

## ДОСЛІДЖЕННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ КОНДИТЕРСЬКОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ

На сьогодні зовнішньоекономічна діяльність є одним із найважливіших аспектів розвитку економіки України, що включає в себе поступове відмовлення країни від монополії на зовнішню торгівлю. Підприємства мають право самостійного виходу на іноземний ринок.

Особливістю діяльності підприємств кондитерської галузі є постійне посилення конкуренції між ними. Підприємства мають активно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки як у перспективі, так і сьогодні та визначати рівень стійкості на цьому ринку.

Дослідження зовнішньоекономічної діяльності кондитерської галузі висвітлювалися у працях І. В. Багрова [1], Н.М. Тюріна [2], М.І. Дідківський [3], О.С. Галушко[4], Ученими було обґрунтовано потребу у необхідності вивчення ринку кондитерських виробів та активного збуту продукції на зовнішньому ринку. Але залишаються проблеми, що потребують подальшого вирішення; а саме, розробка комплексного підходу до формування ефективного ринку збуту та точне окреслення факторів впливу зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД).

У зовнішньоекономічній діяльності бере участь велика кількість підприємств в тому числі і кондитерські. Основними компаніями на українському кондитерському ринку є - Кондитерська Корпорація «ROSHEN», Компанія «КОНТІ», які входять в ТОП-100 кондитерських компаній світу за підсумками 2016 року. Чистий продаж яких становить: «ROSHEN» - 800 млрд. дол. США, «КОНТІ» - 469 млрд. дол. США.

Одним із найрозвинутіших ринків кондитерської галузі є український, обсяг виробництва якого складає близько 3 % ВВП країни. (табл. 1), [5].

Таблиця 1

Найменування продукції	Обсяг виробленої продукції			
	2013	2014	2015	2016
Торти і вироби кондитерські, т	134208	19076	116136	118923
Печиво солодке, вафлі та вафельні облатки, т	76919	60207	34528	36264
Шоколад і аналогічні вироби з вмістом какао, т	20787	18790	16923	20741
Вироби шоколадні, т	1767	884	373	356
Цукерки шоколадні із вмістом алкоголю (крім шоколаду в брикетах), т	36522	20911	16221	16385
Цукерки шоколадні, т	36522	86381	59541	52286
Карамелі, тофі (ірис) та солодощі аналогічні, т	74357	70515	83700	75591
Шоколад білий, т	2971	1811	1302	1475
Вироби кондитерські з цукру інші, н.в.і.у., т	36601	41514	33347	28015

У 2016 році порівняно з 2013 роком, загальний обсяг виготовленої продукції зменшився на 18,17 %.

Обсяг виробництва є показником того яка частка товару українських виробників буде імпортована за кордон, що дає змогу не тільки забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й створити значний експортний потенціал (табл. 2) [5].

Таблиця 2

Роки	Од. виміру	Експорт та імпорт товарів кондитерської галузі			
		Експорт		Імпорт	
		Кількість	Варт., тис.дол.США	Кількість	Варт., тис.дол.США
2014	кг	67482828,5	123876,7	14452477,7	44010,6
2015	кг	75954827,6	104300,2	7605188,0	22888,5
2016	кг	77457687,3	104453,9	8493614,2	26341,5
2017 січ-лип	кг	44100606,4	61115,6	5847135,2	16755,3

Кількість експортованого товару збільшилась на 12,88%, коли у вартісному вимірі зменшилась на 38,07%. Обсяги імпортованих кондитерських виробів відносно зменшились у 2016 році порівняно з 2014 роком як у кількісному –

41,23% так і у вартісному – 41,15% вимірі. Якщо в 2014 році нами було імпортовано близько 14,45 тис. т., то у 2016 році цей показник становив 8,49 тис. т. Що свідчить про задоволення внутрішнього попиту вітчизняною продукцією.

Зменшення обсягу виробництва кондитерської галузі, спад експортного потенціалу країни – свідчить про, недостатньо високий рівень управління зовнішньоекономічною діяльністю. Тож автором було розроблено наступну модель факторів, що впливають на зовнішньоекономічну діяльність підприємств (рис. 1).

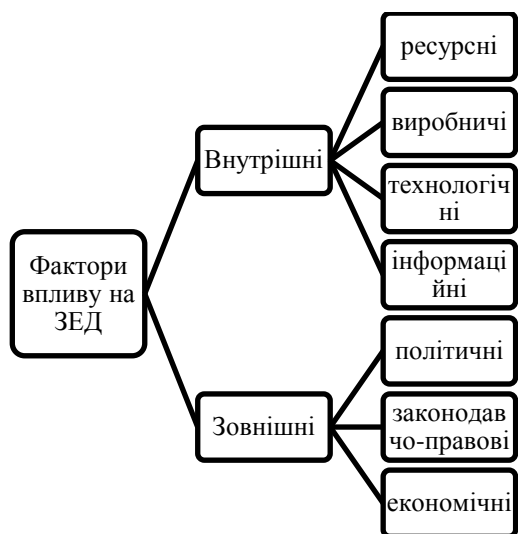


Рис. 1 Фактори впливу на зовнішньоекономічну діяльність

При ефективному та доцільному використанні описаних автором факторів впливу на зовнішньоекономічну діяльність, підприємства кондитерської промисловості матимуть стабільну позицію на зовнішніх ринках.

Створення функціональної системи управління ЗЕД на підприємстві потребує наявності достатньої кількості ресурсів для ефективної діяльності на зовнішніх ринках, наявності навичок стратегічного планування діяльності підприємства, ефективної системи інформаційного забезпечення підприємства, що допоможе створити відповідні конкурентні переваги на зовнішньому ринку.

#### Список використаної літератури:

1. Багрова І.В. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Підручник// Багрова І.В.,— К.: Центр навчальної літератури, 2012. — 580 с.
2. Тюріна Н. М. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / Н. М. Тюріна, Н. С. Карвацка // М-во освіти і науки, молоді та спорту України. – К.: Центр учбової літератури, 2013. – 243 с.
3. Дідківський М. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства : навч. посібник// Дідківський М. І. – К.: Знання, 2012. – 462 с.
4. Галушко О. С. Особливості та перспективи розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах інтеграції України у світове економічне співтовариство / О. С. Галушко // Економічний вісник Національного гірничого університету. - 2003. - № 1. - С. 47-55.
5. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>