залучення додаткових фінансових ресурсів. Корпоративні облігації дозволяють розподілити заборгованість між широким колом інвесторів. Також, строки та обсяги, під які залучаються облігації підприємств, є значно більшими, ніж при комерційному кредитуванні. В проспекті емісії облігацій не так суворо прописується цільове використання коштів, отриманих в позику, що дозволяє залучати додаткові ресурси для нарощення потенціалу підприємства. Також, позитивна історія погашення процентів за облігаціями дозволяє підвищити кредитний рейтинг компанії, що відкриває доступ до нових джерел фінансування за меншою вартістю. Недоліками даного інструменту можна виділити невигідну вартість залучення ресурсів при малих обсягах емісії, довготривалий процес випуску і розміщення, зниження ліквідності підприємства.

Отже, усі зазначені переваги та недоліки використання корпоративних облігацій як інструмента фінансування підприємства, визначають також й інвестиційні якості облігацій. На основі цього приймається рішення як про вибір способу фінансування, так і про обрання інструмента інвестування.

***Список використаної літератури***:

1. Закон України «Про цінні папери та фондовий ринок»: від 23.02.2006 № 3480-IV: за станом на 15 червня 2005р. [електронний ресурс] // - Верховна Рада України: [сайт]. URL : http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/3480-15/page (дата звереннння 20.10.2019)

2. Азаров А. О. Джерела формування та способи залучення позикового капіталу. Економічний простір. 2008. № 15. С. 126-135.

3. Іоргачова М. Корпоративні облігації як перспективний спосіб залучення інвестицій. URL: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Ecan/2011_9_2/pdf/iorgacheva.PDF (дата зверення 20.10.2019)

4. Облігація. [електронний ресурс] URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9E%D0%B1%D0%BB%D1%96%D0%B3%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F (дата зверення 20.10.2019)

**Тіхонова Ю.І**., студентка
**Науковий керівник: Дяченко Т.О.,**
к.е.н., доцент
Національний транспортний університет
м. Київ, Україна

## ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК

Сучасне мінливе зовнішнє середовище змушує підприємства постійно пристосовуватися до нових умов функціонування. Надзвичайно сильно піддаються такому впливу організації, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю. Розробка стратегії розвитку підприємства з урахуванням впливу зовнішніх факторів та міжнародного середовища є основою його успішного функціонування в майбутньому.

В умовах невизначеності навколишнього середовища та постійних змін в економіці актуальним є пошук компанією правильного шляху до розробки своєї стратегії. В переважній більшості сучасних джерел в області стратегічного менеджменту поняття стратегії розвитку підприємства розглядається з точки зору

цілей її розробки, що пов’язані із підтримкою конкурентоспроможності підприємства на ринку, тобто конкурентної стратегії.

Стратегія підприємства – це систематичний план його потенційної поведінки в умовах неповноти інформації про майбутній розвиток середовища та підприємництва, що включає формування місії, довгострокових цілей, а також шляхів і правил прийняття рішень для найбільш ефективного використання стратегічних ресурсів, сильних сторін і можливостей, усунення слабких сторін та захист від загроз зовнішнього середовища задля майбутньої прибутковості [4].

Розробка стратегії розглядається як цілісний процес, орієнтований на підвищення рівня задоволеності споживачів шляхом удосконалення якості продукції, процесів менеджменту та маркетингу з метою досягнення стійкої конкурентоспроможності забезпечити синергетичний ефект в управлінні процесами розробки й безперервного вдосконалення стратегії підприємства в умовах світового співтовариства.

Перед прийняттям управлінських рішень щодо виходу на зовнішні ринки, керівництво повинне оцінити реальні можливості та масштаб зовнішньоекономічної діяльності на конкретному підприємстві. Адже, недоцільно буде витрачати багато зусиль та коштів на розробку зовнішньої конкурентної стратегії, якщо ЗЕД займає незначне місце в загальних результатах діяльності компанії. Водночас, при збільшенні ролі ЗЕД на підприємстві, варто звернути особливу увагу на розробку спеціальних стратегій, системи міжнародного стратегічного менеджменту та реалізацію стратегічного контролю [2].

Будь-яка організація долає значні труднощі у процесі пристосування до зміни зовнішнього середовища. Пристосування до нових умов діяльності неможливо в межах застарілих організаційних рішень, без визначення напрямів необхідних перетворень організаційних форм і систем та без впровадження інноваційних організаційних заходів. Необхідно враховувати, що організаційні перетворення не повинні перешкоджати стратегічному розвитку підприємства, а навпаки забезпечувати стабільність діяльності в нових умовах.

При виборі стратегій основну роль повинні відігравати конкурентні переваги, якими володіє підприємство, враховуючи конкурентні бар’єри, які виникають на шляху до досягнення поставлених цілей. Відповідно до цього, усі фірми можна поділити на дві групи: сильні та слабкі, в яких підхід до вибору стратегії зовсім різний. Політика сильної фірми полягає у максимальному використанні переваг лідируючого положення, посиленню позицій і розвитку бізнесу в нових видах діяльності та на нових ринках. В той же час, слабкі фірми повинні обирати стратегії, які виведуть їх на новий рівень економічної діяльності [1].

Розробка стратегії ЗЕД це дуже складний управлінський процес. Вона повинна здійснюватися на основі цілей, визначених різними параметрами підприємства та задач, вирішення яких буде забезпечено прийняттям управлінських рішень на різних етапах формування і реалізації стратегії.

По-перше, треба провести комплексний аналіз ефективності діяльності на засадах фінансово-економічного аналізу та згрупувати економічні показники, що дозволить чітко виявить внутрішній потенціал підприємства.

По-друге, необхідно провести аналіз зовнішнього середовища, який включає в себе оцінку постачальників, конкурентів та споживачів, а також аналіз пропонованих підприємством та конкурентами товарів з метою виявлення стадії життєвого циклу товару та можливості його заміни. Цей аналіз проводиться на засадах складання карти стратегічних груп для визначення положення підприємства серед конкурентів та напрямку його розвитку в наявному конкурентному середовищі. Також необхідно проведення маркетингового дослідження ринку з метою виявлення переваг споживачів та оцінка постачальників для визначення якості сировини та рівня цін на неї в даній галузі.

По-третє, для визначення ринку привабливості зовнішньоекономічної діяльності підприємства доцільно провести матричний аналіз [3].

Для реального досягнення цілей стратегічного управління ЗЕД підприємства, в процесі формування ефективної системи стратегічного управління, необхідно враховувати, що реалізація поставлених задач по всіх напрямах повинна здійснюватись в їхньому взаємозв'язку й взаємозалежності.

Таким чином, використання збалансованої системи показників у сфері стратегічного управління підприємства дозволяє удосконалити систему прийняття стратегічних та тактичних рішень, оптимізувати використання обмежених внутрішніх резервів розвитку підприємства щодо подальшого розвитку конкурентних переваг у довгостроковій перспективі.

***Список використаних джерел:***

1. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства: Навч. пос – К.: Знання, 2006. – 462с.

2. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. пос. – К.: Знання-Прес, 2002. –384с.

3. Луценко В. О. Розробка заходів підвищення ефективності експортних операцій промислового підприємства: автореф. [Електронний ресурс] / В. О. Луценко. – Режим доступу: http://www.uran.donetsk.ua/masters/2002/fem/lutsenko/diss.htm

4. Рубан І. В. Обґрунтування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства на засадах збалансованої системи показників [Електронний ресурс] / І. В. Рубан. – Режим доступу: http://www.rusnauka.com/9.EISN2007/Economics/21328.doc.htm

**Федуняк І.О**., к.е.н., доцент
**Гачок О.П.,** магістр
ВП НУБіП України
«Бережанський агротехнічний інститут»,
м. Бережани, Тернопільська обл., Україна

## ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ ДЛЯ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ЇХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ