

відносяться акти прийому-передачі, договори оренди, інвентарні картки на об'єкти. Також необхідно перевірити наявність та правильність оформлення реєстрів аналітичного обліку, серед яких типова форма ОЗ-6 «Інвентарна картка обліку основних засобів», ОЗ-7 «Опис інвентарних карток з обліку основних засобів», ОЗ-8 «Картка обліку руху основних засобів». Безпосередньо при проведенні інвентаризації необхідно у письмовому вигляді оформити розписки, які підтверджують передачу у бухгалтерію усіх прибуткових на видаткових документів на об'єкти основних засобів, їх оприбуткування та вибуття. Наступним кроком є встановлення фактичної наявності основних засобів та оцінка придатності основних засобів у експлуатації та заповнення інвентаризаційного опису. У кінці інвентаризації необхідно перевірити описи і відобразити кількісні та цінові показники по даним бухгалтерського обліку. Якщо була виявлена нестача, необхідно скласти звіряльну відомість результатів інвентаризації основних засобів, оформити протокол засідання інвентаризаційної комісії та затвердити його. На підставі звіряльної відомості та протоколу відображаються інвентаризаційні різниці в обліку підприємства. [2, с. 17-18].

*Список використаних джерел:*

1. Бухгалтерський словник / за ред.. Ф. Ф. Бутинця. – Житомир : ПП «Рута», 2001. – 224 с.
2. Власова М. Інвентаризація основних засобів / М. Власова // Баланс. – 2019. - №12. – с. 17-18.

**Шандалюк І.О.**, студентка  
**Науковий керівник: Костриченко В.М.**,  
к.е.н., доцент, Національний університет водного  
господарства та природокористування  
м. Рівне, Україна

## **ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ АСОРТИМЕНТНОЇ ПОЛІТИКИ**

**Асортиментна політика** - діяльність, пов'язана з плануванням і здійсненням сукупності заходів і стратегій по формуванню конкурентних переваг через реалізацію концепції позиціонування з метою забезпечення відповідного прибутку підприємства.[1]

Важливим елементом асортиментної політики є своєчасне внесення в асортиментну карту змін, які базуються на врахуванні споживчої цінності товару і розширюють коло його можливих покупців.

На основі вивчення ринку і перспектив його розвитку підприємство отримує вихідну інформацію для вирішення питань, пов'язаних з формуванням, плануванням асортименту і його вдосконаленням.

Асортиментна політика передбачає:

- визначення реальних і перспективних потреб у товарах;
- розрахунок основних показників асортименту і оцінку його раціональності;

- виявлення джерел товарних ресурсів, необхідних для формування раціонального асортименту;
- оцінку можливостей організації для освоєння виробництва окремих товарів;
- вибір і обґрунтування напрямків формування асортименту [2]

Формування асортиментної політики можна вважати домінуючим елементом внутрішнього управління. Від правильності прийнятих рішень щодо формування асортиментної політики багато в чому залежить майбутнє функціонування і розвиток підприємства.

Вибір методів формування товарної політики підприємства повинен спиратися на певну сукупність методологічних принципів, реалізація яких дозволяє забезпечити формування оптимального товарного портфелю [3]. С.І.Генова серед таких принципів виділяє наступні:

- принцип довгострокової стратегічної орієнтації;
- принцип синергізму;
- принцип стратегічної гнучкості.

Принцип довгострокової стратегічної орієнтації передбачає формування товарного портфелю підприємства на основі постійного інноваційного оновлення та оптимізації асортименту продукції з метою забезпечення довгострокової фінансової та ринкової стійкості підприємства в мінливих умовах зовнішнього середовища.

Принцип синергізму передбачає забезпечення взаємного доповнення та взаємної підтримки різних видів продукції або їх груп в товарному портфелі підприємства з метою формування та розвитку фінансово-інвестиційного потенціалу оновлення асортименту продукції на інноваційній основі.

Принцип стратегічної гнучкості передбачає формування динамічного товарного портфелю підприємства на основі оптимального співвідношення асортиментних позицій різного рівня ризику з метою забезпечення ринкової стійкості підприємства в умовах невизначеності зовнішнього середовища.

Серед основних науково обґрунтованих підходів до формування товарної політики підприємства в частині управління товарним асортиментом можна виділити торговельно-товарознавчий та портфельний підходи.

Торговельно-товарознавчий підхід ґрунтується на дослідженні потреб споживачів та пошуку шляхів якнайбільш повного їх задоволення шляхом розширення, оновлення або інших змін асортименту продукції.

Портфельний підхід полягає у дослідженні товарного портфелю підприємства та його сортуванні за певними параметрами, визначеними згідно з тактичними та стратегічними цілями підприємства.[4]

Підбір, планування та регулювання асортименту товарів базується на таких принципах:

1. Відповідності структури попиту споживачів району діяльності підприємства.
2. Комплексності задоволення попиту споживачів у межах вибраної ніші сегмента споживчого ринку.

3. Забезпечення потрібної широти, глибини та сталості асортименту.

4. Забезпечення умов для отримання цільового розміру прибутку.

Основою розробки асортиментного переліку товарів є матеріали, вивчення попиту та аналіз обіговості товарних запасів з окремих видів та різновидів товарів.

Розроблений асортиментний перелік є стандартом ширини та глибини асортименту товарів та використовується в якості нормативного документа при проведенні комерційної діяльності з закупівлі товарів та планування структури товарообороту підприємства.[5]

Отже, формування асортименту покликане створити умови для отримання підприємством необхідного прибутку. Це обумовлено тим, що рішення стосовно підбору асортименту визначають обсяг доходів підприємства від торгової діяльності, величину витрат обігу, потребу в обіговому капіталі та інших найважливіших господарсько-фінансових показників підприємства.

#### *Список використаних джерел:*

1. Котлер Ф. Основи маркетингу. М.: Прогрес, 2010. С. 219.
2. Кузнецов П. В. Маркетингове управління асортиментом продукції підприємства в умовах інформаційної економіки / П. В. Кузнецов, І. А. Парфентенко, Д. П. Балагула // Вісник економіки транспорту і промисловості. - 2015. - Вип. 49. - С. 198-204.
3. Генова С.И. Оптимизация процесса планирования ассортимента продукции в рамках маркетинговой деятельности предприятия: дис. докт. экон. наук: 08.00.06 / Модавская экономическая академия. / С.И. Генова – Кишинев, 2006. – 154 с.
4. С. В. Іщенко Дослідження методів формування товарної політики промислового підприємства, 2015: [Електронний ресурс]: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1209>
5. Інтернет-ресурс: [https://pidruchniki.com/11570718/ekonomika/asortimentna\\_politika\\_torgovogo\\_pidpriemstva\\_metodichni\\_osnovi\\_formuvannya\\_asortimentu\\_tovariv](https://pidruchniki.com/11570718/ekonomika/asortimentna_politika_torgovogo_pidpriemstva_metodichni_osnovi_formuvannya_asortimentu_tovariv)

**Шевлюга А.С.**, студент  
**Науковий керівник: Сук П.Л.**,  
д.е.н., професор  
ВП НУБіП України «Ніжинський  
агротехнічний інститут», м. Ніжин, Україна

## **ОСОБЛИВОСТІ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ**

Розвиток виробничої сфери АПК в Україні значною мірою залежить від темпів та пропорцій інвестицій для впровадження найновіших перевірених досвідом й екологічно чистих технологій виробничої та переробної сфери. Без прогресивних технологій, новітньої техніки та інших інновацій суттєво підвищити рівень економічної ефективності агропромислового виробництва нікому ще не вдавалось. Для створення стійкого та надійного функціонування АПК необхідні великі капітальні вкладення в матеріально-технічну базу і не менші інвестиції для вирішення невідкладних завдань соціального розвитку села [3].