



позитивної корпоративної культури організації [електронний ресурс] // Режим доступу:

http://pidruchniki.com/10290228/menedzhment/osoblivosti_mehanizmu_formuvanny_a_pozitivnoyi_korporativnoyi_kulturi_organizatsiyi

2. Typology corporate cultures [Електронний ресурс] - Режим доступу: <http://www.hr-portal.ru/article/tipologiya-korporativnykh-kultur>

3. Чернявська Д., Глива А. The Leadership Grid: як підвищити командну взаємодію [електронний ресурс] // Режим доступу: <http://innovations.com.ua/ua/articles/finance/14491/the-leadership-grid-yak-pidvishiti-komandnu-vzajemodiyu>

Стаття відправлена: 09.04.2017 г.

© Шевченко І.Б.

ЦИТ: ua117-027

DOI: 10.21893/2415-7538.2016-05-1-027

УДК 339

Ревенко К.О.

АНАЛІЗ ТОВАРООБОРОТУ НА МАКРОЕКОНОМІЧНОМУ РІВНІ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Київ, Васильківська 90А, 03022

Revenko K.O.

ANALYSIS OF THE TURNOVER AT THE MACROECONOMIC LEVEL

Taras Shevchenko National University of Kyiv

Kyiv, Vasylykivska 90A, 03022

Анотація. В роботі аналізується динаміка оптового та роздрібного товарообороту на макроекономічному рівні з урахуванням індексу споживчих цін. Проілюстровано обсяги продовольчих та непродовольчих товарів в обсязі оптового товарообороту. Порівняно експорт та імпорт товарів за 2005-2015 роки. Розглянуті тенденції розвитку бізнесової діяльності підприємств оптової та роздрібної торгівлі в Україні.

Ключові слова: аналіз, оптова торгівля, роздрібна торгівля, товар.

Abstract. The paper analyzes the dynamics of wholesale and retail turnover at the macroeconomic level, taking into account the consumer price index. Illustrated volumes of food and nonfood products in the volume of wholesale turnover. Compared exports and imports for 2005-2015 years. Considered trends of the business of wholesale and retail trade in Ukraine.

Keywords: analysis, wholesale, retail, goods.

Вступ.

Товарний оборот відіграє велику роль як на мікро-, так і на макрорівнях. Зокрема від цього залежить рівень добробуту всіх громадян, оскільки за його допомогою можна визначити споживчі витрати країни. Перехід такої потужної галузі економіки, як торгівля, у категорію збиткової, що спостерігається в останні роки, вимагає комплексного дослідження діяльності підприємств торгівлі із використанням методик формування та розкриття усіх складових



економічної інформації, і в першу чергу облікової інформації.

Виклад основного матеріалу.

В Україні оптова торгівля має більш поширений характер, ніж роздрібна торгівля. Її показники з кожним роком зростають, що вказує на позитивну тенденцію, за останні роки спостерігається невеликий спад, через нестабільну ситуацію в країні та валютні коливання (рис.1). Найвищі обсяги зафіксовані у 2013 році – 434 384,2 млн. грн роздрібний товарооборот та 1 077 987,0 млн. грн - оптовий. Динаміка оптової та роздрібної торгівлі розрахована з урахуванням індексу споживчих цін [2, с. 30].

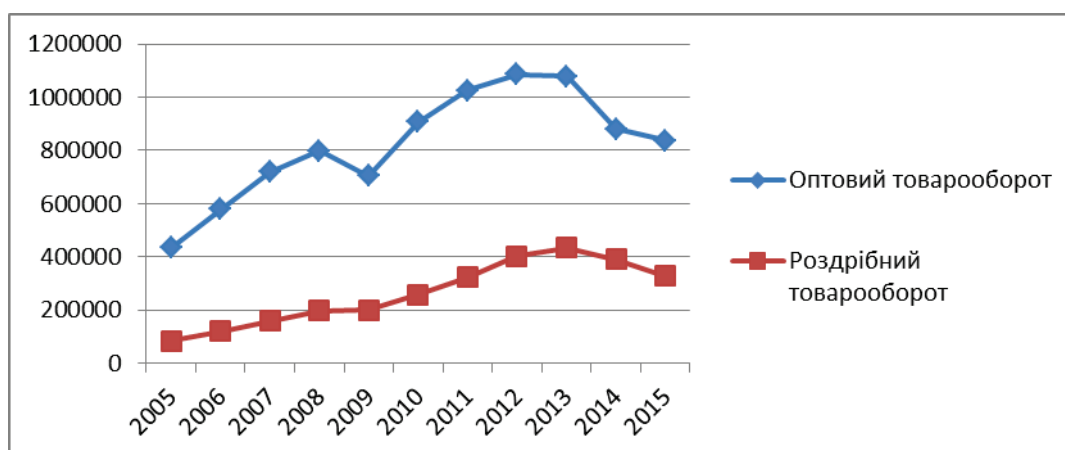


Рис.1. Динаміка оптового та роздрібногo товарообороту України за 2005-2015 рр., млн.грн [1]

Продаж непродовольчих товарів в оптовому товарообігу перевищує продаж продовольчих. В середньому їх співвідношення 80 % до 20% (рис. 2). Відповідно до даних Державної служби статистики України у 2015 році продовольчі товари становили 224 269,0 грн, а непродовольчі – 1 019 952,0 грн, що більше ніж за 2014 рік, коли продовольчі товари склали 194 669,0 грн , а непродовольчі – 793 288,0 грн.

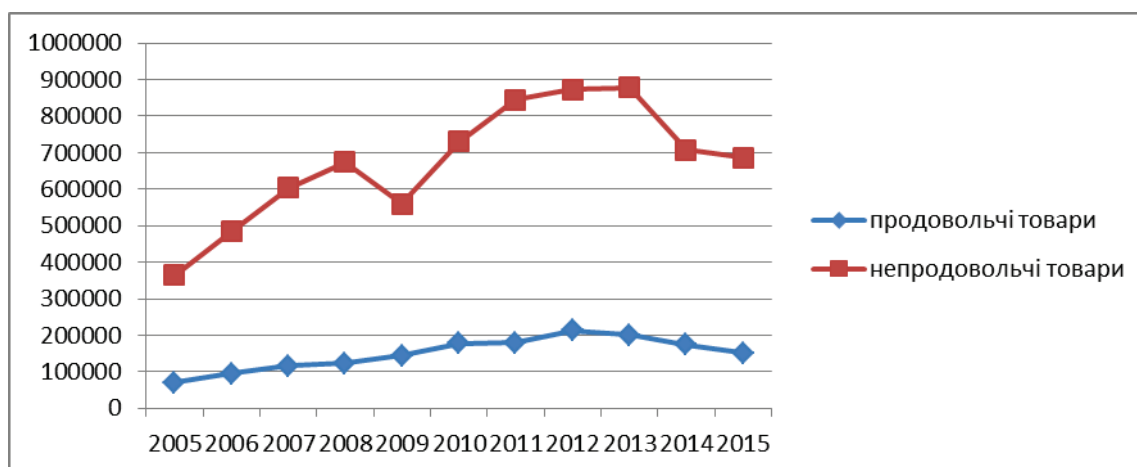


Рис. 2. Динаміка структури оптового товарообороту за 2005-2015 рр. [1]

Розвиток зовнішньої торгівлі, зокрема, нарощування експорту країни на світовому ринку, збільшення або, принаймні, збереження його питомої ваги у



світовій торгівлі є надзвичайно важливим чинником функціонування національної економіки будь-якої держави. Найбільшими торговельними партнерами України є Російська Федерація, Білорусь, Китай, Туреччина, країни Євросоюзу, зокрема, Німеччина, Польща, Італія, Угорщина. Динаміка експорту та імпорту зростає, лише у 2008-2009 рр. відбулось різке падіння через світову кризу, так і у 2014 році через загострення ситуації в країні. Згідно з даними Державної служби статистики України експорт у 2015 році становив 38 127,1 млн. USD, а імпорт – 37 516,0 млн. USD, що значно менше у порівнянні з минулими роками, коли у 2013 експорт був 63312 млн. USD і імпорт складав 76964 млн. USD (рис. 3).

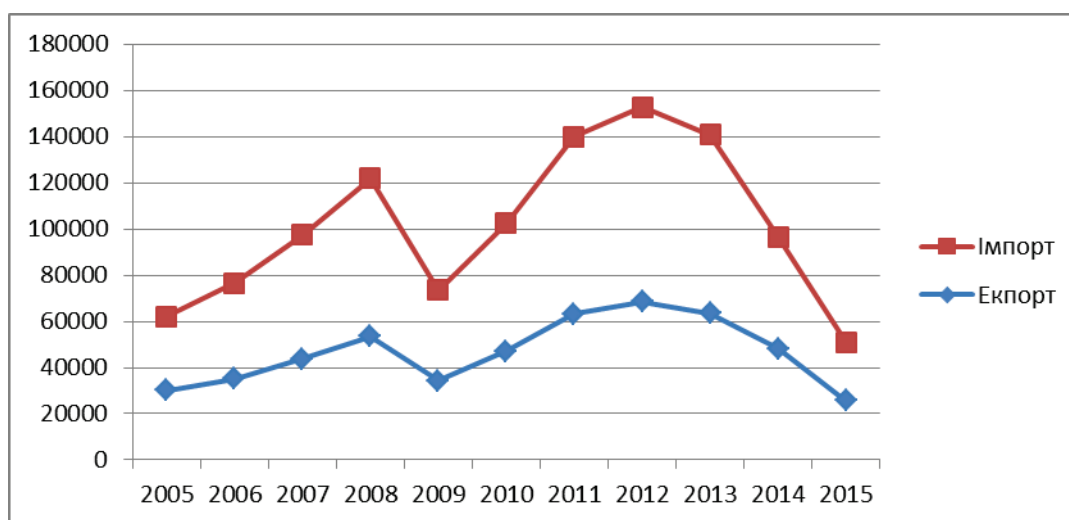


Рис. 3. Динаміка зовнішньої торгівлі за 2005-2015, млн. USD [1]

Товари, які експортує Україна: продукція металургійної промисловості, машинобудування, хімічної та нафтохімічної промисловості, агропромислового комплексу, легкої, харчової і місцевої промисловості. Для України характерним є домінування в експорті такої промислової продукції, яка потребує значних виробничих потужностей, але не має суттєвого наукового вмісту, її виготовлення супроводжується надмірними навантаженнями на навколишнє середовище. Основними видами українського товарного імпорту традиційно є паливно-енергетичні ресурси, продукти нафтопереробки, сировина та продукція хімічної та нафтопереробної промисловості, вироби чорної та кольорової металургії, товари легкої промисловості, машинобудування, електроніка, товари харчової промисловості. На сьогодні багато українських підприємств займаються модернізацією виробничих потужностей, активно імпортуючи нове устаткування.

Висновки.

Отже, товари відіграють важливу роль в кругообороті капіталу, є ключовою ланкою в процесі реалізації і метою торговельних підприємств через отримання прибутку. Проаналізовано обсяги внутрішнього та зовнішнього товарообороту. Визначено, що торговельний бізнес в Україні зазнає збитковості. Співпраця держав побудована на торгівлі, що закликає Україну розвивати свій експортний потенціал.



Література

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Економічний аналіз: навчальний посібник/Г. П. Голубнича, Л. І. Панасенко. -К.: Вид.-полігр. центр "Київський університет", 2008. -309 с.

3. Гура Н.О. Облік видів економічної діяльності: Підручник / Н.О. Гура. – Київ: Центр учбової літератури, 2010. – 391 с.

Стаття відправлена: 21.03.2017 р.

© Ревенко К.О.

ЦИТ: ua117-105

DOI: 10.21893/2415-7538.2016-05-1-105

УДК 339.13:332.1

Мешечкина Р.П., Лысова И.И.

**ФОРМИРОВАНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ НА РЕГИОНАЛЬНОМ
ПОТРЕБИТЕЛЬСКОМ РЫНКЕ: ИННОВАЦИИ, СТРАТЕГИИ,
ИНСТРУМЕНТЫ**

*Белгородский университет кооперации, экономики и права,
Белгород, ул. Садовая, 116, «А»*

Meshechkina R.P., Lysova I.I.

**FORMATION OF COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE REGIONAL
CONSUMER MARKET: INNOVATIONS, STRATEGIES, TOOLS**

*Belgorod University of Cooperation, Economics and Law,
Belgorod, Sadovaya, 116, "A"*

Аннотация. В статье излагаются проблемы развития регионального потребительского рынка, возможность и необходимость использования для портфельного анализа матричных методов, выступающего основой разработки перспективного плана развития торговой компании с учетом тенденций, сложившихся на региональном потребительском рынке, приводятся инструменты инновационной стратегии формирования рыночных условий и конкурентной среды на региональном потребительском рынке.

Abstract. The article deals with the problems of the regional consumer market development; investigates the possibility and necessity of using matrix methods for portfolio analysis, which is the basis for working out a trading company's long-term development plan under the trends dominating in the regional consumer market; studies the innovation strategy tools for the both market conditions and a competitive environment formation at the regional consumer market.

Ключевые слова: потребительский рынок, торговая компания, конкурентная среда, инновационная стратегия, потребители, ассортимент, маркетинговые инструменты.

Key words: consumer market, trading company, competitive environment, innovative strategy, consumers, range of goods, marketing tools.

Introduction. In order to ensure a stable and efficient operation of the trading company it is necessary to monitor the situation at the regional consumer market,