

брати зарубіжну практику, то на прикладі Великої Британії можна сказати, що уряд рекомендує конкретну програму — HM Revenue and Customs (HMRC), та дає рекомендації щодо її використання. Надано також чіткі схеми та методи розрахунку імпорту-експорту в залежності від виду країни, з якою буде здійснено подальшу торгівлю. Зокрема на урядовому сайті враховані можливі похибки під час використання того чи іншого методу та наступний спосіб розрахунку, всього їх, включно із першопочатковим, шість, якщо жоден із них не спрацює рекомендовано звернутися безпосередньо до розробників [3].

За результатами дослідження систем можна стверджувати, що, як і у прикладі Великої Британії, існує доцільність використання за рекомендацією самого уряду однієї аналітично-обчислювальної системи, що значно спростило б способи обрахунку фактичного імпорту. Зокрема, ознайомившись із матеріалами з веб-порталу Верховної Ради України зауважимо, що політика імпорту-експорту чудово описана з врахуванням вигоди для країни за конкретними регіонами, проте на жаль планова діяльність надзвичайно відрізняється від фактичної, ще починаючи від написання вищевказаного Проекту. Причини цього стосовно минулих років є загальновідомими, але сподіваймося, що найближчим часом Україна все ж почне розумно провадити зовнішньоекономічну діяльність та залучати до цього підприємців завдяки дієвим рекомендаціям та нововведенням.

1. *Проект Про Концепцію зовнішньоекономічної політики України [Електронний ресурс] // Офіційний веб-портал Верховної Ради України. – 1996. – Режим доступу до ресурсу: <http://w1.c1.rada.gov.ua/pls/zweb2/webproc34?id=&pf3511=21982&pf35401=65024>. 2. Сазонець О. М. Інформаційні системи і технології в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю [текст] : навч. посіб. / Ольга Миколаївна Сазонець. – Київ: «Центр учбової літератури», 2014. – 256 с. 3. *How to value your imports for customs duty and trade statistics [Електронний ресурс] // GOV.UK. – 2013. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.gov.uk/guidance/how-to-value-your-imports-for-customs-duty-and-trade-statistics>.**

К.е.н., доц. Н.І. Дуляба, студент О.М. Дропка
Національний університет «Львівська політехніка»

РОЛЬ SWOT-АНАЛІЗУ В УПРАВЛІННІ РОЗВИТКОМ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

© Дуляба Н. І., Дропка О. М., 2018

Довготривалий та успішний розвиток зовнішньоекономічної діяльності вітчизняних підприємств в значній мірі залежить від ефективного стратегічного управління ним. Основою для формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності є проведення стратегічного аналізу з виявленням загроз та можливостей (на основі уявлення про сильні й слабкі сторони економічного механізму підприємства з використанням відомих методів SWOT, WOTS-up, TOWS-SWOT аналізу тощо).

М.Г. Сасенко визначає SWOT-аналіз як процес встановлення зв'язків між найхарактернішими для підприємства можливостями, загрозами, сильними сторонами (перевагами) і слабкостями, результати якого надалі можуть бути використані для формулювання і вибору стратегій підприємства [1, с. 99]. Аббревіатура SWOT походить від англійських слів strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості), threats (загрози). Це легкий у використанні інструмент швидкої оцінки стратегічного стану компанії. SWOT-аналіз є широко визнаним підходом, що дає змогу здійснити спільне дослідження зовнішнього та внутрішнього середовища. Він є проміжною

ланкою між формулюванням місії компанії та визначенням конкретних стратегічних цілей та завдань. Конкретизація цілей і завдань неможлива без отримання чіткої оцінки потенціалу підприємства і ситуації на ринку [2, с. 60]. SWOT-аналіз має на меті виявлення, визначення і відбір основних пріоритетів, проблем та можливостей, наданих зовнішнім середовищем, в межах якого функціонує компанія, а також безпосередньо пов'язаних з розвитком компанії та її внутрішньою діяльністю. Застосування методу SWOT дає можливість встановити лінії зв'язку між силою та слабкістю, які притаманні організації, і зовнішніми загрозами та можливостями. SWOT-аналіз підкреслює, що стратегія повинна якнайкраще поєднувати внутрішні можливості компанії (її сильні і слабкі сторони) і зовнішню ситуацію (частково відображену у можливостях і загрозах). Тому стратегічний баланс, тобто поєднання негативних і позитивних факторів, що впливають на діяльність компанії як ззовні, так і зсередини, допомагає правильно оцінити можливості, які відкриваються перед компанією в майбутньому. Методологія SWOT передбачає першочергове виявлення сильних та слабких сторін і подальше встановлення між ними взаємозв'язків, які можуть бути використані для формулювання стратегії організації. Отже, матриця SWOT надає керівникам підприємства інформаційне забезпечення, в межах якого вони можуть стратегічно орієнтуватися і приймати управлінські рішення.

Інформаційною основою проведення SWOT-аналізу діяльності підприємства є повна та достовірна інформація про внутрішнє середовище підприємства, його фінансово-економічний стан та інформація про стан і розвиток факторів зовнішнього середовища, конкурентного оточення з врахуванням потенційних прогнозованих змін цих факторів. Важливо відмітити, що в умовах формування стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності в інформаційному забезпеченні SWOT-аналізу основні акценти ставляться на зовнішньоекономічну політику держави, розвиток конкурентного середовища в обраному секторі ринку, експортно-імпортний потенціал.

Варто зазначити, що для розвитку зовнішньоекономічної діяльності в сучасних умовах вітчизняні підприємства мають більше перешкод, ніж можливостей як ззовні, так і у внутрішньому середовищі. Це вимагає умілого реагування на такий кризовий стан та правильного вибору стратегії розвитку зовнішньоекономічної діяльності, що послужить запорукою подальшого ефективного функціонування підприємств на ринку.

1. Сасенко М.Г. *Стратегія підприємства: Підручник.* – Тернопіль: „Економічна думка”, 2006. – 390 с. 2. Гершун А., Горский М. *Технологии сбалансированного управления.* // <http://ihtik.lib.ru>

Аспірант Л.В. Залізна, д.е.н., проф. Н.О. Шпак
Національний університет «Львівська політехніка»

ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЯ ЕКСПОРТНО-ОРІЄНТОВАНОЇ ПРОДУКЦІЇ ПІДПРИЄМСТВ

© Залізна Л.В., Шпак Н.О., 2018

Інтелектуалізація експортно-орієнтованої продукції є однією з найбільших переваг для підприємства в умовах посилення глобальної конкуренції. Інтелектуальна активність підприємства є джерелом генерації нових знань.

На сьогоднішній день можна виділити такі основні ефекти інтелектуалізації:

- використання нововведень в процесі виробництва;
- наявність середовища для інтелектуального розвитку;