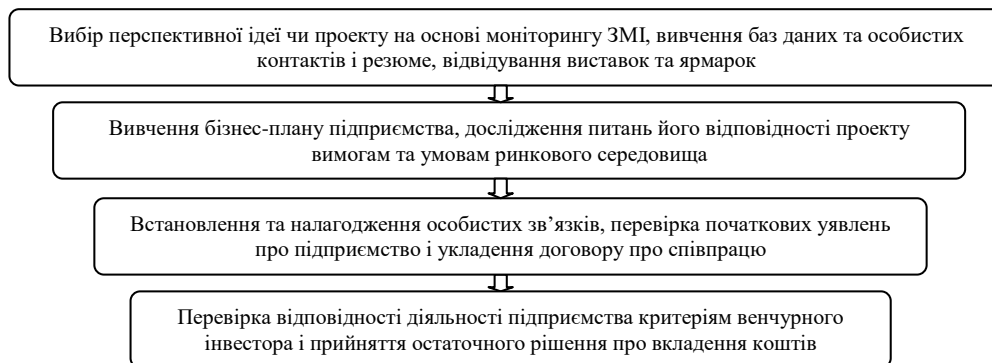


Рисунок 1 – Механізм прийняття рішення про венчурне інвестування [8, с. 89]

Основними проблемами на шляху успішного венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України сьогодні є:

– недосконалість податкового та валютного державного регулювання;

– проблеми, пов'язані із захистом інтересів власників малих торговельних підприємств та венчурних інвесторів;

- нерозвиненість інфраструктури венчурного інвестування [5, с. 280-281];
- низький рівень управління малих торговельних підприємств;
- незацікавленість венчурних інвесторів в інвестуванні малих підприємств;
- відсутність ефективної системи взаємодії між венчурними інвесторами та малими торговельними підприємствами;
- низький рівень підприємницької культури в Україні тощо [9, с. 52].

Однак подолання зазначених проблем та перешкод на шляху успішного венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України на сьогодні є завданням, що потребує негайного та цілеспрямованого вирішення, адже венчурне інвестування має надзвичайно лояльні умови, що приваблюють малі підприємства, які мають проблеми чи нестачу фінансових ресурсів.

До ключових умов венчурного інвестування можемо віднести:

- кошти надаються без умови повернення через заздалегідь обумовлений період і без відсотків – інвестор отримує лише визначену частку акцій підприємства в майбутньому;
- кошти надаються без застави;
- сума необхідних коштів визначається з урахуванням довгострокової перспективи фінансового стану на основі ґрунтовного вивчення властивостей товарів підприємства і технології, що ним використовується;
- венчурні інвестори є власниками коштів і, вкладаючи кошти у підприємство, вони стають акціонерами [12, с. 37];
- у разі невдачі в бізнесі інвестор не завжди здатен законним шляхом повернути вкладені кошти;
- інвестор бере активну участь в обговоренні фінансово-економічних і технічних питань діяльності підприємства на правах партнера;
- інвестори вкладають кошти в підприємства з великим терміном окупності та високим ступенем невизначеності [1].

Враховуючи зазначене, вважаємо, що механізм венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України має охоплювати 5 ключових етапів (розроблення стратегії венчурного інвестування [10, с. 13]; пошук та вибір об'єктів венчурного інвестування; підготовка і здійснення венчурного інвестування; управління, моніторинг та контроль; припинення венчурного інвестування) (рис. 2).

В умовах сьогоденної гострої економічної кризи в Україні венчурний капітал є практично єдиним джерелом фінансової підтримки процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств. У системі венчурного інвестування виділяють дві групи інвесторів: корпоративні (колективні) та індивідуальні інвестори [4, с. 101].

Значну роль великі венчурні інвестори відіграють у діяльності підприємств при вирішенні питань підбору персоналу, розв'язанні технічних проблем шляхом використання наявних надійних зв'язків, а репутація інвесторів при цьому є запорукою наданих підприємствам послуг. Така участь венчурних інвесторів дає їм змогу бути обізнаними щодо проблем підприємств і проводити активні заходи з їх подолання на ранніх етапах [13, с. 9]. Проте для багатьох підприємств активна участь у їх діяльності венчурних інвесторів породжує відчуття фінансової залежності і втрати контролю за ситуацією, що досить часто зумовлює відмову підприємств від послуг таких інвесторів. Вирішити проблему дефіциту коштів малих торговельних підприємств за рахунок

Розділ 2 Інновації у маркетингу

венчурних інвесторів надзвичайно складно й мало кому сьогодні це вдається.

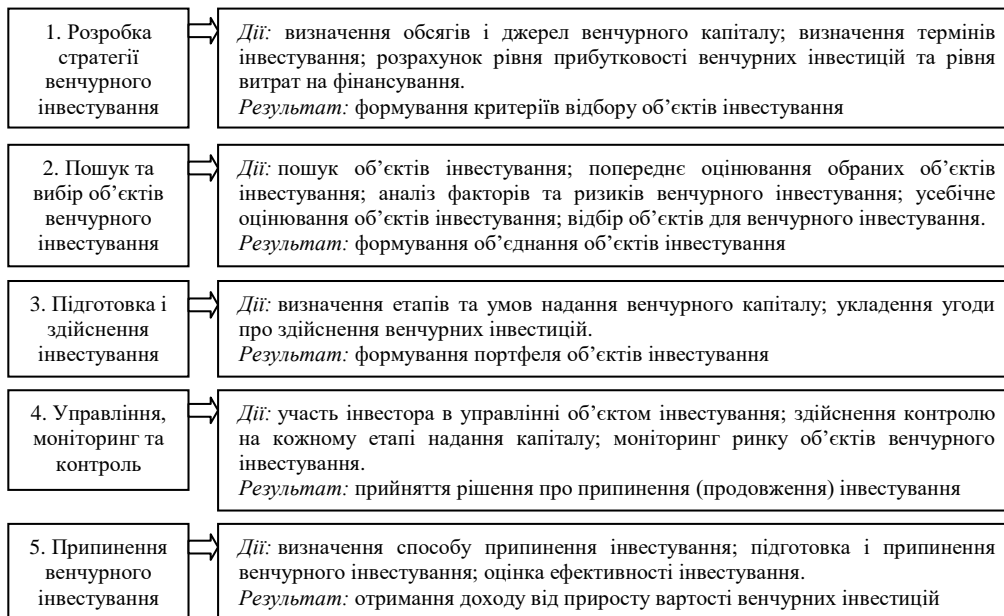


Рисунок 2 – Механізм венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України (розробка автора)

Ми вважаємо, що вагому роль у фінансуванні малих торговельних підприємств можуть мати «бізнес-ангели», які інвестують власні кошти, тоді як фірми венчурного капіталу оперують ресурсами інституційних інвесторів. При цьому «бізнес-ангелів» можна поділити на: індивідуальних інвесторів, що володіють значними особистими коштами та вкладають їх, як правило, у підприємницьку діяльність родичів і знайомих; групи людей, які є підприємцями в певному секторі економіки чи суміжних секторах [13, с. 10]. Такі особи приймають лише ті інвестиційні рішення, що мають позитивний вплив на їх власну підприємницьку діяльність, і здійснюють фінансові вкладення меншого розміру та дохідності, ніж класичні венчурні капіталісти.

Варто зазначити, що венчурне інвестування знаходиться в тісній взаємозалежності від стадії розвитку малого підприємства (рис. 3). Для малих торговельних підприємств реально отримати фінансову допомогу на етапі раннього росту [2, с. 31], коли підприємство зуміло досягти успіхів у своїй діяльності, має певну частку ринку та цільових споживачів й працює на зростання продажів і збільшення прибутків. До того ж ступінь ризику венчурних інвестицій на цьому етапі розвитку малого торговельного підприємства не надто високий, що робить інвестиції ще більш привабливими.

У першу чергу таку фінансову допомогу можуть надати особи, що входять до так званої групи «три F» («family» – сім'я, «friends» – друзі, «fools» – дурні) і можуть вкласти у розвиток малого торговельного підприємства власні заощадження у сумі \$10-20 тис. Вагому роль в інвестуванні процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств можуть мати неформальні інвестиції «бізнес-ангелів».

К.М. Краус. Венчурне інвестування управління маркетингом малих торговельних підприємств: умови та джерела

За умови їх зацікавленості у розвитку певної ідеї чи проекту вони можуть вкласти \$20 тис. і більше і, тим самим, допомогти підприємству подолати так звану «фінансову прірву».

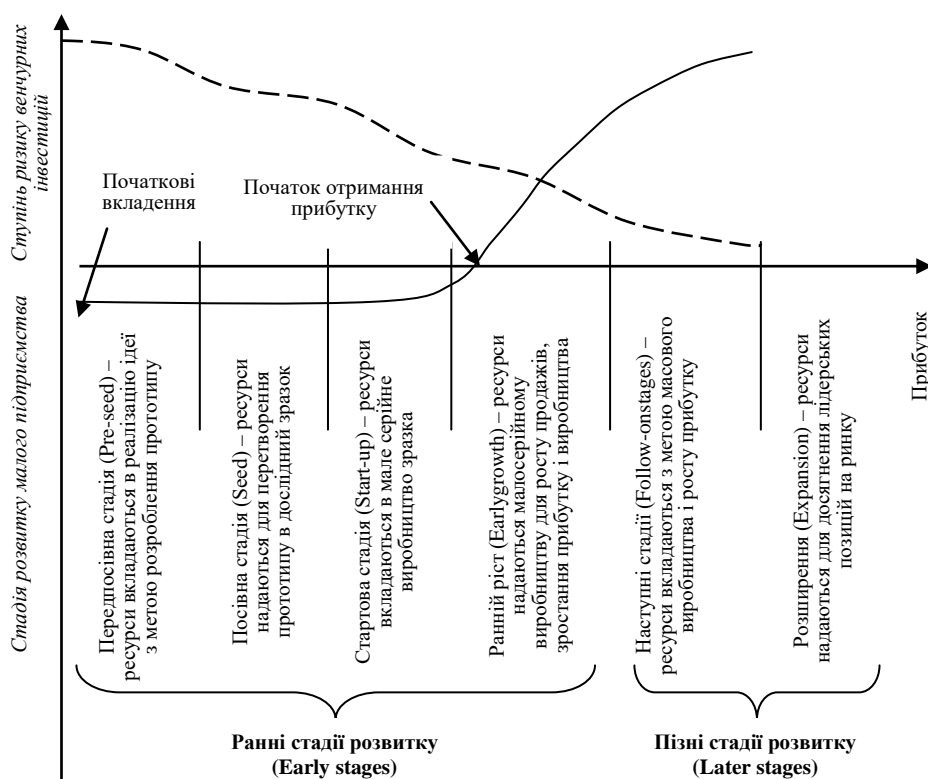


Рисунок 3 – Взаємозалежність ступеня ризику венчурних інвестицій від стадії розвитку малого підприємства [7, с. 88]

Ми переконані, що залучивши «бізнес-ангелів» до інвестування процесу управління маркетингом малі торговельні підприємства України отримають такі ключові переваги:

- простота в документальному оформленні («бізнес-ангели» вимагають незначну кількість офіційних документів) і гнучке прийняття управлінських рішень;
- можливість отримати фінансові ресурси незважаючи на високий ризик комерційної діяльності підприємства;
- мала витратність залучення «бізнес-ангелів» через їх низьку ставку рентабельності;
- можливість одержання не лише фінансової допомоги, а й цінного досвіду та знань «бізнес-ангелів» щодо успішного розвитку підприємства;
- територіальна (географічна) доступність «бізнес-ангелів», адже вони розміщуються не лише в основних фінансових центрах.

Звісно ж роль «бізнес-ангела» у діяльності малого торговельного підприємства полягає не тільки в наданні фінансової допомоги. Інакше це свідчило б, що «бізнес-

Розділ 2 Інновації у маркетингу

ангелами» можуть бути тільки ті, хто має вільні кошти. Ми вважаємо, що «ідеальним бізнес-ангелом» вважатиметься особа середнього віку (40-60 років) із вищою освітою у сфері управління та досвідом роботи в бізнесі.

При цьому інвесторів малих торговельних підприємств можна віднести до «бізнес-ангелів»-ентузіастів (професійні й активні особи, що вкладають незначні заощадження (від \$10 тис.) з метою сприяння досягненню підприємством успіху на ринку та власної участі в його управлінні) і «бізнес-ангелів»-професіоналів (особи, що вкладають кошти в сумі від \$25 тис. у підприємство, у сфері діяльності якого вони мають досвід роботи).

Малі торговельні підприємства України сьогодні мають змогу отримати додаткові фінансові кошти як від інституціональних (формальний сектор), так і від індивідуальних (неформальний сектор) інвесторів, що представляють формальний та неформальний сектори економіки (рис. 4).



Рисунок 4 – Джерела венчурного інвестування процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств України (розробка автора)

Інституційних інвесторів представляють юридичні особи, що здійснюють діяльність з управління чужими фінансовими ресурсами, тоді як індивідуальні інвестори самостійно розпоряджаються особистими ресурсами з метою отримання прибутку.

У разі відсутності професійної підготовки в галузі інвестування, індивідуальні інвестори можуть доручити управління своїм капіталом інституційним інвесторам [3, с. 59].

Таким чином, венчурні інвестори, вкладаючи власні кошти в малі торговельні підприємства, можуть не тільки отримати в майбутньому певний прибуток – симбіоз венчурного інвестора та підприємця часто забезпечує ефект синергії від об'єднання їх спеціальних знань, ділових зв'язків і управлінського досвіду [6, с. 33-34].

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розробок. Дослідження особливостей, ключових засад, джерел та умов венчурного інвестування, дало змогу з'ясувати його роль і місце у фінансовому забезпеченні процесу управління маркетингом малих торговельних підприємств.

У сучасних умовах економічного розвитку малим торговельним підприємствам життєво необхідні адекватні та реальні інвестиційні механізми, здатні забезпечити фінансування найбільш ризикових моментів їх діяльності. Вважаємо, що оптимальним способом фінансового забезпечення управління маркетингом малих торговельних підприємств може стати венчурне інвестування, що характеризується відсутністю застави, вкладенням коштів у високо-ризикові проекти, мінімальним втручанням у процес управління підприємством. Однак для ефективного використання фінансових ресурсів венчурних інвесторів сьогодні в Україні необхідно подолати цілу низку економічних проблем і зосередити увагу на створенні належної ринкової інфраструктури для венчурного бізнесу та вдосконаленні діючих механізмів венчурного інвестування.

1. Головінов О.М. Венчурне фінансування як умова активізації інноваційної діяльності [Електронний ресурс] / О.М. Головінов // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. М. Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. – 2011. – №3. – С. 224-233. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/econ/2011_3/Golovin.pdf.

2. Инновационная деятельность и венчурный бизнес : научно-методическое пособие / И.В. Войтов, В.М. Анищик, А.П. Гришанович, Н.К. Толочко. – Минск : ГУ «БелИСА», 2011. – 188 с.

3. Капустина Е.А. Особенности механизма венчурного финансирования малого и среднего бизнеса в российских экономических условиях / Е.А. Капустина // Экономинфо. – 2004. – №2 (2). – С. 59-62.

4. Ларионов Н.А. Развитие новых моделей венчурного финансирования / Н.А. Ларионов // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2013. – №3. – С. 100-103.

5. Малюта Л.Я. Стан та тенденції розвитку венчурного фінансування в Україні / Л.Я. Малюта, А.Р. Бабій, А.П. Колесніков // Інноваційна економіка. – 2012. – №5 (31). – С. 278-282.

6. Матей В.В. Характерні особливості та сучасні тенденції неформального ринку венчурного капіталу / В.В. Матей // Формування ринкових відносин в Україні. – 2008. – №9. – С. 32-39.

7. Нефедьев В.В. Роль бизнес-ангелов в структуре Российской венчурной индустрии / В.В. Нефедьев // Экономический рост на инновационной основе: материалы Научно-практической конференции (г. Королев, Московская область, 5 февраля 2013 г.) – Королев : Финансово-технологическая академия, 2013. – С. 88-96.

8. Рогова Е.М. Венчурное финансирование инвестиций в малые инновационные предприятия: проблемы и перспективы / Е.М. Рогова, Э.А. Фияксель // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. – 2007. – №4. – С. 86-92.

9. Соболева И.И. Принципы венчурного финансирования и особенности организации венчурного финансирования в РФ / И.И. Соболева // Вестник Ленинградского государственного университета им. А.С. Пушкина. Серия: Экономика. – 2012. – Т. 6, №3. – С. 45-55.

10. Bengtsson O. How Do Venture Capital Partners Match with Startup Founders? [Електронний ресурс] / O. Bengtsson, D.H. Hsu. – 2010. – March 10. – Режим доступу: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1568131.

11. Bottazzi L. The Importance of Trust for Investment: Evidence From Venture Capital [Електронний ресурс] / L. Bottazzi, M. Da Rin, T. Hellmann // Center for Economic Research. – Tilburg University. – 2010. – Режим доступу: <https://pure.uvt.nl/portal/files/1223486/2010-49new.pdf>.

12. Bottazzi L. The role of Venture Capital in Alleviating Financial Constraints of Innovative Firms [Електронний ресурс] / L. Bottazzi // European Investment Bank. – Economics Department. – 2009. – №9. – Режим доступу: http://www.eib.org/attachments/efs/eibpapers/eibpapers_2009_v14_n02_en.pdf#page=32.

13. Bottazzi L. Who are the Investors? Evidence from Venture Capital [Електронний ресурс] / L. Bottazzi, M. Da Rin, T. Hellmann // Dipartimento Scienze Economiche. – Università di Bologna. – 2007. – Режим доступу: <http://www2.dse.unibo.it/wp/611.pdf>.

1. Holovinov, O.M. (2011). Venchurne finansuvannia yak umova aktyvizatsii innovatsiinoi diialnosti [Venture financing as a condition for promotion of innovative activity]. *Visnyk Donetsko ho natsionalno ho universytetu ekonomiky i torhivli im. M. Tuhana-Baranovskoho. Serii: Ekonomichni nauky – Donetsk national university of economics and trade named after Mykhayilo Tugan-Baranovsky. Ser. Economic sciences*, 3, 224-233. Retrieved from http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/vdnuet/econ/2011_3/Golovin.pdf [in Ukrainian].

2. Voichak, I.V., Anishchik, V.M., Grishanovich, A.P., & Tolochko, N.K. (2011). *Innovatsionnaia deiatelnost i venchurnyi biznes [Innovative activity and venture business]*. Minsk: SU «BellSA» [in Russian].

3. Kapystina, E.A. (2004). Osobennosti mekhanizma venchurnoho finansirovaniia maloho i srednieho biznesa v rossiiskikh ekonomicheskikh usloviiakh [Features of the mechanism of small and medium business venture financing in Russian economic conditions]. *Ekonominfo – Econominfo*, 2(2), 59-62 [in Russian].

4. Larionov, N.A. (2013). Razvitiie novykh modelei venchurnoho finansirovaniia [Development of new models of venture financing]. *Vestnik Saratovskoho hosudarstvennoho sotsialno-ekonomicheskoho universiteta – Herald of Saratov Socio-Economic Institute*, 3, 100-103 [in Russian].

5. Maliuta, L.Ya., Babii, A.R., & Kolesnikov, A.P. (2012). Stan ta tendentsii rozvytku venchurnoho finansuvannia v Ukraini [Condition and trends in the development of venture financing in Ukraine]. *Innovatsiina ekonomika – Innovative economy*, 5 (31), 278-282 [in Ukrainian].

6. Matei, V.V. (2008). Kharakterni osoblyvosti ta suchasni tendentsii neformalnoho rynku venchurnoho kapitalu [Characteristic features and current trends of the informal venture capital market]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini – Formation of market relations in Ukraine*, 9, 32-39 [in Ukrainian].

7. Nefiediev, V.V. (2013). Rol biznes-anhelov v strukture Rossiiskoi venchurnoi industrii [The role of business angels in the structure of the Russian venture industry]. *Ekonomicheskii rost na innovatsionnoi osnove – Economic growth based on innovation. Proceeding of the Scientific and Practical Conference*. (pp. 88-96). Korolev: Financial and Technological Academy [in Russian].

8. Rohova, E.M., & Fiiaksel, E.A. (2007). Venchurnoie finansirovaniie investitsii v malyie innovatsionnye predpriiatia: problemy i perspektivy [Venture capital as the source of funding investments into innovative start-ups: key problems]. *Izvestiia Sankt-Peterburhskoho hosudarstvennoho ekonomicheskoho universiteta – News of St. Petersburg State University of Economics*, 4, 86-92 [in Russian].

9. Sobolieva, I.I. (2012). Printsipy venchurnoho finansirovaniia i osobennosti orhanizatsii venchurnoho finansirovaniia v RF [Venture finance principles and venture financing organizational

characteristics in Russia]. *Vestnik Leningradskogo gosudarstvennogo universiteta im. A.S. Pushkina. Seriya: Ekonomika – Bulletin of Pushkin Leningrad State University. Ser. Economics, 3, Vol. 6, 45-55* [in Russian].

10. Bengtsson, O., & Hsu, D.H. (2010). How Do Venture Capital Partners Match with Startup Founders? *papers.ssrn.com*. Retrieved from http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1568131 [in English]

11. Bottazzi, L., & Da Rin, M., & Hellmann, T. (2010). *The Importance of Trust for Investment: Evidence From Venture Capital*. Tilburg University. Retrieved from <https://pure.uvt.nl/portal/files/1223486/2010-49new.pdf> [in English].

12. Bottazzi, L. (2009). *The role of Venture Capital in Alleviating Financial Constraints of Innovative Firms*. European Investment Bank. Retrieved from http://www.eib.org/attachments/efs/eibpapers/eibpapers_2009_v14_n02_en.pdf#page=32 [in English]

13. Bottazzi, L., & Da Rin, M., & Hellmann, T. (2007). *Who are the Investors? Evidence from Venture Capital*. Universita' di Bologna. Retrieved from <http://www2.dse.unibo.it/wp/611.pdf> [in English]

Е.Н. Краус, канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры коммерческой деятельности и предпринимательства, ВУЗ Укоопсоюза «Полтавский университет экономики и торговли» (г. Полтава, Украина)

Венчурное инвестирование управления маркетингом малых торговых предприятий: условия и источники

В статье выяснено особенности инвестирования средств в осуществление процесса управления маркетингом малых торговых предприятий в Украине. Исследованы главные условия венчурного инвестирования предприятий. Рассмотрены механизм венчурного инвестирования процесса управления маркетингом малых торговых предприятий и механизм принятия решения о венчурном инвестировании. Выявлено основные проблемы на пути успешного венчурного инвестирования процесса управления маркетингом малых торговых предприятий в Украине. Обобщена роль «бизнес-ангелов» в процессе венчурного инвестирования и установлено взаимозависимость степени риска венчурного инвестирования от стадии развития малого предприятия. Выяснены преимущества привлечения «бизнес-ангелов» к инвестированию средств в осуществление процесса управления маркетингом малых торговых предприятий Украины. Выявлено, что ключевыми участниками венчурного инвестирования процесса управления маркетингом малых торговых предприятий являются: государство, венчурные инвесторы, объекты венчурного инвестирования. Установлено, что источниками венчурного инвестирования являются институциональные инвесторы формального сектора и индивидуальные венчурные инвесторы неформального сектора.

Ключевые слова: венчурное инвестирование, управление маркетингом, малое торговое предприятие, инвестор, риск, «бизнес-ангел».

К.М. Kraus, Candidate of Economic Sciences, Senior Lecturer of the Department of Commerce Activities and Entrepreneurship, Poltava University of Economics and Trade (Poltava, Ukraine)

Venture investment of marketing management of small trade enterprises: conditions and sources

The aim of the article. The main purpose of the article is to generalize the features and prospects and to substantiate the expediency of venture investment of marketing management of small trade enterprises in Ukraine and to identify effective forms of venture investment.

The results of the analysis. The features of venture investment of marketing management of small trade enterprises of Ukraine are: distribution of risks between venture investor and small trade enterprise; flexibility of investment conditions; balance of risks and profits; orientation on increase in value of investments; participation in equity of investment object.

Problems on the way of venture investment of the process of marketing management of Ukrainian

Розділ 2 Інновації у маркетингу

small trade enterprises are: imperfect state tax regulation; imperfect state tax regulation; problems associated with the protection of the interests of owners and venture investors; underdeveloped infrastructure of venture investment; lack of interest of venture investors to invest small trade enterprises; lack of an effective system of interaction between venture investors and small trade enterprises; low levels of entrepreneurial culture in Ukraine.

The key conditions of venture investment are: funds are provided without conditions returning via pre-specified period and without interest; funds are granted without collateral; venture investors are the owners of funds and investing in the enterprise, they become shareholders; the investor is actively involved in the discussion of financial, economic and technical questions on the rights of partner; investors investing in enterprises with a long payback period and high degree of uncertainty.

The mechanism of venture investment of the process of marketing management of small trade enterprises should cover five key stages: development of venture investment strategy, search and selection of objects of venture investment, preparation and implementation of venture investment, management, monitoring and control of venture investment.

There two groups of investors in the system of venture investment: corporate and individual investors. Significant role in the financing of small trade enterprises can have «business angels» who invest their own funds, while venture capital firms operating resources of institutional investors. «Business angels» can be divided into: individual investors with significant personal funds and invest them in business of relatives and friends; group of people who are entrepreneurs in a certain or related sectors. The advantages of attracting «business angels» to invest in the process of marketing management of small trade enterprises in Ukraine include: simplicity in documentation and flexible decision-making; the possibility of obtaining financial resources despite the high risk business enterprise; small expensive-attracting of «business angels» due to their low rate of return; opportunity to receive not only financial support but also valuable experience and knowledge of «business angels» to the successful development of enterprise; territorial accessibility of «business angels».

Conclusions and directions of further researches. Venture investors that invest their own funds in small trade enterprises can not only get profit in the future. Symbiosis of venture investor and entrepreneur often provides synergy effect from combining their special knowledge, business contacts and managerial experience.

Keywords: venture investment, marketing management, small trade enterprise, investor, risk, «business-angel».

Отримано 12.01.2016 р.