

ної характеристик початку, перебігу та закінчення всіх етапів процесу. Для цього потрібно визначитися з тим, скільки зусиль потребує початок, продовження та закінчення етапу, тобто скільки все це коштуватиме підприємству. Крім того, важливо бачити результати використання тих чи інших складових оборотних коштів на певному етапі. Тільки досягаючи максимальної віддачі на кожному з етапів, можна сподіватися за позитивний загальний результат. Конкретні результати досягаються швидше та краще, коли точно визначена мета та засоби її досягнення [2].

Список використаних джерел

1. *Бабець С.К., Голов М.І., Жуков С.О., Стасюк В.П.* Теорія економічного аналізу: Навч. посібник. – К.: ВД «Професіонал» 2010. – 384 с.
2. *Булонська В.І.* Основні засоби підприємства та проблеми ефективності їх використання // Науковий вісник. – № 2. – 2010. – С. 221–224.
3. *Пельтек Л.В., Писаренко С.М.* Методологічні аспекти формування системи управління оборотними активами підприємства / Пельтек Л.В., Писаренко С.М. // Вісник Запорізького національного університету – 2010. - №1(5). – С. 43–49.
4. Управление оборотными средствами предприятия. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.google.com.ua источник ua-referat.com>

Сигида Любов Олексіївна,

к.е.н., старший викладач кафедри маркетингу та УІД, liubov.syh@gmail.com

АНАЛІЗ ЗБУТОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ВІТЧИЗНЯНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА МІЖНАРОДНОМУ РИНКУ⁷

Сигида Любовь

**АНАЛИЗ СБЫТОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ОТЕЧЕСТВЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ НА
МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**

Syhyda Liubov

**ANALYSIS OF DISTRIBUTION
ACTIVITY OF DOMESTIC ENTERPRISES
ON THE INTERNATIONAL MARKET**

Умови сьогодення визначають, що рівень збутової активності країни за кордоном значною мірою визначає рівень її успішності. Адже поглиблення інтеграції країни в глобальний простір свідчить про посилення її міжнародних конкурентних позицій, включення до глобального ланцюга вартості, а також міжнародних ланцюгів розподілу.

Відповідно до зазначеного, питання дослідження процесів збутової діяльності вітчизняних підприємств на міжнародному ринку набувають усе більшої актуальності.

Для того, щоб дослідити міжнародну збутову активність українських підприємств, дослідимо детальніше показник експорту продукції за кордон. Він дозволяє визначити, наскільки країна залучена до міжнародної торгівлі, наскільки вона задіяна в світовому ланцюгу поставок і міжнародних ланцюгах розподілу.

Важливим показником, що дозволяє визначити рівень збутової активності країни за кордоном, є Індекс залученості країн світу в міжнародну торгівлю, що розраховується Всесвітнім економічним форумом. Так, для України у 2014 р. цей індекс був рівним 3,8, Україна зайняла 83 місце серед 138 країн світу [1]. А Індекс проникнення України на ринок експорту, що розраховується як співвідношення кількості країн, до яких був експортований конкретний товар, до кількості країн, які імпортували цей товар, у 2015 р. був рівним 7,08. У той самий час цей індекс для США за аналогічний період часу становив 42,33, а для Китаю – 49,06. Це свідчить, що Україна займає лише незначну частку світового ринку торгівлі та є недостатньо представленою на світовому ринку [2].

⁷ Публікація містить результати досліджень, проведених за грантом Президента України за конкурсним проектом Ф70 Державного фонду фундаментальних досліджень.

Крім того, якщо говорити про стан експорту, згідно з даними Світової організації торгівлі за рейтингом у світовій торгівлі в 2016 р. Україна зайняла 52 місце в експорті товарів, а її частка у світовому обсязі експорту товарів була рівна 0,23 % [3]. Для порівняння, частка країн Європейського Союзу у світовому обсязі експорту товарів у 2016 р. становила 15,44 %; Сполучені Штати Америки у 2016 р. займали 2 місце за обсягами експорту товарів, їх частка за досліджуваний період становила 9,12 %; перше місце у рейтингу за обсягами експорту товарів зайняв Китай, випереджаючи решту країн (13,15 % світового ринку експорту товарів).

Таким чином, частка України в світовому експорті товарів є дуже незначною. Загалом протягом 2015 р. Україна експортувала 3621 товарів (згідно з шестизначними кодами ГС, розробленими Всесвітньою митною організацією) до 185 країн світу [2].

Для того, щоб посилити позиції України на міжнародному ринку та підвищити її експортну активність, пропонується:

- орієнтувати діяльність підприємств на виробництво високотехнологічної продукції, тобто продукції з доданою вартістю (літако- та ракетобудування, машини, сільськогосподарське машинобудування);

- підвищувати конкурентоспроможність вітчизняних підприємств і конкурентоспроможність продукції з метою їх виходу на ринки розвинених ринках, а також орієнтувати вітчизняні підприємства на пошук нових торговельних партнерів з невисоким рівнем розвитку;

- адаптація систем розподілу продукції вітчизняних підприємств до міжнародних вимог і специфіки країн, до яких вони здійснюють експорт продукції.

Таким чином, нагальною потребою України на даному етапі розвитку є нарощування обсягів експорту продукції з метою укріплення позицій країни на міжнародному рівні.

Список використаних джерел

1. Индекс вовлечённости стран в международную торговлю. – [Електронний ресурс]. – World Economic Forum. – Режим доступу: <http://gtmarket.ru/ratings/the-global-enabling-trade-index/info#ukraine>.
2. Ukraine Trade at a Glance: Most Recent Values. – [Електронний ресурс]. – World Integrated Trade Solution. – Режим доступу: <http://wits.worldbank.org/countrysnapshot/en/UKR/textview>.
3. Statistics database. – [Електронний ресурс]. – World Trade Organization. – Режим доступу: <http://stat.wto.org/Home/WSDBHome.aspx?Language=>.

Ожелевська Тетяна Станіславівна,

к.е.н., доц., доцент кафедри економічної теорії та конкурентної політики,
ozhelevskaya@ukr.net,

Чуєнков Андрій Андрійович,

студент, jimmybroun@ukr.net

Київський національний торговельно-економічний університет

ПІДПРИЄМНИЦЬКА ДІЯЛЬНІСТЬ У ВИРОБНИЦТВІ ОРГАНІЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ В УКРАЇНІ: ПРОБЛЕМИ ТА МЕХАНІЗМИ СТИМУЛЮВАННЯ

Ожелевская Татьяна, Чуенков Андрей
ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКАЯ
ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В ПРОИЗВОДСТВЕ
ОРГАНИЧЕСКОЙ ПРОДУКЦИИ
В УКРАИНЕ: ПРОБЛЕМЫ И
МЕХАНИЗМЫ СТИМУЛИРОВАНИЯ

Ozhelevska Tatyana, Chuenkov Andriy
ENTREPRENEURIAL ACTIVITY IN
THE PRODUCTION OF ORGANIC
PRODUCTS IN UKRAINE: PROBLEMS
AND STIMULATION MECHANISMS

Останнім часом у світі, й в Україні зокрема, спостерігається стійка тенденція до здорового способу життя, посилена увага до безпечності та якості продуктів харчування, екологізації