

АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ ТОВАРАМИ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Постановка проблеми. Активна позиція України стосовно світових процесів глобалізації та регіоналізації суттєво підвищує значення регіональних аспектів розвитку зовнішньоекономічної діяльності.

Передумовою виявлення перспективних напрямів розвитку зовнішньоекономічних зв'язків господарства регіону, як і країни в цілому, є аналіз його експортного потенціалу на тлі загального соціально-економічного розвитку території. Одним з перспективних регіонів з цього погляду є Київська область, де зосереджені потужний ресурсний, промисловий та експортний потенціали.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематиці зовнішньоекономічної діяльності та нарощування експортного потенціалу регіону присвячені дослідження багатьох вітчизняних та зарубіжних вчених, серед яких В.Д. Андріанов, П.Ю. Беленький, В.М. Геєць, Б.М. Данилишин, Л.В. Дейнеко, Я.А. Жаліло, М.В. Жук, А.П. Кіреєв, Л. Клайт, В.В. Коломієць, А.І. Кредісов, А.С. Лисецький, С.Р. Маккінон, А.І. Мокій, А. Ніколас, Н.М. Пархоменко, В.І. Пила, М.А. Пивоварова, М.І. Фащевський, А.С. Філіпенко, Є.В. Хлобистов, Л.Г. Чернюк, Ю.С. Ширяєв, Д. Шнейдер та інші вчені-економісти. Вони розглядають зовнішньоекономічну діяльність регіону через його міжнародні господарські та торговельні відносини, до сфери яких входять: обмін товарами, спеціалізація та кооперація виробництва, науково-технічне співробітництво, надання економічної та технічної допомоги, створення спільних підприємств та інші форми економічного співробітництва. Разом з тим, проблема оцінки зовнішньоекономічної діяльності регіонів дотепер перебуває в сфері наукового дослідження.

Завдання і методика дослідження. Мета дослідження полягає в аналізі зовнішньої торгівлі товарами Київської області. Досягнення мети дослідження ґрунтувалося на використанні сукупності наукових методів, зокрема методів теоретичного узагальнення, порівняльного, індексного аналізу, групування та економіко-статистичного методів

Результати дослідження. Зовнішня торгівля України – діяльність суб'єктів господарської діяльності України та інших держав, яка має місце як на території України, так і за її межами і яка зводиться до посередництва між виробниками і споживачами по здійсненню угод купівлі-продажу товарів або послуг. Зовнішня торгівля України поділяється на експортну (вивізну) – рух товарів або послуг від українського виробника до іноземних споживачів, та імпорتنу (ввізну) – рух товарів/послуг від іноземного виробника до українських споживачів [2].

У контексті євроінтеграційного вектора державної політики постають проблеми ефективного використання механізму взаємодії вітчизняної економіки зі світовим господарством в умовах глобалізації. Тому одним з пріоритетних напрямів державної економічної політики визначається розвиток зовнішньоекономічної діяльності регіонів України, який полягає в розширенні взаємовигідних відносин з іншими країнами та рівноправному входженні національної економіки до світового економічного простору [1].

Київщина бере активну участь у зовнішньоторговельній діяльності країни.

Обсяг експорту товарів Київської області у січні – вересні 2016р. становив 1204,7 млн. дол. США, імпорту – 2204,8 млн. дол. Порівняно з січнем – вереснем 2015р. експорт зменшився на 4,0% (на 49,6 млн. дол.), імпорт збільшився на 13,2% (на 257,7 млн. дол.). Негативне сальдо зовнішньоторговельного балансу становило 1000,1 млн. дол. (у січні – вересні 2015р. також негативне 692,8 млн. дол.).

Коефіцієнт покриття експортом імпорту склав 0,55 (у січні – вересні 2015р. – 0,64).

Зовнішньоторговельні операції з товарами проводилися з партнерами із 166 країн світу (рис. 1).

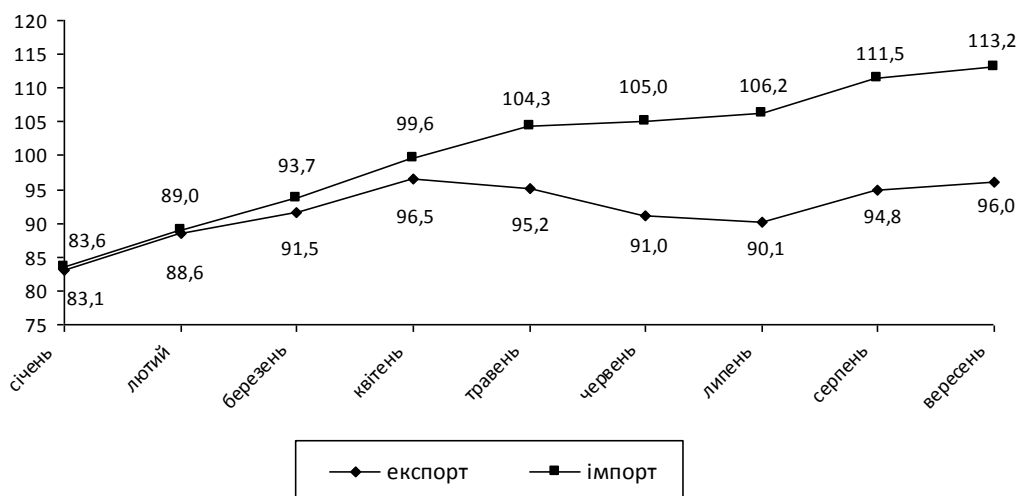


Рис. 1. Темпи зростання (зниження) експорту-імпорту товарів, у % до відповідного періоду попереднього року, наростаючим підсумком

Обсяг експорту товарів до країн Європейського Союзу становив 379,9 млн. дол., або 31,5% від загального обсягу експорту області, та збільшився порівняно з відповідним періодом минулого року на 1,6%.

Найвагоміші експортні поставки товарів здійснювалися до Німеччини – 6,9% від загального обсягу експорту, Індії – 6,8%, Китаю – 6,0%, Російської Федерації – 5,8%, Іраку – 4,5%, Єгипту – 4,2%, Казахстану – 3,7%, Нідерландів – 3,6%, Італії – 3,3% та Іспанії – 3,0%.

Розглянемо товарну структуру експорту Київської області (табл. 1).

Таблиця 1

Товарна структура експорту зовнішньої торгівлі у січні – вересні 2016 року

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Експорт		
	тис. дол. США	у % до січня – вересня 2015	у % до загального обсягу
Усього	1204723,6	96,0	100,0
у тому числі:			
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	206103,9	120,7	17,1
II. Продукти рослинного походження	268133,4	92,5	22,3
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	251567,0	95,1	20,9
IV. Готові харчові продукти	111006,7	78,1	9,2
V. Мінеральні продукти	2515,9	38,3	0,2
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	34267,5	101,9	2,8
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	52243,8	104,9	4,3

VIII. Деревина і вироби з деревини	31472,7	101,5	2,6
IX. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	69762,8	100,7	5,8
X. Текстильні матеріали та текстильні вироби	18010,1	120,4	1,5
XI. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	22912,2	96,0	1,9
XII. Недорогоцінні метали та вироби з них	41573,3	77,1	3,5
XIII. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	66858,8	97,0	5,5
XIV. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	4829,1	84,7	0,4
XV. Різні промислові товари	12891,0	71,3	1,1

Оснoву товарної структури експорту області склали продукти рослинного походження – 22,3% від загального обсягу експорту, жири та олії тваринного або рослинного походження – 20,9%, живі тварини; продукти тваринного походження – 17,1%, готові харчові продукти – 9,2%, маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів – 5,8%, механічні та електричні машини – 5,5%, полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них – 4,3%, недорогоцінні метали та вироби з них – 3,5%.

Імпорт товарів з країн Європейського Союзу становив 1156,0 млн. дол., або 52,4% від загального обсягу імпорту, та збільшився проти відповідного періоду минулого року на 24,2%.

Найвагоміші імпортні надходження товарів здійснювалися з Німеччини – 18,5% від загального обсягу імпорту, Китаю – 12,7%, Російської Федерації – 7,3%, Польщі – 6,4%, США – 6,3%, Франції – 4,3%, Білорусі – 3,9%, Італії – 3,4% та Туреччини – 3,2%.

Розглянемо більш детально товарну структуру імпорту Київської області (табл. 2).

Таблиця 2

Товарна структура імпорту зовнішньої торгівлі у січні – вересні 2016 року

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Імпорт		
	тис. дол. США	у % до січня – вересня 2015	у % до загального обсягу
Усього	2204839,3	113,2	100,0
у тому числі			
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	131007,2	141,4	5,9
II. Продукти рослинного походження	153065,4	127,4	6,9
III. Жири та олії тваринного або рослинного походження	3423,0	102,3	0,2
IV. Готові харчові продукти	132153,1	113,1	6,0
V. Мінеральні продукти	104961,7	38,1	4,8
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	334405,1	108,5	15,2
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	186248,0	113,1	8,4
VIII. Деревина і вироби з деревини	14135,7	142,4	0,6

IX. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	81093,1	91,7	3,7
X. Текстильні матеріали та текстильні вироби	65878,7	112,3	3,0
XI. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	29014,8	109,8	1,3
XII. Недорогоцінні метали та вироби з них	184971,9	128,6	8,4
XIII. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	429309,2	137,8	19,5
XIV. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	233684,8	182,9	10,6
XV. Різні промислові товари	65566,8	135,1	3,0

Основу товарної структури імпорту області склали механічні та електричні машини – 19,5% від загального обсягу імпорту товарів, продукція хімічної та пов’язаних з нею галузей промисловості – 15,2%, засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби – 10,6%, полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них – 8,4%, недорогоцінні метали та вироби з них – 8,4%, продукти рослинного походження – 6,9%, готові харчові продукти – 6,0%, живі тварини; продукти тваринного походження – 5,9%, мінеральні продукти – 4,8%, маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів – 3,7%, текстильні матеріали та текстильні вироби – 3,0%, різні промислові товари – 3,0% [3].

Висновки. Вигідне положення відносно зовнішніх ринків Київщини не супроводжується згортанням зв’язків з іншими регіонами. Навпаки, мультиплікативний ефект від розвитку міжрегіональних торгово-економічних зв’язків слугує стимулом розширення масштабів і якісних змін в експортній діяльності. Наявність слабкої виробничої спеціалізації при низькому рівні конкурентоспроможних виробництв приводить до появи в економіці області взаємозалежних ефектів зовнішньоекономічних і міжрегіональних зв’язків.

У реалізації зовнішньоекономічної політики регіону провідна роль належить експорту, розвиток якого створює умови для забезпечення економічної, технологічної, продовольчої і фінансової безпеки регіону.

Анотація. У статті розглянуто аспекти зовнішньоекономічної діяльності та шляхи нарощування експортно-імпортного потенціалу Київського регіону, проаналізовано товарну структуру експорту та імпорту зовнішньої торгівлі, а також темпи зростання експорту-імпорту товарів.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, товарна структура, експорт, імпорт, зовнішня торгівля.

Аннотация. В статье рассмотрены аспекты внешнеэкономической деятельности и пути наращивания экспортно-импортного потенциала Киевского региона, проанализирована товарная структура экспорта и импорта внешней торговли, а также темпы роста экспорта-импорта товаров.

Ключевые слова: внешнеэкономическая деятельность, товарная структура, экспорт, импорт, внешняя торговля.

Annotation. The article reveals aspects of foreign trade activities and ways of building an export-import potential in the Kiev region, analyzed the commodity structure of export and import trade as well as the growth rates of exports and imports of goods.

Keywords: trade, commodity structure, exports, imports, foreign trade.

Бібліографічний список використаної літератури

1. Гордєєва Т.Ф. Система міжнародних економічних організацій та глобалізація // Прометей. – Донецьк, 2004. – Вып.1 (13). – С. 86–90.
2. <https://uk.wikipedia.org/wiki>
3. www.kyivobl.ukrstat.gov.ua

УДК: 339.3

Тімофєєв І.К.

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ОПТОВИХ ПІДПРИЄМСТВ

Постановка проблеми. На сьогоднішній день на товарних ринках України, в більшості випадків відсутні тривалі, стабільні зв'язки між виробниками та покупцями. Склалась така ситуація, при якій товаровиробники не завжди мають чітке уявлення куди і на яких умовах буде реалізована вироблена продукція. Аналіз сучасної ситуації у сфері оптової торгівлі показує, що у нових умовах необхідно формувати нові методи і форми оптової торгівлі, які пристосовуються до вимог, як виробників споживчих товарів, так і до різних форм роздрібно-торговельної мережі. Оптові структури мають налагоджувати ефективне постачання товарів до роздрібно-торговельної мережі, здійснювати доставку товарів, кредитувати роздрібну ланку торгівлі, розширювати асортимент товарів. Під впливом необхідності постійної конкуренції та отримання прибутку оптовика мусять знижувати ціни, розробляти ефективні логістичні схеми товароруку та розширювати комплекс послуг як виробникам, так і роздрібним підприємствам.

Огляд останніх досліджень. Дослідженням маркетингової діяльності підприємств оптової торгівлі в умовах ринку присвячено роботи таких авторів, як О.М. Азарян, О.І. Амоша, Л.В. Балабанова, Е.Н. Братков, В.К. Бранчуков, Ф.І. Гальчев, Ю.І. Голуб, Ю.Н. Малишев, В.П. Пономарев, С.А. Прокопенко, Л.Н. Рассуждай, С.М. Романов, О.Д. Репинський, С.М. Самборський, М.Г. Чумаченко, А.І. Хохотва, О.О. Шубін, Л.О. Юзик та ін.

Водночас аналіз наявних підходів в організації маркетингової діяльності на підприємствах оптової торгівлі на сучасному етапі показує, що багато питань з теорії, методологічного забезпечення і практики знаходяться ще в стадії розробки, є предметом творчих дискусій вчених і спеціалістів у цій галузі. Таким чином, в умовах якісно нової ситуації розвитку господарського комплексу України посилюється актуальність розробки теоретичних і методичних питань маркетингової діяльності підприємств оптової торгівлі.

Формування завдання дослідження. Ефективна організація системи комерційних зв'язків, як свідчить світовий та вітчизняний досвід, неможлива без участі комерційного посередника, який забезпечує необхідну інтенсивність та прискорення процесу просування товарів, знижує загальні обсяги необхідних для його існування капіталовкладень та інших фінансових витрат.

Виклад основного матеріалу. Особливістю ринку організацій-споживачів є сукупність юридичних осіб, які закупають товари для їх подальшого використання в процесі виробництва, здачі в оренду, перерозподілу чи перепродажу з метою отримання прибутку.

При виробництві товарів виробничо-технічного призначення (ТВП) виробник орієнтується на конкретного кінцевого споживача, що викликає необхідність прямих взаємин з покупцем товару. На ринку ТВП переважно існують прямі канали розподілу, що обумовлено підвищеним рівнем технічної складності товарів.

Разом з тим доцільність залучення посередників на ринку ТВП може бути обумовлена наступними обставинами:

-відмінність клієнтів між собою як за масштабами так і за потребами;