

Стопка О. С., здобувач освіти,
науковий керівник: **Курилова Н. М.**, викладач,
ВСП «Харківський торговельно-економічний фаховий коледж ДТЕУ»

СОЦІАЛЬНО-ВІДПОВІДАЛЬНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ПІДПРИЄМСТВА, ЯК СКЛАДОВА МЕХАНІЗМУ ВІДНОВЛЕННЯ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

В сучасних умовах господарювання, які характеризуються не стабільністю зовнішнього середовища, зростанням конкуренції на ринку, падінням купівельної спроможності споживачів, важливим аспектом господарської діяльності торговельних підприємств є інвестиційна діяльність.

Стратегія економічного розвитку країни передбачає активізацію інвестиційної діяльності підприємств та залучення значних інвестицій, в тому числі у сфері торгівлі, яка останнім часом динамічно розвивається. Інвестиційна діяльність полягає у вкладенні інвестицій, а також інших діях, які пов'язані із здійсненням заходів по збільшенню прибутку. Кожне торговельне підприємство прагне посилити свої конкурентні переваги з метою залучення інвестиційних ресурсів на ринку на більш вигідних для себе умовах.

Інвестиції відіграють значну роль у довгостроковому розвитку торговельного підприємства та досягненні його стратегічних цілей. Для подальшого дослідження визначимось з сутністю категорії «інвестиції». Існують різні підходи до трактування цієї категорії.

Економічна ситуація в країні в значній мірі впливає на інвестиційну активність торговельних підприємств. В зв'язку з цим для забезпечення ефективного функціонування народного господарства країни та подолання негативних тенденцій необхідно стимулювати інвестиційну активність у всіх галузях, в тому числі в торгівлі, яка в теперішній час набула значного розвитку.

Впровадження інвестицій в торгівлю дає можливість торговельним підприємствам [1]: перебудови бізнес-процесів; підвищення якості обслуговування споживачів; витрат на організацію виробничого процесу; покращення умов праці персоналу; закупки нового обладнання; вдосконалення методів надання торговельних послуг; впровадження нових форм торгівлі; підвищення ефективності використання торговельного обладнання; розширення напрямів торговельної діяльності; скорочення витрат на транспортування та зберігання продукції.

З метою розробки теоретичних та методичних положень інвестиційної діяльності, в першу чергу, необхідно проаналізувати існуючі підходи до визначення основних понять та категорій, що мають відношення до процесу управління інвестиційною діяльністю [2]. Так, під інвестиціями торговельного підприємства розуміють систему фінансово-економічних відносин, що виникають в процесі накопичення інвестиційних ресурсів торговельного підприємства та їх вкладення в об'єкти інвестування, з урахуванням ризиків, що виникають. з метою відшкодування інвестованих коштів та отримання доходів від їх експлуатації в майбутньому.

Необхідність модернізації та подальшого розвитку сфери торгівлі в Україні, як запоруки стійкого економічного розвитку країни ставить питання про динаміку факторів, що безпосередньо впливають на інвестиційний потенціал, інноваційну діяльність і рівень її фінансування для торговельних підприємств.

У зв'язку з цим, доцільно вважати, що інвестиції в торгівлі є ризиковими вкладенням коштів інвестора в торгове підприємство з метою оновлення матеріально-технічної бази даного підприємства, розширення торгової мережі, впровадження нових технологій і можливості отримання при цьому прибутку або іншого корисного ефекту в майбутньому. Сьогодні буде актуально проведення наукових досліджень, спрямованих на пошук шляхів

вдосконалення механізмів інвестиційної діяльності в торгівлі з метою підвищення ефективності інвестицій в умовах нестабільності економічних відносин.

Своєчасна розробка інвестиційної стратегії є своєчасною і актуальною. Її наявність дозволить найбільш ефективно нівелювати негативний вплив несприятливих економічних чинників, а також планувати і реалізовувати проекти розвитку підприємств торгівлі. На сьогоднішній день широко представлені погляди вчених на розробку, формування та реалізацію інвестиційної стратегії, але не в повній мірі це стосується інвестиційної стратегії торговельних підприємств України. Тому доцільно запропонувати алгоритм формування інвестиційної стратегії з урахуванням особливостей торговельних підприємств [3-4]:

Етап 1. Формування загальних цілей інвестиційної стратегії.

В рамках управління інвестиційної та фінансово-економічною діяльністю, яке має яскраво виражений цільовий характер, необхідно керуватися чітко поставленими стратегічними цілями, без яких неможливо здійснення регулювання процесу прийняття управлінських рішень на кожній з стадій реалізації інвестиційної стратегії. Ясно сформульовані цілі фінансово-інвестиційної стратегії сприяють зростанню ефективності діяльності торговельного підприємства, а також є орієнтиром при прийнятті управлінських рішень на кожній стадії реалізації інвестиційної стратегії. Комплекс цілей інвестиційної стратегії повинен забезпечувати відбір інвестиційних проектів з урахуванням фактора ризику, а також способів їх фінансування. Необхідно відзначити, що ефективне виконання поставлених цілей можливо, тільки якщо в процесі стратегічного фінансового менеджменту керівництво підприємства правильно їх формулює і доносить до виконавців, а також створює умови для здійснення зазначених цілей у всіх структурних підрозділах підприємства.

Етап 2. Проводиться комплексна оцінка зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на інвестиційний потенціал торговельного підприємства. На цьому етапі використовуються наступні інструменти: SWOT - аналіз, PEST - аналіз, портфельний аналіз, аналіз сценаріїв. Після оцінки зовнішніх та внутрішніх факторів, які впливають на інвестиційну діяльність проводиться постановка уточнених цілей та обґрунтовується шляхи їх реалізації в фінансово-інвестиційної стратегії торговельного підприємства.

Етап 3. Проводиться вибір та постановка цілей інвестиційної діяльності по оновленню основних фондів підприємства. Щодо українських торговельних підприємств, уточненої метою фінансово-інвестиційної стратегії є заміна, модернізація, відкриття нових торговельних площ та оновлення основних фондів.

Етап 4. На основі уточнення цілей інвестиційної стратегії торговельного підприємства проводиться оцінка фінансового забезпечення інвестиційної стратегії підприємства. При цьому розглядаються наступні варіанти фінансового забезпечення: фінансові ресурси власні та залучені у зовнішніх інвесторів; фінансові ресурси власні та позикові в кредитних установах; фінансові ресурси власні, залучені та позикові.

Система управління ресурсами торгового підприємства призначена для акумуляції інвестиційних ресурсів та їх ефективного розподілу згідно розроблених інвестиційних програм, специфіки галузі та умов державного регулювання інвестиційних процесів. В системі управління інвестиційними ресурсами торгового підприємства можна виділити наступні структурні складові – це основні та додаткові. В загальному вигляді в торговельному підприємстві поділяють наступні види фінансування інвестиційної діяльності це власне інвестування та інвестування шляхом зовнішніх інвестицій. На нашу думку головною складовою інвестиційної діяльності є власні кошти.

З метою активізації інвестиційної діяльності торговельне підприємство повинно в першу чергу мобілізувати внутрішні інвестиційні резерви. Основною перевагою такого підходу до інвестиційної діяльності торгового підприємства є його простота використання та незалежність від зовнішніх інвесторів та негативного впливу зовнішнього середовища. Але в якості основного недоліку, можна відмітити хронічну нестачу коштів торговельного підприємства для проведення інвестиційної діяльності.

Етап 5. Проводиться вибір найбільш ефективного варіанту фінансування, який забезпечує досягнення мети інвестиційної діяльності торговельного підприємства.

Далі проводиться уточнення мети інвестиційного проекту торговельного підприємства та визначення часових параметрів реалізації інвестиційної стратегії.

На заключному етапі відбувається організація контролю за перебігом виконання розробленої інвестиційної стратегії для своєчасного вжиття заходів щодо модернізації корегування раніше розробленої інвестиційної стратегії

Список використаних джерел

1. Пересада А. А. Інвестування : навчально-методичний посібник для самостійного вивчення дисципліни / укладачі: Пересада А. А., Смірнова О. О., Онікієнко С. В. ; за ред. Пересада А. А. Київ : КНЕУ, 2021. 251 с.
2. Кузнєцов А. Я. Інвестиційно-інноваційна діяльність та система її фінансового забезпечення : навчальний посібник. Київ : Інститут економіки та прогнозування НАН України, 2019. 36 с.
3. Олійник В., Топчів О. Інвестиційно-інноваційна діяльність в регіонах України та показники її активності й інтенсивності. Часопис соціально-економічної географії : міжрегіональний збірник наукових праць. Харків : ХНУ імені В. Н. Каразіна. 2018. №. 4 (1). С. 95-101.
4. Василик О. Д., Лютий І. О. Від теорії інвестицій до інноваційної політики. *Фінанси України*. 2020. № 12. С. 125-126.

Сдобін І. М., здобувач вищої освіти,
науковий керівник: **Янковська В. А.**, к. е. н, доцент,
Харківський інститут ПрАТ «ВНЗ «МАУП»

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ

Асортиментна політика - це стратегія або планування, яке визначає, які товари або послуги будуть пропонуватися підприємством для продажу. Також містить визначення асортименту товарів, їх характеристик, категорій та співвідношення між ними. Асортиментна політика також може охоплювати вирішення питань щодо оновлення асортименту, ротації товарів та управління запасами.

Асортиментна політика – це система заходів, спрямована на формування оптимального асортименту товарів, який максимально задовольняє потреби цільового ринку та забезпечує досягнення стратегічних цілей підприємства.

Асортиментна політика - це комплекс заходів, спрямованих на орієнтацію виробництва на задоволення потреб і запитів споживачів і отримання на цій основі прибутку. Товарна політика підприємства спрямована на управління товарною номенклатурою, товарним асортиментом і окремими товарами [1,с. 127].

Основними цілями асортиментної політики є: задоволення потреб споживачів цільового ринку; підвищення конкурентоспроможності підприємства; збільшення обсягів продажів та прибутку; підвищення ефективності використання ресурсів; покращення іміджу підприємства.

Основні етапи розробки асортиментної політики можна представити таким чином:

1. Аналіз ринку: вивчення потреб і попиту споживачів, аналіз конкурентного середовища, оцінка ринкових трендів.
2. Сегментування ринку: виділення груп споживачів з однорідними потребами, оцінка потенціалу кожного сегмента.
3. Вибір цільових сегментів: визначення сегментів, на які буде орієнтований асортимент.