

УДК 330.32

Пріб К. А.,

д.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту,
Інститут підготовки кадрів державної служби
зайнятості України, м. Київ

ІНВЕСТИЦІЙНА СКЛАДОВА УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ПІДПРИЄМСТВА

В статті визначено місце і роль інвестиційної складової в управлінні розвитком підприємства, запропоновано підходи до формування і реалізації інвестиційної стратегії господарюючого суб'єкта. Обґрунтовано, що інвестиційна стратегія підприємства визначає характер його інвестиційної діяльності, обсяги і напрями вкладення капіталу, формує склад і структуру інвестиційного портфеля. Показано, що інвестиційна стратегія є функціональною частиною загальної корпоративної стратегії та складається з низки приватних стратегій. Приватні інвестиційні стратегії, в свою чергу, є функціональними частинами окремих бізнес-стратегій господарських сегментів підприємства.

Ключові слова: інвестиції, управління, розвиток, підприємство, стратегія, інвестиційний портфель.

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СОСТАВЛЯЮЩАЯ УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ПРЕДПРИЯТИЯ

Пріб Е. А.

В статье определено место и роль инвестиционной составляющей в управлении развитием предприятия, предложены подходы к формированию и реализации инвестиционной стратегии хозяйствующего субъекта. Обосновано, что инвестиционная стратегия предприятия определяет характер его инвестиционной деятельности, объемы и направления вложения капитала, формирует состав и структуру инвестиционного портфеля. Показано, что инвестиционная стратегия является функциональной частью общей корпоративной стратегии и состоит из ряда частных стратегий. Частные инвестиционные стратегии, в свою очередь, являются функциональными частями отдельных бизнес-стратегий хозяйственных сегментов предприятия.

Ключевые слова: инвестиции, управление, развитие, предприятие, стратегия, инвестиционный портфель.

THE INVESTMENT COMPONENT OF ENTERPRISE DEVELOPMENT MANAGEMENT

Prib K.

In the article the place and role of the investment component in the management of enterprise development, proposed approaches to the formation and implementation of investment strategies entity. Proved that the investment strategy of the enterprise determines the nature of its

investment, the volume and direction of investment, and forms the structure of the investment portfolio. It is shown that the investment strategy is a functional part of the overall corporate strategy and consists of a number of private strategies. Private investment strategies, in turn, is a functional part of a larger business strategies business segments of the company. They are interrelated, interdependent and complementary than themselves to attract investment and allocation of resources. Direction of investment strategies depend on the types of general and business strategies are implemented now. The main objectives of the implementation of investment strategies include: providing innovation and investment development company; optimize the weighted average cost of capital; maximum use of financial leverage effect; optimization of the ownership structure; the level of capitalization; providing strong competitive positions in the investment market; reduce investment risks; effective use of investment resources; financial stabilization of the enterprise and so on.

Keywords: *investment, management, development, enterprise, strategy, the investment portfolio.*

Постановка проблеми. Ефективне управління розвитком підприємства в сучасних умовах можливе лише на основі розробки і реалізації стратегічного плану, що охоплює усі сторони життєдіяльності господарюючого суб'єкта – маркетинг, виробництво, кадри, фінанси, інновації тощо. Проте, в основі стратегії має лежати інвестиційна складова, оскільки саме інвестиції утворюють фундамент майбутнього розвитку та визначають його загальний вектор. Тому визначення місця і ролі інвестиційної стратегії у загальній системі управління розвитком підприємства, формування підходів до її розробки і практичних механізмів реалізації залишається актуальною проблемою менеджменту господарюючих суб'єктів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Засади управління розвитком підприємства, у тому числі й на основі розробки і реалізації стратегічного плану, досить широко висвітлені у науковій літературі та активно вивчаються вітчизняними і зарубіжними вченими-економістами В. М. Андрієнком, С. Ф. Большенко, Д. О. Горєловим, І. З. Должанським, І. М. Ягнюком та іншими [1–3]. Значна увага приділяється обґрунтуванню підходів до забезпечення ефективності інвестиційної діяльності та втіленню інвестиційних стратегій розвитку. Зокрема, у роботах Т. Є. Воронкової, О.М. Тридіда, В. Г. Федоренка, О. П. Шиша та інших [4–6] визначені задачі та сутність інвестиційної ідеології, обґрунтована система довгострокових цілей інвестування, запропоновані найбільш ефективні шляхи їх досягнення, розроблені підходи щодо забезпечення інноваційного напрямку інвестиційної діяльності тощо.

Водночас, у науковій літературі здебільшого панує підхід, за якого інвестиційну стратегію розглядають як відокремлений елемент в управлінні розвитком підприємства, при цьому її зв'язок з загальною корпоративною стратегією господарюючого суб'єкта або з бізнес-стратегіями відокремлених сегментів чи напрямів діяльності не висвітлюється або показується поверхнево. В практичному плані означений підхід ускладнює реалізацію загальної стратегії господарюючого суб'єкта, знижує ефективність інвестування та унеможливує повноцінний розвиток підприємства.

Виходячи з вищевикладеного, **метою** дослідження стало визначення місця і ролі

інвестиційної складової в управлінні розвитком підприємства та обґрунтуванні підходів до розробки і реалізації інвестиційної стратегії як частини загального стратегічного плану.

Основні результати дослідження. Розвиток підприємства в сучасному світі відбувається шляхом реалізації визначеної стратегії. Сам термін «стратегія» в економічній науці запозичений з військової справи. Він означає військове мистецтво, що вивчає закономірності війни та характер її перебігу, формулює теоретичні підвалини та практичні засади планування, підготовки і проведення масштабних військових операцій із задалегідь сформульованими стратегічними завданнями. Виходячи з вищевикладеного стратегічне управління підприємством можна розглядати як мистецтво, що вивчає закономірності розвитку економіки й характер перебігу соціально-економічних процесів та уможливує ефективне використання сукупності наукових знань для формування поведінки господарюючого суб'єкта на ринку, яка дозволить досягнути його задалегідь сформульованих стратегічних цілей.

Основною метою стратегічного управління підприємством є розробка і реалізації стратегії. Широковживаний термін стратегія і досі не має однозначного трактування. Здебільшого його розглядають [1–3] як: 1) певну систему організаційно-економічних заходів, спрямованих на досягнення перспективних орієнтирів діяльності та виконання стратегічних довгострокових цілей, з урахуванням потенційних можливостей підприємства та тенденцій зміни зовнішнього середовища; 2) генеральний напрямок розвитку підприємства; 3) ефективну ділову концепцію досягнення конкурентних переваг господарюючого суб'єкта; 4) план дій, що визначає пріоритети розв'язання проблем і ресурси для досягнення основної стратегічної мети.

Узагальнюючи вказані підходи під стратегією підприємства доцільно розуміти систематичний план його потенційної поведінки в умовах динамічного середовища, що включає визначення місії та довгострокових цілей, формулювання ключових правил прийняття управлінських рішень для найбільш повного використання сильних сторін і переваг, усунення слабких сторін та уникнення загроз зовнішнього середовища, а також ефективного використання ресурсів з метою досягнення у перспективі оптимального положення на ринку та забезпечення ключових індикаторів розвитку.

Весь процес формування і реалізації стратегії підприємства можна представити у вигляді послідовності наступних етапів:

- 1 етап. Формулювання місії та визначення цілей діяльності підприємства;
- 2 етап. Аналіз стану зовнішнього і внутрішнього середовища, оцінка потенціалу сегментів ринку та товаровиробника;
- 3 етап. Визначення перспективних бізнес-стратегій по окремих сегментах діяльності (продуктах чи видах виробництв);
- 4 етап. Аналіз альтернативних бізнес-стратегій та вибір найбільш оптимальної для кожного бізнес-сегменту;
- 5 етап. Формування загальної корпоративної стратегії, виділення відокремлених функціональних і операційних стратегій, підготовка узагальненого стратегічного плану;
- 6 етап. Реалізація загальної стратегії, у тому числі й в розрізі відокремлених бізнес-стратегій та функціональних складових;
- 7 етап. Контроль за реалізацією стратегії, поточне оцінювання її ефективності, за

потреби – подальша оптимізація.

Формування і реалізація стратегії підприємства здійснюється у розрізі видів діяльності (сегментів ринку) на різних рівнях управління. З цих причин в стратегічному управлінні прийнято розрізняти чотири ключових типа стратегій: загальна (корпоративна, портфельна), бізнес-стратегії (конкурентні, ділові стратегії), функціональні, операційні. Проте, останні зазвичай лише конкретизують поточні завдання функціональних та бізнес-стратегій, носять операційний характер і не відіграють вирішальної стратегічної ролі.

Загальна стратегія являє собою стратегію поведінки господарюючого суб'єкта в зовнішньому оточенні, висвітлює узагальнюючий напрям його розвитку. У разі, коли підприємство переважно займається одним видом діяльності його загальна стратегія має цілком збігатися із бізнес-стратегією єдиного виду діяльності. Водночас, у разі, коли підприємство здійснює декілька видів діяльності в його корпоративній стратегії узагальнюються і узгоджуються основні напрями розвитку, форми поведінки на різних сегментах ринку та правила прийняття управлінських рішень по різних напрямках господарської діяльності, що вміщені в окремих бізнес-стратегіях.

В свою чергу бізнес-стратегія – це стратегія діяльності в окремому бізнес-сегменті (напряму чи виду діяльності) підприємства, яка формується виходячи з перспективних можливостей його розвитку, що утворюються зовнішнім середовищем, та спроможності досягнути ключових параметрів такого розвитку, виходячи з потенціалу внутрішнього середовища. Зважаючи на те, що окремі сегменти ринку зазвичай характеризуються різними, а підчас і протилежними тенденціями, ємністю і потенціалом, бізнес-стратегії можуть суттєво відрізнятися між собою і ґрунтуватися на різних, у тому числі й протилежних, векторах комерційної поведінки господарюючого суб'єкта, а отже й підходах до реалізації інвестування.

Необхідно зазначити, що бізнес-стратегії у загальній системі стратегій підприємства зазвичай розробляються першими. Згодом їх об'єднують у загальну стратегію господарюючого суб'єкта. Водночас, у межах кожної бізнес-стратегії виділяють окремі функціональні аспекти (маркетингові питання, виробничі, фінансові тощо). Ці аспекти різних бізнес-стратегій поєднують у функціональні стратегії, які в свою чергу також формують загальну стратегію товаровиробника.

З вищевикладеного зрозуміло, що функціональні стратегії – це складові загальної та бізнес-стратегій, які висвітлюють окремі сторони їх реалізації та розробляються для кожного функціонального підрозділу підприємства. Вони визначають стратегічну орієнтацію функціональних підсистем управління.

Серед основних функціональних стратегій підприємств різних сфер економічної діяльності зазвичай виділяють маркетингову, виробничу, фінансову, інноваційну, кадрову, подеколи – екологічну, соціальну, стратегію організаційного розвитку й інші [1–3]. Значна когорта науковців у цьому переліку не відокремлюють інвестиційну функціональну стратегію, вважаючи її частиною то фінансової, то інноваційної стратегій. На нашу думку такий підхід абсолютно невиправданий. Адже саме інвестиційні проблеми є ключовим аспектом як для загальної стратегії підприємства, так і для відокремлених бізнес-стратегій. Тому доцільно не лише виділяти інвестиційну стратегію як відокремлену функціональну стратегію, а ще й відводити їй особливе місце у системі стратегій підприємства та ключову

роль в їх реалізації.

Оптимальний склад загальної стратегії підприємства та внутрішні взаємозв'язки між її окремими складовими наведено на рис. 1.

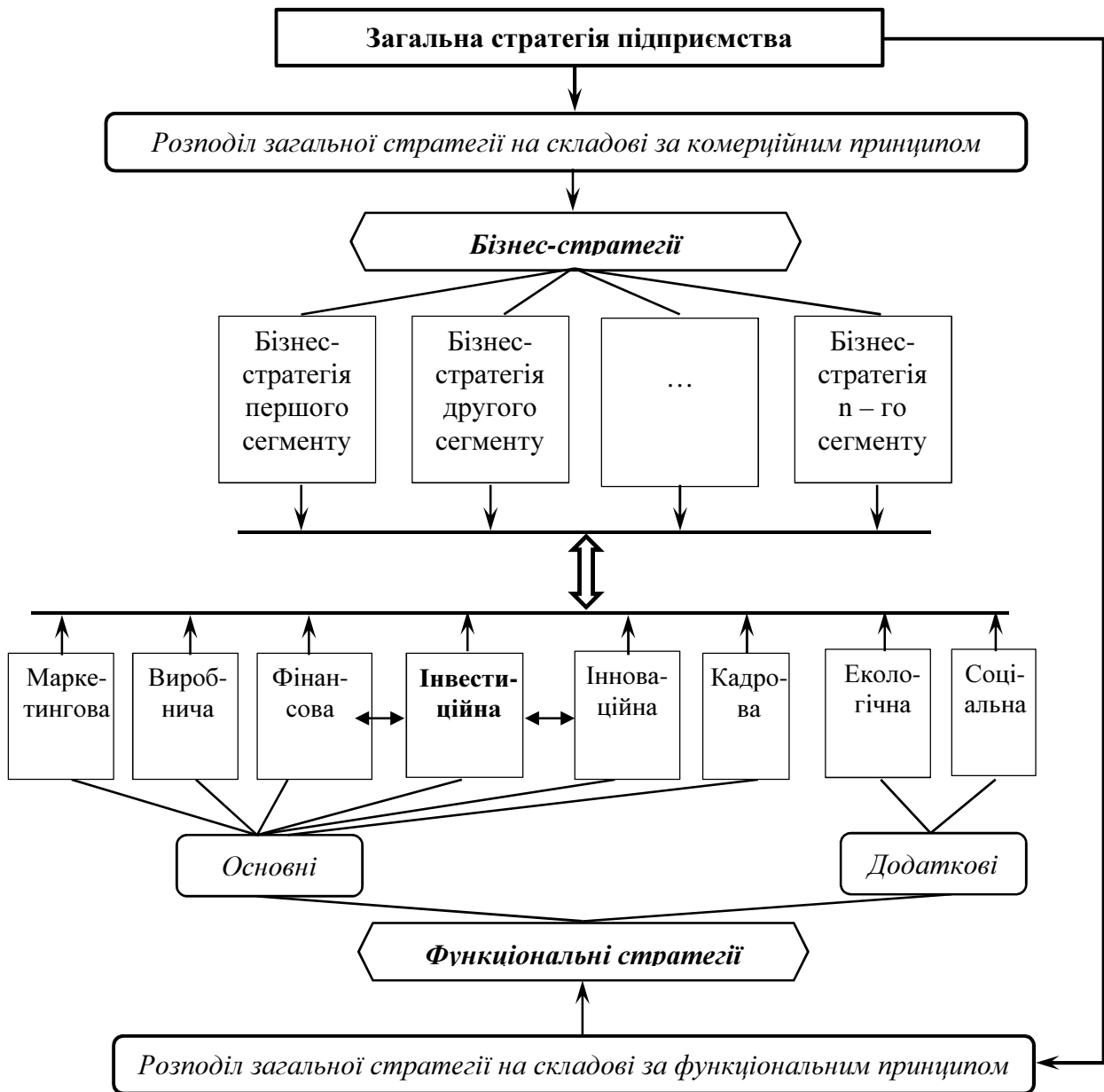


Рис. 1. Склад загальної стратегії підприємства та місце в ній інвестиційної стратегії

Інвестиційна стратегія у складі функціональних стратегій підприємства тісно взаємопов'язана з усіма іншими стратегіями, проте особливо міцним цей зв'язок є для фінансової та інноваційної стратегій, адже окремі питання у них взаємоузгоджуються. Якщо в інвестиційній стратегії вміщуються дані про вкладення коштів у розвиток нових проєктів, модернізацію, переоснащення, реконструкцію і капітальний ремонт виробничих потужностей, започаткування нових і розширення уже існуючих напрямів господарської діяльності, наводяться дані про джерела інвестицій, умови їх залучення, очікувану

ефективність використання тощо, то фінансова стратегія здебільшого розкриває питання загального руху грошових потоків як на довгострокові, так і на операційні цілі, плани-графіки платежів, обслуговування фінансових операцій тощо.

В свою чергу інноваційна стратегія висвітлює форми і напрями впровадження новітніх техніки і технологій, застосування ноу-хау, прогресивних інформаційних, управлінських й комунікаційних систем та загалом усієї сукупності інновацій, тоді як інвестиційна стратегія відображає загальні обсяги необхідних на ці цілі ресурсів, конкретизує джерела та умови їх залучення, вартість, очікувану ефективність тощо.

Інвестиційні стратегії окремих бізнес-сегментів визначають обсяги, склад і структуру інвестицій в окремі види господарської діяльності, продукти, відокремлені підрозділи. Якщо в структурі загальної корпоративної стратегії підприємства виокремлена екологічна функціональна стратегія, у ній необхідно визначити основні заходи з охорони навколишнього природного середовища, захисту земель, будівництва, реконструкції, модернізації чи капітального ремонту очисних споруд, удосконалення системи складування відходів чи розвитку виробництв, що базуються на їх переробці, тощо. У цьому разі в інвестиційній стратегії необхідно висвітлити узагальнений обсяг коштів, які необхідно залучити на реалізацію екологічних заходів, джерела їх покриття, взаємозв'язок з інвестиціями у виробничі інвестиційні проекти, показати очікувану віддачу тощо. У разі виокремлення соціальної стратегії в ній необхідно висвітлити заходи з розвитку соціальної сфери, інфраструктури, корпоративної культури підприємства тощо, а дані щодо інвестиційних потреб на їх реалізацію, джерела і умови залучення коштів, співвідношення соціальних інвестиційних проектів з виробничими, маркетинговими і кадровими тощо, потрібно внести до інвестиційної функціональної стратегії.

Таким чином, інвестиційна стратегія підприємства визначає характер його інвестиційної діяльності, обсяги і напрями вкладення капіталу, формує склад і структуру інвестиційного портфеля. Загальна інвестиційна стратегія складається з низки приватних стратегій, які одночасно є функціональними частинами окремих бізнес-стратегій господарських сегментів підприємства. Проте, ці приватні інвестиційні стратегії є взаємопов'язаними, взаємозалежними та взаємодоповнюючими щодо залучення і розподілу інвестиційних ресурсів.

Направленість інвестиційної стратегії, а також обсяги, структура, джерела фінансування інвестицій залежать від того, які саме види загальної та бізнес-стратегій реалізуються підприємством.

Так, основними видами бізнес-стратегій є: а) лідерство за витратами; б) диференціація товару чи ринку; в) фокусування (концентрація на певному сегменті) [1–2]. Першу з означених стратегій підприємство може реалізувати у випадках, коли воно здійснює масове виробництво і продаж стандартного продукту за цінами, нижчими від цін конкурентів. При цьому джерелом цінових переваг мають бути порівняно нижчі витрати виробництва і обігу із-за кращих умов господарювання. Реалізація стратегії лідерства за витратами може не потребувати додаткових інвестицій у разі, коли зниження витрат є результатом впливу природних чинників, або навпаки – потребувати вкладення коштів в утворення умов високоефективного виробництва у тих випадках, коли впливу природних чинників замало. Стратегія диференціації реалізується шляхом зміни окремих споживчих якостей товару, що

робить його відмінним від аналогічних товарів підприємств-конкурентів. Як правило, її реалізація потребує інвестицій, а подеколи й інновацій. Стратегія фокусування передбачає вузьку спеціалізацію виробництва на окремому сегменті ринку, групі покупців або групі продуктів. У разі, коли вказані сегменти і групи потребують продукту з особливими якостями, виникає необхідність в інвестиціях. У цьому разі бізнес-стратегія міститиме відповідну функціональну складову.

Подеколи бізнес-стратегії диференціюються іншим чином та виділяють: стратегії лідера, членжера, послідовника і фахівця. При цьому підприємства, що займають лідируючі позиції на ринку чи його сегментах, залежно від власного потенціалу й конкуренції на ринку можуть застосовувати декілька основних різновидів стратегій лідера щоб зберегти своє положення – розширення первинного попиту, оборонну, наступальну стратегію чи демаркетинг. Стратегія розширення первинного попиту може застосовуватися тими підприємствами, які започатковують виробництво і реалізацію нетрадиційних для споживача продуктів, й потребує значної інвестиційної підтримки на виробничі цілі, придбання техніки і технологій, розвиток реклами і загалом маркетингу, підготовку кадрів тощо. Тому інвестиційна функціональна стратегія у цьому випадку має бути вагомим складовою бізнес-стратегії лідера.

Оборонна стратегія застосовується з метою збереження уже завойованої частки ринку від атак конкурентів. Задля цього необхідні інвестиції у впровадження інновацій та техніко-технологічне удосконалення виробничих процесів з метою забезпечення високої якості товарів, розширення асортименту та зниження цін задля створення перешкод конкурентам. Отже, реалізація такої стратегії також передбачає доволі розширену інвестиційну складову.

На відміну від стратегій розширення первинного попиту та оборонної, наступальна стратегія може не потребувати значних за обсягами інвестицій, адже ґрунтується на реалізації уже сформованих у підприємства конкурентних переваг, зокрема на збільшенні обсягів виробництва на раніше впроваджених потужностях, розширенні частки ринку на основі використання «ефекту досвіду» та лідерства у витратах.

Стратегія демаркетингу також не потребує інвестицій, адже за умови її реалізації підприємство-лідер скорочує свою частку ринку через зниження обсягів виробництва і продажу товару, підвищення ціни, скорочення реклами тощо. Проте, у таких випадках частина раніше вкладеного у діяльність підприємства капіталу може поступово вивільнятися і виникає потреба у альтернативних інвестиціях. Так стратегія демаркетингу на одному сегменті ринку супроводжується стратегіями розширення діяльності на інших сегментах, а їх реалізація потребує запровадження інвестиційних функціональних компонентів.

Стратегія членжера характерна для тих підприємств, які намагаються досягнути першості на ринку, усунувши при цьому ринкового лідера. Зазвичай її реалізація потребує значних інвестицій у розвиток виробництва, маркетингу, кадрів й інших сторін життєдіяльності підприємства, тому інвестиційна складовою такої стратегії має бути досить ємною.

Стратегія послідовника притаманна тим аграрним підприємствам, які займають відносно невелику частку ринку і змушені адаптуватися до умов і правил поведінки, які утворюються та диктуються на ринку основними конкурентами. Тому інвестиційна складовою стратегії послідовника зазвичай значно менша, ніж лідера чи членжерів, та певною мірою

обумовлюється інвестиційною поведінкою останніх. Тобто, якщо основні конкуренти, особливо ті, що посідають позиції ринкових лідерів, активно вкладають кошти у розвиток виробництва, впровадження інновацій, використання прогресивних технологій тощо, то й послідовник змушений вкладати кошти по таких же напрямках розвитку. Якщо ж конкуренти не вкладають кошти у розвиток господарської діяльності, то й послідовнику немає потреби цього робити.

Стратегія фахівця, як і стратегія фокусування, ґрунтується на вузькій спеціалізації підприємства і може вимагати значних інвестицій у разі, коли на обраних сегментах ринку виникає потреба в особливих якостях товару.

Інвестиційні складові усіх наведених вище бізнес-стратегій стосуються виключно відокремлених виробництв чи напрямів діяльності підприємства. Тому у загальній корпоративній стратегії та її функціональній інвестиційній частині має здійснюватися їхнє узгодження за обсягами інвестицій, термінами реалізації інвестиційних проектів, джерелами залучення коштів, ефективністю тощо.

Поряд з тим, усі загальні корпоративні стратегії підприємств доцільно поділяти на стратегії: зростання; стабілізації (обмеженого зростання); скорочення; комбіновану. Найбільш розширеною і значимою інвестиційна функціональна стратегія має бути в тих підприємствах, які обрали загальну корпоративну стратегію зростання. Адже реалізація останньої потребує вкладення коштів в інтенсифікацію діяльності, розширення обсягів продажу, удосконалення товарів, а також може передбачати інтеграцію з іншими господарськими структурами як на вертикальній, так і на горизонтальній основі, диверсифікацію товару, ринку чи напрямів діяльності товаровиробника тощо. Реалізація стратегії стабілізації зазвичай потребує інвестицій значно меншою мірою, адже запроваджується для підтримування тих обсягів виробництва і реалізації, які були досягнуті у попередніх періодах. В свою чергу, не потребує інвестицій стратегія виживання, що реалізується в умовах фінансово-економічних криз, нестабільності на ринку і в соціумі та може передбачати або утримання зайнятої підприємством частки ринку або її скорочення.

Спрямованість інвестиційної стратегії залежить від особливостей інноваційної стратегії підприємства, яку можна поділити на наступальну, захисну, проникнення, конгломератну, стратегію реакції. В умовах реалізації наступальної стратегії інвестиції здійснюються у розробку цілком нових технічних і технологічних рішень щодо виробництва продуктів. Захисна інноваційна стратегія потребує вкладень у техніко-технологічні рішення, які б забезпечили збереження підприємством раніше досягнутих ринкових позицій. Стратегія проникнення вимагає вкладень у виробництво продукту з такими характеристиками чи властивостями, які б забезпечили йому вихід на нові ринки. Реалізація конгломератної інноваційної стратегії потребує комплексних інвестицій, а стратегія реакції – вкладень на повторення істотного технологічного прориву конкурентів.

Основні цілі, які може переслідувати підприємство у процесі реалізації власної інвестиційної стратегії, можуть полягати у наступному:

- забезпечення інноваційно-інвестиційного розвитку підприємства;
- оптимізація середньозваженої вартості капіталу;
- максимальне використання ефекту фінансового важеля з метою зростання прибутковості товаровиробника;

- удосконалення майнових відносин власності, забезпечення стабільних виплат доходів власників;
- зміцнення позицій власників, підвищення їх добробуту в результаті розвитку бізнесу;
- підвищення рівня капіталізації;
- забезпечення високих конкурентних позицій на інвестиційному та загалом фінансовому ринках;
- зниження рівня інвестиційних і фінансових ризиків діяльності підприємства;
- забезпечення максимально ефективного використання інвестиційних ресурсів;
- фінансова стабілізація стану підприємства та уникнення загрози банкрутства тощо.

Зважаючи на розмаїття бізнесу, розгалужену структуру національного господарства, специфіку функціонування його окремих сегментів практичні аспекти реалізації інвестиційних стратегій для конкретних господарюючих суб'єктів можуть істотно різнитися.

Висновок. Інвестиційна стратегія підприємства визначає характер його інвестиційної діяльності, обсяги і напрями вкладення капіталу, формує склад і структуру інвестиційного портфеля. Вона є функціональною частиною загальної корпоративної стратегії та складається з низки приватних стратегій, які в свою чергу є функціональними частинами окремих бізнес-стратегій господарських сегментів підприємства, взаємопов'язані, взаємозалежні та взаємодоповнюючі ніж собою щодо залучення і розподілу інвестиційних ресурсів. Направленість інвестиційної стратегії залежать від того, які саме види загальної та бізнес-стратегій реалізуються підприємством.

Перспективи подальших наукових розвідок у даному напрямку полягають в необхідності адаптації та удосконалення методичних підходів щодо визначення обсягів інвестицій, оптимізації строків їх реалізації та джерел фінансування в умовах впровадження різних корпоративних та бізнес-стратегій підприємств.

1. Горелов Д. О. *Стратегія підприємства* / Д. О. Горелов, С. Ф. Большенко. – Харків: Вид-во ХНАДУ, 2010.
2. *Стратегічне управління підприємствами реального сектору економіки: механізми, методи, моделі* : [моногр.] / [В. М. Андрієнко та ін.]. - Донецьк : ДонНУ, 2012.
3. Должанський І. З. *Стратегія управління діяльністю підприємств на основі збалансованої системи показників* : [моногр.] / І. З. Должанський, І. М. Ягнюк. – Макіївка : Купріянов В. С., 2012.
4. *Стратегія інноваційного розвитку сучасного підприємства* : [моногр.] / [В. Г. Федоренко та ін.] ; за ред. В. Г. Федоренка, Т. Є. Воронкової. – К. : ДКС центр, 2014.
5. Тридід О. М. *Розробка інвестиційної стратегії підприємства як напрям забезпечення його інвестиційної привабливості* / О. М. Тридід // *Управління проектами та розвиток виробництва: Зб.наук.пр.* – Луганськ: вид-во СНУ ім. В.Даля, 2011. – № 1(37).
6. Шии О. П. *Сутність та значення інвестиційної стратегії в діяльності підприємства* [Електронний ресурс] // *Наукові конференції. Соціум. Наука. Культура.*: [сайт] / О. П. Шии. – Режим доступу: <http://intkonf.org/shish-op-sutnist-ta-znachennya-investitsiynoyi-strategiyi-v-diyalnosti-pidpriemstva/>.