

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту
В.о. завідувачки кафедри
_____ Уханова І.О.
“ ____ ” _____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини»
за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини»

НА ТЕМУ «УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ
ПЛОДОВО-ЯГІДНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ»

Виконавець:
студентка ФМЕ, гр. 43М
Завадська Ірина Олегівна _____
/ підпис /

Науковий керівник:
к.е.н., доцент
Міндова Олена Ігорівна _____
/ підпис /

ОДЕСА – 2024

АНОТАЦІЯ

Завадська І. О., «Удосконалення зовнішньої торгівлі України плодово-ягідною продукцією».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра зі спеціальності 292 «Міжнародні економічні відносини» за освітньою програмою «Міжнародні економічні відносини». – Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024 р.

Кваліфікаційна робота бакалавра складається з трьох розділів. Об'єктом дослідження є зовнішня торгівля підприємств України плодово-ягідною продукцією.

У роботі розглядаються сутність і особливості зовнішньої торгівлі, її структура, методи регулювання, порядок здійснення на підприємствах.

Охарактеризовано стан зовнішньої торгівлі України плодово-ягідною продукцією, проаналізовано зовнішньоекономічна діяльність сільськогосподарського підприємства ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

Обґрунтовано перспективи розвитку зовнішньої торгівлі ТДВ «ЯНТАРНІЙ» плодово-ягідною продукцією.

Ключові слова: зовнішня торгівля, експорт, імпорт, ринок плодово-ягідної продукції, регулювання ринку плодово-ягідної продукції, перспективи розвитку світового ринку торгівлі плодово-ягідною продукцією.

ANNOTATION

Zavadska I. O., “Strengthening foreign trade in Ukraine in fruit and berry products.”

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in specialty 292 "International Economic Relations" under the educational program "International Economic Relations". – Odesa National University of Economics. – Odesa, 2024

The master's qualification work consists of three sections. The object of the study is the foreign trade of Ukrainian enterprises in fruit and berry products.

The work examines the essence and features of foreign trade, its structure, methods of regulation, and the procedure for implementation at enterprises.

The state of Ukraine's foreign trade in fruit and berry products has been characterized, the foreign economic activity of the agricultural enterprise TDV "YANTARNIY" has been analyzed.

The prospects for the development of foreign trade of TDV "YANTARNIY" in fruit and berry products are substantiated.

Keywords: foreign trade, export, import, market of fruit and berry products, regulation of the fruit and berry market, prospects for the development of the global fruit and berry trade market.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
Розділ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ ЗОВНІШНЬОЇ ТОРГІВЛІ СУБ'ЄКТАМИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	6
1.1. Торгівля як основний вид зовнішньоекономічної діяльності підприємства.....	6
1.2. Особливості та чинники експортної діяльності підприємства.....	13
1.3. Особливості та чинники імпортової діяльності підприємства.....	20
Висновки до розділу 1.....	26
Розділ 2 ОЦІНКА СТАНУ ЗОВНІШНЬОТОРГІВЕЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ НА РИНКУ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЇ ПРОДУКЦІЇ.....	28
2.1. Аналіз зовнішньої торгівлі України плодово-ягідною продукцією.....	28
2.2. Характеристика господарської діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності.....	38
2.3. Оцінка зовнішньої торгівлі ТДВ «ЯНТАРНІЙ» плодово-ягідною продукцією.....	45
Висновки до розділу 2.....	50
Розділ 3 ШЛЯХИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЗОВНІШНЬОЇ ПЛОДОВО-ЯГІДНОЮ ПРОДУКЦІЄЮ ТДВ «ЯНТАРНІЙ».....	53
3.1. Сучасні світові тенденції зовнішньої торгівлі плодово-ягідною продукцією.....	53
3.2. Перспективи розвитку зовнішньої торгівлі плодово-ягідною продукцією ТДВ «ЯНТАРНІЙ».....	59
Висновки до розділу 3.....	66
ВИСНОВКИ.....	68
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	74

ВСТУП

Актуальність дослідження. Українські підприємства із становленням ринкової економіки стали повноправними учасниками світового ринку, то велика частка з них здійснюють як експортні, так і імпорتنі операції. Експорт дає можливість компанії здійснювати частину виробничих процесів в інших країнах, якщо це дешевше, ніж у країні. Експорт сільськогосподарської продукції став пріоритетом у національній політиці та діяльності підприємств, збільшується число підприємств, орієнтованих на експорт своєї продукції, розширюється номенклатура експорту, зростає обсяг експорту.

Українські ягоди користуються попитом з інших країн, і при дотриманні всіх стандартів все більше фермерів зможуть виходити на нові ринки. За останні п'ять років експорт свіжих ягід на європейський ринок з країн, що розвиваються, подвоївся і продовжує зростати. Високий попит на якісну українську продукцію високої якості та за доступною ціною дозволяє постачальникам працювати з рекордною рентабельністю. Щорічно збільшуються обсяги реалізації плодово-ягідної продукції вже не як сировини, а як продуктів переробки. Це обґрунтовується змінами вимог споживачів усього світу, іншими запитами щодо продукції. Саме це дає поштовх до змін, пошуку нових стратегій розвитку галузі та завоювання позицій на міжнародному ринку. Таким чином, тема дослідження є актуальною.

Серед дослідників питань та проблем зовнішньої торгівлі в Україні взагалі і агропродукцією зокрема слід відзначити таких як Аль-Оста С.А., Бабан Т.О., Білоусов Є. М., Будякова О., Васильєв А., Волков Б.О., Волошан І.Г., Георгіаді Н.Г., Галенко В., Гребельник О.П., Гуменюк Я., Євтушенко В. А., Задорожний В., Коваленко Н. В., Козак Ю. Г., Козик В. В., Кузьмін О.Є., Мельник О.Г., Мізюк С. Г., Мозгова Г. В., Нагірна М.Я., Ортинська О.Л., Остапенко В. М., Панкова Л. А., Пархоменко В. В., Петухова О.М., Слизька А. В., Сидоренко Р. Р., Стовбуненко Д. Д., Сторожчук В. М.,

Тищенко В. Ф., Череп А.В., Шевчук О. В., Шибасєва Н.В., Юр'єва П.Б., Ямкова А.М. При наявності значної кількості праць з досліджуваної тематики, автори мало уваги приділяють дослідженням зовнішньої торгівлі плодово-ягідною продукцією. Вищевикладене обумовило вибір теми кваліфікаційної роботи, її мету та завдання.

Метою роботи є дослідження зовнішньої торгівлі України плодово-ягідною продукцією та визначення напрямів її удосконалення на прикладі сільськогосподарського підприємства.

Поставлена мета обумовила формулювання **завдань кваліфікаційної роботи:**

- розглянути сутність торгівлі як основного виду зовнішньоекономічної діяльності підприємства;

- визначити особливості та чинники експортної та імпорتنної діяльності підприємства;

- охарактеризувати сучасний стан зовнішньої торгівлі України плодово-ягідною продукцією;

- надати характеристика господарської діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» як суб'єкта зовнішньоекономічної діяльності;

- оцінити стан зовнішньої торгівлі ТДВ «ЯНТАРНІЙ» плодово-ягідною продукцією;

- виявити сучасні світові тенденції зовнішньої торгівлі плодово-ягідною продукцією;

- з'ясувати перспективи розвитку зовнішньої торгівлі плодово-ягідною продукцією ТДВ «ЯНТАРНІЙ».

Об'єктом дослідження виступає зовнішня торгівля підприємств України плодово-ягідною продукцією.

Предмет дослідження – теоретичні підходи та практичні напрямки з удосконалення експортної діяльності підприємства ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на ринку плодово-ягідної продукції.

Наявними ринками збуту ягід для ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є країни Євросоюзу. Для успішного експорту ягід на ринок країн ЄС необхідно забезпечення виконання підприємством ряду вимог. Найголовніша вимога - вимога харчової безпеки свіжих ягід. Вимоги юридичного та неюридичного характеру включають в себе: мінімальні залишки пестицидів в ягодах; дотримання фітосанітарних вимог; наявність GlobalG.A.P. та інших сертифікатів як гарантії безпеки харчових продуктів; використання методів органічного виробництва відповідно до європейського законодавства в вирощуванні органічних ягід; дотримання соціальної відповідальності. Важливим є також врахування вимог конкуренції на ринку ягід країн ЄС та визначення каналів збуту, за допомогою яких можна поставити свіжі ягоди на європейський ринок. При виконанні вище зазначених вимог ягідна продукція ТДВ «ЯНТАРНІЙ» буде відповідати європейським стандартам та користуватись на попитом на ринку ЄС.

На наш погляд ТДВ «ЯНТАРНІЙ» окрім освоєного європейського ринку слід звернути увагу на азіатський ринок споживання свіжих ягід. В якості потенціального ринку збуту, розглядається ринок Китаю. Полегшує можливість експорту до Китаю те, що у України із Китаєм укладено чотири міжнародні угоди. Виходячи з перспектив виходу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на китайський ринок з замороженими ягодами, вважаємо доцільним рекомендувати підприємству побудувати цех заморожування ягід та фруктів та використовувати для заморозки та подальшої реалізації не тільки ягоди та фрукти власного виробництва, а й скупати їх для обробки у місцевих дрібних фермерів. Це може значно розширити обсяги експортної продукції підприємства.

Також для перспективного розвитку експортного напрямку діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» необхідно впровадження заходів на макрорівні та залучення підприємства до цифровізації зовнішньої торгівлі.

ВИСНОВКИ

Для розкриття теми дослідження в роботі було поставлено ряд завдань.

В процесі проведення дослідження ці завдання були виконані. Як підсумок можна зробити наступні висновки.

1.3 дослідження теоретичних основ організації зовнішньої торгівлі узагальнено наступне.

1.1. В умовах сучасного світового господарства зовнішня торгівля є найрозвиненішою формою зовнішньоекономічної діяльності, яка сприяє розвитку інших видів даної діяльності. Зовнішня торгівля – це форма міжнародної торгівлі для національного господарства певної країни. Зовнішня торгівля – це торгівля однієї країни з іншими, яка складається з оплачуваного вивезення (експорту) та ввезення (імпорту) товарів і послуг.

1.2. До переваг в участі зовнішньої торгівлі можна віднести: збільшення експорту спричиняє вирішення проблеми з безробіттям, тому що збільшує зайнятість населення країни; присутність міжнародної конкуренції призводить до потреби удосконалення обладнання; удосконалення підприємства; розвитку спеціалізації; підвищення продуктивності ресурсів; збільшення обсягу вироблених товарів та послуг; що у свою чергу призводить до підвищення рівня добробуту населення; виручка від зовнішньої торгівлі є джерелом накопичення капіталу, який у майбутньому може бути спрямований на промисловий розвиток.

1.3. Зовнішня торгівля поділяється дві великі групи: експорт та імпорт. Експорт – це результат, виражений у вартісних чи кількісних показниках поставлених за кордон товарів, наданих послуг та робіт. Об'єктом експорту виступають товари, роботи, послуги та капітали. Експортною діяльністю є сукупність операцій з виходу підприємства на зовнішній ринок. Перевагами експортної діяльності для підприємства є: отримання більшого прибутку, ніж на внутрішньому ринку, тому що реалізація за кордон здійснюється за цінами вище, ніж вітчизняним споживачам; введення в експлуатацію

вільних виробничих потужностей завдяки збільшення обсягів виробництва продукції; виробництво товарів по якості світового рівня; зниження коливань попиту та сезонності шляхом виходу на міжнародні ринки; отримання передового досвіду виробництва.

1.4. Імпортна діяльність є процесом ввезення на територію України товарів, робіт, послуг, капіталів держави-контрагента як для власного споживання, так і з метою перепродажу. Позитивними аспектами імпортової діяльності є: поповнення дохідної частини Державного бюджету країни; можливість отримання відсутніх у країні ресурсів і продуктів; завезення товарів, дешевших за ті, що можуть вироблятися вітчизняними виробниками; стимулювання експорту; посилення конкуренції на вітчизняних ринках.

2. З аналізу зовнішньої торгівлі України плодово-ягідною продукцією виявлено наступне.

2.1. Україна є країною з розвинутою зовнішньої торгівлею. З 2014 по 2023 роки зовнішня торгівля як товарами, так і послугами не має загальної тенденції до зростання чи зниження. Найвище значення показника експорту товарів спостерігається в 2021 році – 63,1 млрд. дол, найнижче – в 2016 році – 33,6 млрд. дол США. В товарному експорті України за досліджуваний період найбільшу частку займали продовольчі товари та сировина для їх виробництва. В імпорті товарів найбільша їх частка приходить на мінеральні продукти, машини і устаткування та продукцію хімічної галузі.

2.2. Група «продовольчі товари та сировина для їх виготовлення», в яку входить плодово-ягідна продукція за останні роки складає більше половини експорту України, а в імпорті її частка досягає лише 10%. Плодово-ягідна продукція за останні 10 років не є значним елементом української зовнішньої торгівлі. В структурі експорту вона займає до 1 %, а в імпорті – ледь перевищує 1 відсоток.

2.3. За період дослідження імпорт плодово-ягідної продукції значно перевищував її експорт. В структурі імпорту плодово-ягідної продукції в Україну більше 50% складають традиційно цитрусові та банани. Найбільший

попит у закордонних покупців вітчизняної плодово-ягідної продукції визивають волоські горіхи та ягоди як свіжі так і заморожені. З 2017 до 2022 роки зростав попит на малину, смородину, лохину. Знизився попит на абрикоси та вишню, у зв'язку зі втратою частки території Херсонської області відсутня експортна реалізація кавунів.

3. Для оцінки зовнішньої торгівлі плодово-ягідною продукцією на рівні конкретного підприємства було обрано Товариство з додатковою відповідальністю «ЯНТАРНІЙ», що знаходиться в Одеській області. Нами з'ясовано:

3.1. Половина обсягу виробництва підприємства складає вирощування продукції садівництва. На сьогодні ТДВ «ЯНТАРНІЙ» здійснює вирощування на своїх садових ділянках малину, полуницю, смородину, суницю та лохину, які мають великий попит на європейському ринку.

3.2. Найвищий обсяг реалізації садівництва ТДВ «ЯНТАРНІЙ» за останні 3 роки був в 2021 році. Він досяг 9812 тис. грн. Найбільшу частку в структурі зазначеної реалізованої продукції займали ягоди: суниця (42,9%), полуниці (15,9%), смородина (14,7%). Не зважаючи на скрутні умови воєнного часу, ТДВ «ЯНТАРНІЙ» мобілізувало сили співробітників та можливості потужностей підприємства і в 2023 році збільшило обсяг реалізації садівництва до 9500 тис. грн., що лише на 3% нижче результату 2021 року. Підвищити обсяги реалізації підприємство змогло завдяки експортній орієнтованості виробництва.

3.3. Обсяг реалізації експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» в 2023 році на 748 тис. грн. більше обсягу реалізації 2021 року і складає 8445 тис. грн., в загальному обсязі реалізації експортна виручка складає 30%. Не зважаючи на важкі воєнні роки в 2023 році підприємством був отриманий прибуток від реалізації в сумі 4657 тис. грн., що на 18% більше прибутку 2022 року, але на 82% нижче прибутку 2021 року. Зауважимо, що 67% прибутку 2023 року підприємство отримало з експортної продукції (в 2021 році – 39,5%). Отже при загальній рентабельності продажу в 2023 році в

16,5%, рентабельність експортної продукції ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є в два рази більшою. Розрахований коефіцієнт ефективності експорту свідчить, що експортна діяльність ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є ефективною, при чому на 1 грн. витрат в 2021 році припадало 1,77 грн. експортної виручки, а в 2023 році цей показник складає 1,59 грн.

3.4. За досліджуваний період підприємство розширило географічну структуру експорту ягід з трьох країн до шести. Найбільшим споживачем продукції за весь період залишається Польща, обсяг експорту ягід до даної країни перевищує 50%. Всі країни з якими має контракти ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є членами Євросоюзу. У зв'язку з розширенням географічної структури, в 2023 році зменшився обсяг поставок до Польщі (на 14%), Литви (на 37%) та Латвії (на 11%), а також зменшилась їх частка в загальній структурі Польщі (на 14%), Литви (на 10%) та Латвії (на 2%).

3.5. В роботі проведений SWOT - аналіз експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ». На основі SWOT-аналізу визначено наступні сильні та слабкі фактори (сторони) та можливі зовнішні впливи (можливості та загрози) для подальшої експортної діяльності підприємства. Сильні сторони: широкий асортимент продукції, відсутність плинності кадрів, експортний потенціал. Слабкі сторони: велика енерго- та матеріаломісткість виробництва, застосування у виробництві високовитратних технологій, що збільшує собівартість продукції і зменшує чистий прибуток підприємства, а також відсутність експортної маркетингової стратегії та відсутність можливості самостійного здійснення логістики.

4. Для розробки перспектив подальшого розвитку експортної діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» нами визначені сучасні тенденції світового ринку торгівлі фруктами та ягодами. Визначено, що на сьогодні найбільший інтерес в зовнішній торгівлі України плодово-ягідною продукцією представляє експорт ягід. Ягідний ринок України лише формується, але близькість до ринків ЄС, конкурентні ціни та якість викликають інтерес до української продукції. За останнє десятиліття обсяги продажів ягід зросли

вдвічі, причому прогнози на найближчі п'ять років ще оптимістичніші. Найвищим попитом у світі користуватимуться малина, ожина та лохина, тоді як споживання полуниці залишиться досить стабільним. Україна має шанс стати ключовим виробником та постачальником ягід на глобальному ринку: останні 5 років цей напрямок інтенсивно розвивається навіть без державної допомоги та підтримки. Виходячи з проаналізованих сучасних тенденцій світового ринку торгівлі фруктами та ягодами зазначимо, що у українських підприємств, які здійснюють експортну діяльність з вирощування та реалізації свіжих ягід є перспективне майбутнє в галузі зовнішньоекономічної діяльності

5. Враховуючи тенденції світового ринку торгівлі ягодами та специфіку діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» та експортний потенціал та маркетингові наробки управлінського персоналу підприємства визначені перспективи постачання підприємством плодово-ягідної продукції на зовнішні ринки України.

5.1. Найвими ринками збуту ягід для ТДВ «ЯНТАРНІЙ» є країни Євросоюзу. Для успішного експорту ягід на ринок країн ЄС необхідно забезпечення виконання підприємством ряду вимог. Найголовніша вимога - вимога харчової безпеки свіжих ягід. Вимоги юридичного та неюридичного характеру включають в себе: мінімальні залишки пестицидів в ягодах; дотримання фітосанітарних вимог; наявність GlobalG.A.P. та інших сертифікатів як гарантії безпеки харчових продуктів; використання методів органічного виробництва відповідно до європейського законодавства в вирощуванні органічних ягід; дотримання соціальної відповідальності. Важливим є також врахування вимог конкуренції на ринку ягід країн ЄС та визначення каналів збуту, за допомогою яких можна поставити свіжі ягоди на європейський ринок. При виконанні вище зазначених вимог ягідна продукція ТДВ «ЯНТАРНІЙ» буде відповідати європейським стандартам та користуватись на попитом на ринку ЄС.

5.2. На наш погляд ТДВ «ЯНТАРНІЙ» окрім освоєного європейського ринку слід звернути увагу на азіатський ринок споживання свіжих ягід. В якості потенціального ринку збуту, розглядається ринок Китаю. Полегшує можливість експорту до Китаю те, що у України із Китаєм укладено чотири міжнародні угоди. Виходячи з перспектив виходу ТДВ «ЯНТАРНІЙ» на китайський ринок з замороженими ягодами, вважаємо доцільним рекомендувати підприємству побудувати цех заморожування ягід та фруктів та використовувати для заморозки та подальшої реалізації не тільки ягоди та фрукти власного виробництва, а й скупати їх для обробки у місцевих дрібних фермерів. Це може значно розширити обсяги експортної продукції підприємства.

Також для перспективного розвитку експортного напрямку діяльності ТДВ «ЯНТАРНІЙ» необхідно впровадження заходів на макрорівні. Для цього, на наш погляд, необхідно:

- підвищити ефективність державної політики з приводу експорту плодово-ягідної продукції;
- зміцнити державну підтримку виробників плодово-ягідної продукції
- поліпшити обізнаність із приводу зарубіжної торгівлі;
- підвищити конкурентоспроможність підприємств, спрямованих на зарубіжну торгівлю;
- виробництво органічної ягідної продукції, яка має підвищений попит у основних імпортерів даної продукції з України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- 1 Будякова О., Задорожний В. Сутність зовнішньоекономічної діяльності підприємства. URL: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/16856/1/PIONBUG_2020_P044-045.pdf (дата звернення 12.04.2024)
2. Господарський кодекс України. URL: www.zakon.rada.gov.ua. (дата звернення 10.03.2024)
3. Про зовнішньоекономічну діяльність : Закон України від 16 квітня 1991 р. № 959-ХІІ. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12> (дата звернення: 21 березня 2024 р.).
4. Гребельник О.П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник . Університет державної фіскальної служби України. Ірпінь : Університет ДФС України, 2019. 409 с.
5. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю. Г. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с.
6. Тищенко В. Ф., Остапенко В. М. Основи зовнішньоекономічної діяльності та митної справи: навчальний посібник. Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця. 2022. 193 с.
7. Юр'єва П.Б. Зовнішня торгівля країни в умовах глобальних трансформацій: аналітичний інструментарій. *Інфраструктура ринку*. 2019. Випуск 29. С. 51-57
8. Білоусов Є. М. Зовнішньоторговельна діяльність (особливості доктринального та правового забезпечення). *Право та інноваційне суспільство*. 2020. № 1 (14). С. 72 – 77
9. Шибаєва Н.В., Бабан Т.О. Модифікація форм та методів державного регулювання економіки як фактор забезпечення стійкого економічного розвитку. Information aspects of socio-economic systems' development:

- Monograph 5/ Ed. by A. Ostenda, T. Nesterenko Katowice: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej, Katowice School of Technology, 2016. С. 77-85.
10. Самуэльсон П., Нордхаус В. Экономика . пер. с англ. М.: Изд-во БИНОМ. 1997. 579 с.
11. Bernard Y., Colli C. Dictionnaire economique et financier. Paris. Editions du Seuil, 1996. 1515 p.
12. Петухова О.М., Ямкова А.М. Розвиток експортної діяльності підприємства Наук. праці Нац. ун-ту харч. технологій. 2019. Т. 25. № 1. С. 47-54.
13. Мельник О.Г., Нагірна М.Я. Діагностика факторів впливу на експортну діяльність підприємства. Інноваційна економіка. 2013. № 5. С. 63- 66.
14. Ортинська О.Л., Череп А.В. Організаційно-економічний механізм експортної діяльності підприємства. Національне господарство України: теорія та практика управління. 2015. С. 232-236. URL:
15. Кузьмін О.С., Георгіаді Н.Г. Стратегія зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Економічні та гуманітарні проблеми розвитку у III тисячолітті. Рівне: Тетіс, 2000. С. 76–78
16. Козик В. В., Панкова Л. А. Міжнародна економіка та міжнародні економічні відносини: Практикум. Київ: Вікар, 2003. 368с.
17. Волков Б.О. Теоретичні підходи до визначення суті експортної діяльності підприємства. Вісник НТУ «ХПІ». 2017. №54(1257). С.15-20.
18. Аль-Оста С.А. Трикомпонентна модель експортної діяльності підприємства. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2015. №1. С.213-220.
19. Волошан І.Г. Методичний підхід до оцінки ефективності експортної діяльності промислового підприємства. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини.* 2019. №24 (1). С. 74-77.
20. Мозгова Г. В., Євтушенко В. А., Стовбуненко Д. Д. Теоретичні аспекти імпортової діяльності підприємств України. *БізнесІнформ.* 2021. №12.

21. Мізюк С. Г., Коваленко Н. В. Міжнародна конкурентоспроможність підприємства: сутність, основні складові та джерела формування конкурентних переваг. *Приазовський економічний вісник*. 2019. Вип. 2. С. 26–30.
22. Гребельник О. П. Основи зовнішньоекономічної діяльності : підручник. 5-те вид., перероб. та допов. Ірпінь, 2019. 410 с.
23. Сторожчук В. М. Трансформація функцій митного тарифу в умовах лібералізації митно-тарифного регулювання. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2017. Вип. 23. Ч. 1. С. 30–34.
24. Слизька А. В., Сидоренко Р. Р. Теоретична модель Адама Сміта, як спосіб подолання кризи в Україні. *Економіка і підприємництво*. 2019. № 43. С. 16–23.
25. Шевчук О. А., Шевчук О. В. Сучасні напрями формування конкуренції на внутрішньому ринку країни. *Парадигмальні зрушення в економічній теорії XXI ст.* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Київ, 2–3 листопада 2017 р.). Київ : КНУ ім. Тараса Шевченка, 2017. С. 352–355.
26. Пархоменко В. В. Експортоорієнтована стратегія нових індустріальних країни: досвід для України . *Бізнес-аналітика в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю* : матеріали VII Міжнародної науковопрактичної конференції (м. Київ, 17 березня 2020 р.). Київ : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2020. С. 350–352.
27. Національний банк України. Статистика зовнішнього сектору. Зовнішня торгівля. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external> (дата звернення: 27.03.2024)
28. Державна служба статистики України. URL:<https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.03.2024)
29. Дія. Бізнес. Експортний напрям. URL: <https://export.gov.ua/> (дата звернення: 24.03.2024)