

Таким чином, новий Кодекс України з процедур банкрутства істотно змінив нормативно-правове регулювання інституту банкрутства, що сприятиме подальшому вдосконаленню правозастосовчої діяльності та судової практики у цій сфері.

Перелік посилань:

1. Кодекс України з питань банкрутства. *Голос України*. 2019. 20 квіт. № 77.

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ПІДПРИЄМСТВА

*Перепелюкова О.В., канд. екон. наук, доцент
Новіченко О.І., здобувач вищої освіти
Харківський національний економічний університет
імені Семена Кузнеця*

В ринкових умовах господарювання механізм стратегічного управління сільськогосподарськими підприємствами перебуває на етапі становлення. Нестабільність зовнішнього середовища підприємств сприяє появі нових методів, систем і підходів до управління. На сьогодні більшість вітчизняних сільськогосподарських підприємств працюють у середовищі, що швидко змінюється та важко передбачається, саме тому гостро стоїть потреба використання у практичній діяльності методів стратегічного управління. Разом з тим, враховуючи низький рівень інформованості та заінтересованості в побудові й управлінні стратегічним розвитком аграрних формувань з боку керівництва, використання старих підходів до управління, практична реалізація стратегічного підходу в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю в багатьох сільськогосподарських підприємств не здійс-

нюється взагалі. У більшості сільськогосподарських підприємств не здійснюється розробка ефективної системи стратегічного управління, а існує лише орієнтація на розмиті цілі. Рівень стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю у сільськогосподарських підприємствах знаходиться на досить низькому рівні. У сучасних умовах його можна назвати задовільним, оскільки він забезпечує виживання господарств, проте, для подальшого розвитку аграрного сектору та їх розширеного відтворення керівництву підприємств необхідно головну увагу зосередити саме на стратегічному управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Це обумовлює актуальність дослідження [1].

Головним фактором розвитку будь-якого підприємства є правильно сформована керівництвом стратегія, яка дає можливість досягти чіткої поставленої мети. В умовах жорсткої конкуренції, яка посилюється на вітчизняному ринку сільськогосподарської продукції, коли непрофесійні дії керівництва можуть коштувати великих втрат, а в окремих випадках і банкрутства підприємства, поволі проходять часи інтуїтивного ухвалення рішень на основі суб'єктивного вибору напрямів і шляхів розвитку учасників ринку. Все частіше жорстко ставиться проблема вибору чіткої та погодженої стратегії, політики стратегічного управління і планування як для кожного підприємства окремо, так і для галузі в цілому.

Стратегічне управління зовнішньоекономічною діяльністю сільськогосподарського підприємства – це сукупність заходів з попереднім аналізом сильних і слабких сторін, а також внутрішнього та зовнішнього середовища сільськогосподарського підприємства, направлених на реалізацію обґрунтовано поставлених завдань, пов'язаних з високою ефективністю діяльності даного підприємства, що здійснюється на інноваційній основі та з покращенням соціальної сфери на селі. Одним з напрямів стратегічного управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств

тва є аналіз конкурентів [2]. Аналіз дій конкурентів полягає у виявленні стратегічних і тактичних цілей, якими вони керуються. Отримана інформація дозволить підприємству коректно спрогнозувати можливі дії суперників, що їх останні можуть прийняти у відповідь на маркетингові акції. У процесі розробки конкурентної стратегії важливим є аналіз цільового ринку, котрий можна розділити на наступні етапи: сегментація; визначення ємкості, тенденції розвитку, позиції організації; аналіз потреб; побудова профілю покупців; визначення умов обслуговування.

Стратегічне планування необхідно розглядати з погляду впливу його на майбутній успіх підприємства. Необхідним є визначення ключових чинників успіху аграрного підприємства в цілому [3]. Необхідним є передбачення стійкості підприємства до ризиків, поліпшення якості продукту, розширення ринків збуту, зменшення собівартості. Обслуговуючі підприємства повинні звернути особливу увагу на спектр послуг, можливість їх вдосконалення та оплату. Важливим етапом роботи підприємства, що здійснює зовнішньоекономічну діяльність, є вибір каналів дистрибуції. Для збуту своєї продукції підприємства можуть використовувати міжнародну оптову й роздрібну торгівлю. Аналіз вітчизняного досвіду свідчить, що впродовж останніх років сільськогосподарські підприємства України практично не використовують такий потужний маркетинговий засіб, як міжнародна фірмова торгівля. Важливу роль в управлінні збутом продукції підприємств відіграють критерії вибору каналу її розподілу. До найбільш поширених критеріїв вибору каналів збуту, які використовують при обґрунтуванні стратегії розподілення, належать: витрати, зокрема, оплата поточної діяльності посередників; контроль фірми за діяльністю посередника і, відповідно, його контроль за станом охоплення ринку. У міжнародній практиці

сукупність цих критеріїв дістала назву концепції «ЗС» збуту: cost – витрати, control – контроль, coverage – охоплення.

Для розробки стратегічного управління зовнішньо-економічною діяльністю необхідний комплексний аналіз діяльності підприємства [4]. Він включає фінансово-економічний аналіз, який чітко виявить внутрішні можливості підприємства, а також аналіз зовнішнього середовища: постачальників, конкурентів, споживачів. Після проведення аналізу економічної діяльності підприємства складається перелік стратегічних заходів, тобто, система стратегій з розрахунком вірогідності їх запровадження задля досягнення загальної мети.

Таким чином, на основі проведеного дослідження було встановлено, що стратегія являє собою набір рішень, що в перспективі забезпечать вихід підприємства на нові ринки збуту та дадуть змогу визначити можливі шляхи негативного впливу та вжити заходів щодо їх запобігання. Для того щоб сформувати та реалізувати стратегію розвитку зовнішньоекономічної діяльності, підприємству необхідно врахувати фактори зовнішнього та внутрішнього середовища і чинники, що впливають на стратегію. Ефективна експортна стратегія дасть підприємству змогу адаптуватися до зовнішнього середовища та забезпечити конкурентні переваги у сферах, де є найбільші шанси на успіх.

Перелік посилань:

1. Головня Ю. І. Організація стратегічного управління на підприємствах перероблення сільськогосподарської продукції. *Агросвіт*. 2010. № 6. С. 32–36.
2. Легеца Д. Г. Конкурентоспроможність сільськогосподарських підприємств : монографія. Київ : ННЦ ІАЕ, 2011. 396 с.
3. Маталка С. Ф. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія. Луганськ : Ноулідж, 2011. 210 с.
4. Лупенка Ю. О., Месель-Веселяка В. Я. Стратегічні напрями розвитку сільського господарства України на період до 2020 року. Київ : ННЦ ІАЕ, 2012. 182 с.