

Таким чином, антикризове управління доцільно впроваджувати на будь-якому етапі господарського життя, однак для розробки найбільш ефективних засобів антикризового менеджменту необхідне вивчення стану товариства, оцінка платоспроможності та перспективи розвитку на основі формування антикризової програми, модель вибору та розробка антикризової стратегії відображає складний взаємопов'язаний комплекс стратегічних і оперативних заходів, кожен з яких підпорядковується єдиній меті, цілям і завданням, пов'язаних з реалізацією антикризової політики товариства, а її елементи можуть мати як захисний, так і наступальний характер.

Список використаних джерел:

1. Олійник Т.І. Антикризовий менеджмент в системі економічної безпеки підприємств Управління розвитком суб'єктів підприємництва: механізми, реалії, перспективи» колективна монографія / за заг. ред. д-ра екон. наук проф. Т.В.Гринько. Дніпро: Біла К. О., 2018. 444 с.

Кушніт А. Г.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ ПІДПРИЄМСТВА
ТА ШЛЯХИ ЇЇ УДОСКОНАЛЕННЯ**

У сучасних умовах з урахуванням збільшеного рівня конкуренції і складності макроекономічної ситуації в Україні, особливу роль відіграє збалансована інвестиційна політика підприємства, що дозволяє забезпечити його ефективну діяльність. Проблема мобілізації інвестицій та їх ефективного використання стоїть дуже гостро в даний час. При цьому стимулювання інвестиційної активності і розробка грамотної інвестиційної політики підприємства, а саме, вироблення стратегії інвестування з урахуванням внутрішніх і зовнішніх чинників і вибір її пріоритетних напрямів, є найважливішими умовами сталого розвитку підприємства [1, с. 104].

Дійсно, в даний час ефективна діяльність підприємства неможлива без розробки системи управління його капіталом, тобто вкладенням в матеріальні та фінансові цінності, а також фінансові інструменти. Підприємство, що не інвестує капітал у свій розвиток, ризикує не зберегти свої позиції в конкурентній боротьбі. У зв'язку з цим, на думку ряду авторів, відмова від інвестицій або їх незбалансованість – це один з найнебезпечніших ризиків, з яким стикається підприємство [2]. У зв'язку з цим, вкладення капіталу в інвестиційні проекти з важко прогнозованим кінцевим результатом, передбачає цілеспрямований пошук як капіталу, так і перспективних об'єктів інвестування. На основі цих даних формується інвестиційна програма підприємства та вживаються заходи для їх реалізації, що, в остаточному підсумку, і знаходить своє відображення в інвестиційній політиці підприємства. Процес формування інвестиційної політики підприємства можна описати декількома етапами (рис. 1).

Перший етап – аналіз інвестиційної діяльності підприємства в попередньому періоді. Основна мета даного етапу полягає у всебічній оцінці елементів інвестиційного потенціалу підприємства та ефективності його інвестиційної діяльності до поточного моменту [3, с. 54].

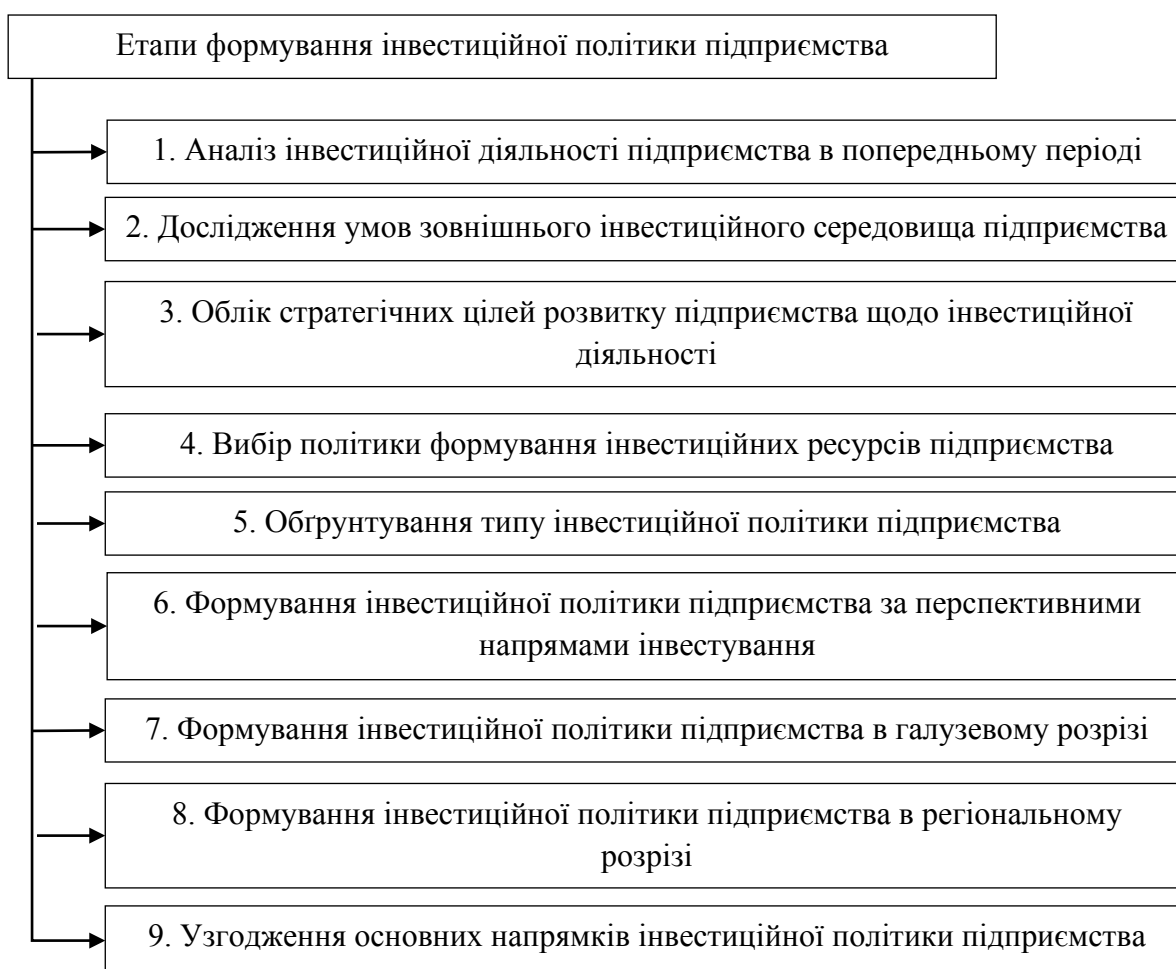


Рис. 1. Етапи формування інвестиційної політики підприємства [3]

Оцінка розпочинається з вивчення загального обсягу інвестицій на підприємстві, а також динаміки даного показника в порівнянні з динамікою розвитку сукупної суми операційних активів, обсягу реалізації продукції та власного капіталу. Потім проводиться аналіз окремих напрямків інвестиційної діяльності підприємства, в тому числі його фінансового та реального інвестування. Обчислюється питома вага кожного інвестиційного спрямування та аналізується їх ефективність і роль у розвитку підприємства. Крім цього, на даному етапі також розглядається рівень диверсифікації інвестиційної діяльності підприємства в регіональному та галузевому розрізах. Другий етап формування інвестиційної політики на підприємстві передбачає дослідження й урахування специфічних умов зовнішнього середовища щодо здійснення інвестиційної діяльності та кон'юнктури інвестиційного ринку. На третьому етапі відбувається аналіз ступеня відповідності інвестиційної діяльності підприємства його стратегічним цілям розвитку. Четвертий етап полягає в обґрунтуванні типу політики за програмними цілями вкладення фінансових ресурсів з урахуванням ризикових переваг. П'ятий етап пов'язаний з формуванням інвестиційної політики підприємства за основними напрямками інвестування, тобто з визначенням співвідношення обсягів реального та фінансового інвестування. На шостому етапі відбувається формування інвестиційної політики в галузевому розрізі, тобто необхідно обґрунтувати галузеву

спрямованість інвестицій. Сьомий етап полягає у формуванні інвестиційної політики підприємства в регіональному розрізі. На останньому, завершальному етапі розробки відбувається взаємоузгодження основних напрямків інвестиційної політики підприємства.

При великих обсягах інвестиційної діяльності підприємства його інвестиційна політика диференціюється в розрізі реального та фінансового інвестування. Перспективами подальших наукових досліджень доцільним є аналіз внутрішніх та зовнішніх факторів впливу на розробку інвестиційної політики підприємства.

Список використаних джерел:

1. Гринько Т.В., Пасека Д.В. Фактори підвищення ефективності діяльності підприємства. *Економіка і менеджмент-2013: перспективи інтеграції та інноваційного розвитку: Збірник наукових праць Міжнародної науково-практичної конференції: у 6 томах* (м. Дніпропетровськ, 24-25 квітня 2014 р.). Дніпропетровськ: Біла К.О., 2014. Т. 4. С. 103-105.
2. Гринько Т.В. Формирование механизма инновационного развития предприятия. *Инвестиції: практика та досвід*, 2011. №7. Квітень. С. 18-22.
3. Гриценко Л. Л. Принципи формування державної інвестиційної політики в сучасному економічному середовищі держави. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2011. № 5 (50). С. 52-56.

Лихачевська А. Ю.

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара (Україна)

**СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ
АВТОМОБІЛЬНИХ ШИН**

Глобальні кризові явища призвели світову індустрію до стану турбулентності, «потрясіння на різних ринках стають дедалі частішими, це являє собою так звану нову нормальність» [1]. В таких умовах пошук бізнесу, на який не надто впливають кризові явища, стає актуальним завданням. Одним з таких видів бізнесу є виробництво та реалізація автошин, оскільки попит на цей товар залежить від кількості автотранспорту, який в нашій країні постійно зростає. Але, на сьогодні не в повній мірі дослідженими залишаються проблеми виходу на ринок нових підприємств з виробництва та продажу автомобільних шин, що обумовлює актуальність наукових досліджень в цьому напрямку, зокрема, стану та перспектив розвитку даного ринкового сегменту.

На вітчизняному ринку шин споживачеві пропонується широкий асортимент продукції. В Україні активно представлені практично усі світові лідери з виробництва шин, які є відомими брендами, в тому числі: Nokian, Continental, Goodyear, Hankook, Michelin, Nexen та інші. Вітчизняні виробники представлені компаніями Rosava і «Дніпрошина», але їх частка на ринку автомобільних шин складає не більше 10–15% як у натуральному, так і в грошовому вимірі. Основні країни-імпортери шин на український ринок – це Білорусь, Польща, Китай та Корея. При цьому, в цілях заощадження коштів і зниження витрат на обслуговування автомобілів українські автомобілісти все частіше купують вживані шини, так як різниця в ціні іноді є колосальною, і може складати до 80% [2].