

обеспечение автоматизации деятельности гостиницы;
принятие на работу и подготовка высококвалифицированного обслуживающего персонала;
стимулирование работы сотрудников предприятия путем улучшения условий труда и установления более высокой заработной платы;
постоянный контроль за эффективностью деятельности гостиницы, координация работы всех его подразделений;
постоянный поиск и освоение новых рынков;
определение конкретных целей развития гостиницы;
выявление приоритетности целей гостиницы, их очередности и последовательности решений;
разработка стратегии развития гостиницы и системы мер по ее реализации;
поиск источников ресурсов, необходимых для обеспечения реализации стратегии развития;
контроль за выполнением поставленных задач.

Таким образом, под управлением гостиницей следует понимать отдельный вид профессиональной деятельности, который направлен на эффективную реализацию методов и функций управления с целью обеспечения эффективного функционирования гостиницы. При этом эффективность управления предприятием индустрии гостеприимства в рыночных условиях можно определить как степень достижения в ходе хозяйственной деятельности гостиницы намеченной цели путем рационального использования материальных, трудовых и других ресурсов с применением принципов, функций и методов управления предприятием.

Литература

1. Янкевич В.С. *Маркетинг в гостиничной индустрии и туризме* / В.С. Янкевич, Н.Л. Безрукова. - М.: Финансы и статистика, 2007. – 371 с.
2. Балабанова Л.В. *Управління маркетинговим потенціалом підприємства* / Л.В. Балабанова. - Донецьк : ДонДУЕТ, 2005. — 144 с.
3. Нечаюк Л.І. *Готельно-ресторанний бізнес: менеджмент: навч. посіб.* / Л.І. Нечаюк, Н.О. Нечаюк. – К.: Центр навч. л-ри, 2006. – 348 с.
4. *Количество гостиниц в Украине за 2 года выросло на 114%* : [Электронный ресурс] - Режим доступа: <http://finance.obozrevatel.com/business-and-finance/14528-kolichestvo-gostinits-v-ukraine-za-2-goda-vyiroslo-na-114.htm>.
5. *Понятие управления гостиничным комплексом и его составляющие*. [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://4tyr.com/biznes-gostinitsa-hotel/39-ponyatie-upravleniya-gostinichnym-kompleksom-i-ego-sostavlyayuschie.html>

330.322.01

*Жувагіна І.О., к.е.н.,
Первомайський політехнічний інститут
Національного університету кораблебудування імені адмірала Макарова*

**ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПІДПРИЄМСТВА
РОЗДРІБНОЇ ТОРГІВЛІ**

Для аналізу умов раціонального використання інвестицій в економічній науці та практиці застосовують категорію інвестиційного потенціалу. Це узагальнена характеристика сукупності економічних та соціальних передумов, які визначають привабливість і доцільність інвестування в ту чи іншу господарську систему.

У зв'язку з цим особливої актуальності набуває проблема забезпечення підприємств відповідною теоретичною базою і методичними рекомендаціями, які б дозволили здійснювати оцінку їх інвестиційних можливостей і розробляти шляхи ефективної реалізації інвестиційної стратегії на основі визначення основоположних чинників, що здійснюють безпосередній вплив на формування потенціалу підприємства [1].

Проблемами в галузі формування та оцінки інвестиційного потенціалу займалися провідні відомі науковці, такі як: Ващенко Н.В., Гришко В.А., Ємельянова О.Ю., Краснокутська Н.С., Новосолова З.К., Тумусов Ф.С., Чорна М.В. та ін.

Проте, наявні в літературі підходи до характеристики факторів формування інвестиційного потенціалу та їх впливу на основні його підсистеми досить різноманітні і на даний момент єдиної систематизованої класифікації чинників не існує.

Метою дослідження є визначення спектру чинників впливу на формування інвестиційного потенціалу підприємств; здійснення класифікації та доповнення її у відповідності до визначеної галузевої приналежності.

Досягнення поставленої мети зумовлює потребу вирішення таких основних завдань: дослідити та класифікувати чинники впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібною торгівлі шляхом упорядкування існуючих ознак і доповнення новими, що притаманні підприємствам торгівлі, а саме: за галузевим впливом та за впливом на складові потенціалу, відповідно до загальної стратегії розвитку підприємства.

Різноманіття чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі є настільки великим, що підприємство, яке не встигає реагувати на них, ризикує втратити свої конкурентні позиції, через не реалізацію інвестиційного потенціалу. Під чинниками розуміють ті рушійні сили й інструменти дії, які формують потенціал підприємства [2].

Підбиваючи підсумки проведеного огляду існуючих у науковій літературі підходів до класифікації факторів впливу, можна зазначити наступне [5]:

- більшість публікацій та розробок присвячені дослідженню чинників впливу на інвестиційний потенціал промислових підприємств, тобто майже відсутні розробки з цього напрямку відносно інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі;

- майже відсутні комплексні дослідження класифікації ознак впливу на інвестиційний потенціал підприємств. Більшість досліджень орієнтовані на окремі сфери управління інвестиційним потенціалом.

У зв'язку з цим, пропонується систематизувати існуючі класифікаційні ознаки чинників впливу на інвестиційний потенціал та доповнити їх власними відповідно до мети та завдань дослідження.

Оскільки об'єктом дослідження є інвестиційний потенціал підприємства торгівлі, то відповідно до цього важливо врахувати вплив специфічних галузевих факторів, що характерні лише для підприємств торгівлі. Тому пропонується виділити наступну класифікаційну ознаку «за галузевим впливом», відповідно до якої розрізняти загальні чинники, що впливають на інвестиційний потенціал усіх підприємств та галузеві чинники, що властиві лише певній галузі, у нашому випадку торгівлі. Враховуючи те, що інвестиційний потенціал є комплексною складовою потенціалу підприємства, пропонується виокремлювати чинники, що впливають на ці складові, а саме чинники що впливають на інвестиційно-фінансову підсистему (наявні інвестиційні ресурси), чинники, що впливають на результуючу підсистему (можливість залучення інвестиційних ресурсів) та чинники, що впливають на управлінську підсистему (здатності та компетенції у сфері формування та використання інвестиційних ресурсів підприємства торгівлі) [3].

Виходячи з цього, найбільш доцільним є поділ усіх чинників за сферою впливу, відповідно до якої їх можна класифікувати на зовнішні й внутрішні (табл. 1).

Серед зовнішніх чинників, що впливають на стан наявних інвестиційних ресурсів слід виокремити рівень інфляції та податкову політику держави [9]. Оскільки, інфляція знижує купівельну спроможність накопичених інвестиційних ресурсів, що збільшує потребу в них для задоволення інвестиційних потреб. Податкова політика визначає порядок формування прибутку та розмір податку на прибуток, що впливає на розмір інвестиційних ресурсів, що формується з власних джерел.

Серед внутрішніх чинників, що впливають на стан наявних інвестиційних ресурсів, можна виділити обрану політику розподілу прибутку, амортизаційну політику, прибутковість діяльності [8]. Обрана політика розподілу прибутку на підприємстві торгівлі визначає частку чистого прибутку, яка залишається у розпорядженні підприємства на інвестиційні цілі, тобто безпосередньо формує інвестиційний потенціал. Діюча амортизаційна політика визначає час та напрями використання амортизаційних відрахувань на інвестиційні цілі. Прибутковість діяльності впливає на збільшення розміру нерозподіленого прибутку, що залишається у розпорядженні підприємства, або зменшення його розміру через зазначені збитки, що відповідно знижує інвестиційний потенціал підприємства торгівлі.

Серед зовнішніх чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу через створення можливостей залучення інвестиційних ресурсів слід відзначити стан розвитку економіки, політичну стабільність, розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій, облікову політику НБУ, розвиненість ринку фінансових посередників [4].

Стан розвитку економіки визначає загальні умови функціонування усіх суб'єктів господарювання. У період піднесення поживаються усі економічні процеси, зростають доходи як громадян, а і відповідно підприємств торгівлі, що впливає на розмір прибутку, який отримується. У період спаду або кризи відбуваються зворотні процеси, які також чинять вплив і на діяльність усіх контрагентів підприємства торгівлі, зокрема фінансових інституцій.

Таблиця 1

Систематизація основних чинників впливу на складові інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі

Складові інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі	Чинники впливу на інвестиційний потенціал підприємства	
	Зовнішні	Внутрішні
Інвестиційно-фінансова підсистема (ресурси)	Рівень інфляції Податкова політика	Політика розподілу прибутку Амортизаційна політика Прибутковість діяльності
Результуюча підсистема	Стан розвитку економіки Політична стабільність Доходи населення Розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій Облікова політика НБУ Розвиненість ринку фінансових посередників	Стадія життєвого циклу підприємства торгівлі Організаційно-правова форма підприємства Форма власності Розмір підприємства Обсяг діяльності Фінансовий стан Структура активів Наявність кредитної історії Кредитний рейтинг
Управлінська підсистема (компетенції)	Стан ринку праці Розвиток системи освіти	Особистісні складові управлінського персоналу Налагоджені ділові стосунки з фінансовими інституціями Наявність неформальних зв'язків Ділова репутация (імідж)

* Розроблено автором

Нестабільність політичної ситуації в державі може призвести до зміни умов господарювання. До числа основних політичних чинників, що впливають на формування інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі можна віднести зниження притоку капіталу з-за кордону та підвищення позикових ставок через існування політичних ризиків, які в Україні тісно пов'язані із економічними.

Розвиненість банківського сектору та інших фінансових інституцій проявляється, перш за все, у кількості конкуруючих на ринку між собою фінансових агентів, які визначають розміри та умови надання кредитів та позик.

Облікова політика Національного банку України регулює розмір позикових ставок, що визначають умови отримання позик. У періоди кризи та депресії дії НБУ мають бути спрямовані на їх зниження, та навпаки у період зростання на підвищення.

Розвиненість ринку фінансових посередників більш актуальна для тих підприємств торгівлі, які бажають вийти на ринок міжнародних позик. Хоча фінансові посередники можуть надавати допомогу у здійсненні внутрішніх запозичень, наприклад у випадку облігаційних позик.

Серед внутрішніх чинників, що впливають на можливість отримання кредитів та позик для формування інвестиційних ресурсів підприємства торгівлі можна відзначити такі: стадія життєвого циклу підприємства торгівлі, форма власності підприємства, організаційно-правова форма підприємства, розмір підприємства, обсяг діяльності підприємства, фінансовий стан, структура активів, наявність кредитної історії, поточний кредитний рейтинг [7].

Форма власності підприємства торгівлі вирізняє різні можливості доступу до джерел формування інвестиційних ресурсів. Зокрема підприємства торгівлі державної форми власності мають можливості доступу для отримання державного фінансування, що неможливо для підприємств торгівлі інших форм власності. Підприємства торгівлі колективних форм власності отримують можливості залучення інвестиційних ресурсів за рахунок внесення коштів численних їх власників. У свою чергу організаційно-правова форма більш повно конкретизує можливості залучення інвестиційних ресурсів підприємств торгівлі колективних форм власності. Зокрема, підприємства торгівлі, організовані як акціонерні товариства, мають можливість залучати інвестиційні ресурси через випуск акцій. Варто відзначити, що якщо підприємство торгівлі є учасником певного об'єднання підприємств, воно має можливість залучити інвестиційні ресурси з головної материнської структури цього об'єднання, що потенційно підвищує його інвестиційний потенціал.

Стадія життєвого циклу підприємства також характеризує різні можливості залучення інвестиційних ресурсів. Наприклад, якщо підприємство торгівлі, яке знаходиться на початковій стадії свого життєвого

циклу, воно матиме менше можливостей використання різних методів фінансування своїх інвестиційних потреб, а, отже, й знижує інвестиційний потенціал торговельного підприємства.

Розмір підприємства торгівлі визначається розміром торговельних площ, що є у даний період часу у використанні. Більші розміри визначають більші можливості щодо отримання доходів, а так і можливості повернути позичені кошти, а отже є тим чинником, що сприяє отриманню позикових інвестиційних ресурсів, та потенційно сприяє зростанню інвестиційного потенціалу.

Фінансовий стан підприємства торгівлі безпосередньо визначає можливості формування власних інвестиційних ресурсів у процесі своєї господарської діяльності та опосередковано впливає на рішення кредиторів щодо надання позик, а, отже, є визначальним чинником, який формує інвестиційний потенціал підприємства.

На формування інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі також чинить вплив й структура активів, що визначає специфіка торговельної діяльності, яка обумовлена, перш за все, особливостями торговельно-технологічного процесу.

Опосередковано на залучення позикових джерел інвестиційних ресурсів впливає наявна конкурентна позиція підприємства торгівлі на певному локальному ринку. Чим вона вище, тим більше вірогідність отримання позики. Якщо для підприємства торгівлі складають кредитні рейтинги і вони є позитивними значно зростає вірогідність отримати нові позики на більш вигідних умовах.

Третьою складовою інвестиційного потенціалу підприємства торгівлі є здібності та компетенції, носієм яких переважно є кадровий потенціал [9]. Серед зовнішніх чинників на макрорівні, що чинять вплив на здібності та компетенції відносно інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі, є стан та кон'юнктура на ринку праці та розвиток системи освіти у країні.

Стан та кон'юнктура на ринку праці у період економічного піднесення може визначати підвищений попит на фахівців у галузі фінансового та інвестиційного менеджменту означатиме, що найбільш кваліфіковані будуть працевлаштовані у найбільш успішних підприємствах, а ті хто знаходиться у стані пошуку роботи ще не мають такого високого рівня компетенцій, що потребуватиме певного часу для їх здобуття у процесі практичної роботи. Навпаки, у період кризи, коли відбуваються скорочення вірогідність знайти фахівця з необхідними компетенціями (знанням, досвідом, діловими зв'язками) стає значно більшою. Розвиток системи освіти у галузі фінансів та інвестиційного менеджменту визначає розробку, існування та актуалізацію певних стандартів освіти для надання відповідних знань та навиків майбутнім фахівцям, а також підвищення кваліфікації різним спеціалістам. Чим ефективніше буде працювати система освіти, тим більш кваліфіковані кадри, як носії здібностей та компетенцій, будуть працювати в галузі.

Серед внутрішніх чинників що впливають на здібності та компетенції є, насамперед, особистісні складові персоналу, налагоджені ділові стосунки з фінансовими інституціями [10].

Серед особистісних складових персоналу, що бере участь у процесах формування інвестиційного потенціалу можна виокремити такі: комунікативні якості, психофізіологічні характеристики, здібності до інновацій, інтелектуальні здібності, соціально-демографічні характеристики, здібності до творчості, професіоналізм працівника. Чим більше розвинені ці особистісні складові, тим більше успіху у залученні інвестиційних ресурсів буде у діях відповідального за ці процеси працівника.

У процесі своєї діяльності підприємство торгівлі має безліч ділових стосунків із множиною контрагентів, серед яких обов'язково є банківські та інші фінансові інститути. Якщо протягом тривалого періоду налагоджені взаємовигідні відносини, то у такому випадку значно спрощується задача залучення позикових джерел інвестиційних ресурсів.

Безперечним є вплив на інвестиційний потенціал підприємства торгівлі такого нематеріального чинника як ділова репутація [11]. Якщо підприємство торгівлі зарекомендувало себе відповідальним, надійним партнером перед своїми контрагентами (постачальниками, покупцями, кредиторами тощо), має позитивну кредитну історію, то йому простіше буде отримувати нові позики, тим самим збільшуючи наявний інвестиційний потенціал.

Базуючись на запропонованій класифікації чинників, було проведено аналіз їх впливу на інвестиційний потенціал мережних підприємств роздрібно торгівлі за 2008-2012рр. Результати аналізу показників зовнішніх чинників загального впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібно торгівлі засвідчили, що інвестиційно-фінансова складова зазнала негативного впливу через зростання інфляції та рівня податкового навантаження. Вплив зовнішніх чинників на можливості розвитку інвестиційного потенціалу протягом досліджуваного періоду цілком залежав від розвитку економіки. Результати аналізу показників зовнішніх чинників галузевого впливу на інвестиційний потенціал

підприємств роздрібною торгівлі загалом повторювали ті ж тенденції, що й чинників загального впливу, значно скорочуючи можливості розвитку інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі з початком 2008 р. та певним поліпшенням ситуації у першому півріччі 2011 р.

У результаті дослідження внутрішніх чинників впливу на інвестиційний потенціал підприємств роздрібною торгівлі доведено, що вони формуються під дією зовнішніх. Як результат впливу фінансової кризи – збитковість роздрібною торгівлі протягом 2008 – 1 півріччя 2011 р., наслідком чого стало зниження інвестиційного потенціалу та збільшення ступеня зносу основних засобів. Відмова у період фінансової кризи великими підприємствами роздрібною торгівлі виконувати свої фінансові зобов'язання перед фінансовими інституціями знизило довіру потенційних інвесторів, зробило більш жорсткими умови отримання кредитів, що негативно відбилося на можливості зростання інвестиційного потенціалу підприємств галузі.

Наведена сукупність факторів вносить різноспрямований вплив на складові інвестиційного потенціалу підприємств торгівлі, що необхідно враховувати під час його формування та реалізації основоположної стратегії розвитку вітчизняного ритейлу.

Література

1. Ващенко Н.В. Теоретичні основи формування потенціалу підприємства / Н.В. Ващенко, М.В. Михайленко // Торговля і ринок України: темат. зб. наук. праць. – Донецьк : ДонНУЕТ, 2011. – Вип. 31, Т. 2. – С. 31-36.
2. Гришко В.А. Місце та роль інвестиційно-інноваційного складника в загальному економічному потенціалі підприємства / В.А. Гришко // Науковий вісник НЛТУ України, 2010. – Вип. 20(6). – С. 185-191.
3. Жувагіна І.О. Концептуальна модель оцінки інвестиційного потенціалу підприємств роздрібною торгівлі / І.О. Жувагіна // Схід, 2011. – С. 24-30.
4. Краснокутська Н.С. Процесний підхід до формування потенціалу торговельних підприємств / Н.С. Краснокутська // Вісник ДонНУЕТ. – Донецьк, 2009. – №4. – С. 117-124.
5. Ємельянов О.Ю. Інформаційне забезпечення аналізу інвестиційного потенціалу галузей економіки / О.Ю. Ємельянов // Вісник НУ «Львівська політехніка». – Львів: Національний університет «Львівська політехніка». – 2003. – С. 66-72.
6. Новоселова З.К. Формирование и устойчивое наполнение инвестиционного потенциала предприятий (на примере строительно-коммунальных структур): дисс. канд. экон. наук: 08.00.05 / З.К. Новоселова. – Новосибирск, 2002. – 193 с.
7. Тумусов Ф.С. Стратегия формирования и реализации инвестиционного потенциала региона : монография / Ф.С. Тумусов – М.: РАГС, 1995. – 270 с.
8. Цурелин А.В. Формирование и реализация инвестиционного потенциала предпринимательства в сфере производства : автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 / Российская академия государственной службы при Президенте Российской Федерации / А.В. Цурелин – М. : 2007. – 21 с.
9. Черная М.В. Влияние внешней среды на развитие инвестиционного потенциала торговых предприятий / М.В. Черная, Л.И. Безгинова, И.О. Жувагіна // Региональное развитие в инновационных условиях. – Санкт-Петербург, Россия : ИНЖСКОН. – 320 с.
10. Belli Pedro, Anderson Jock R., Barnum Howard N. Economic Analysis of Investment Operations: Analytical Tools and Practical Applications / World Bank Institute. – Washington, D.C. : World Bank, 2001. – 264 p.
11. Thompson A.A., Strickland A.J. Crafting and Implementing Strategy: Text and Readings. – Boston: Irwin, 1995. – 640p.

Рецензент д.е.н., професор М.В. Чорна

631.162

*Скрипник Г.О., к.е.н., доцент,
Національний університет біоресурсів і природокористування України*

УПРАВЛІННЯ ФІНАНСОВИМИ РЕСУРСАМИ АГРАРНОГО ПІДПРИЄМСТВА

Ефективність функціонування сільськогосподарських підприємств, підвищення їх конкурентоспроможності, темпи їх розвитку значною мірою визначаються рівнем управління фінансовими ресурсами. Тому одним із найважливіших напрямків фінансової політики цих підприємств на сучасному етапі є формування стратегії формування фінансових ресурсів, яка повинна бути спрямована на забезпечення зростання прибутку, мінімізацію фінансових ризиків, забезпечення необхідної ліквідності. Вирішення цих питань у період розвитку ринкових відносин є однією із важливих умов діяльності аграрних