

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ**  
**ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра міжнародних економічних відносин

Допущено до захисту

Завідувач кафедри

Козак Ю.Г.

“ ”\_

2018 р.

**ДИПЛОМНА РОБОТА**  
**на здобуття освітнього ступеня бакалавра**  
зі спеціальності міжнародна економіка  
за темою:

Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок: аналіз та шляхи удосконалення  
( на прикладі СПАТ «Україна»)

Виконала: студентка 4 курсу, 7 групи ЦЗФН  
спеціальності 6.030503 Міжнародна економіка  
Журавльова Тетяна Сергіївна

Науковий керівник: к.е.н, доцент кафедри МЕВ  
Короленко Наталія Валеріївна

ОДЕСА – 2018

## АНОТАЦІЯ

на випускню роботу Журавльова Тетяна Сергіївна  
«Стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок: аналіз та шляхи  
удосконалення ( на прикладі СПАТ «Україна»)»

(тема)

на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня  
бакалавра

Одеський національний економічний університет  
м. Одеса, 2018 рік

Випускна робота складається з трьох розділів.

Об'єктом дослідження виступає СПАТ «Україна», що займається виробництвом сільськогосподарської продукції.

Предметом дослідження є певна діяльність підприємства на міжнародному ринку

Мета дипломної роботи полягає у теоретичному обґрунтуванні та визначенні перспективи розвитку виходу сільськогосподарського підприємства СПАТ «Україна» .

В результаті дослідження СПАТ «Україна» запропонована нова стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок, надані методичні рекомендації з удосконалення організації процесу виробництва, а також сформульована маркетингова стратегія.

**Ключові слова:** Стратегія, зовнішньоекономічна стратегія, світовий аграрний ринок, сільськогосподарське підприємство, прямий та непрямий експорт.

## ANNOTATION

For diploma work Zhuravliova Tetiana Serhiivna  
the strategy of the company's exit to the foreign market: analysis and ways of  
improvement (for example, APJSC URAINA)

Bachelor

To receive education and skill level  
Odessa National University of Economics  
с. Odessa, 2017

Diploma work consists of three chapters. Object of research supports study is APJSC "Ukraine", which is engaged in the production of agricultural products.

The subject of the study is a certain activity of the company on the international market. The purpose of the thesis is the theoretical substantiation and the prospects of the development of the output of the agricultural enterprise of Ukraine.

As a result, of the study of APJSC "Ukraine", a new strategy for the company's exit to the foreign market was proposed, methodical recommendations were given for the improvement of the organization of the production process, and the marketing strategy was formulated.

**Key words:** strategy, foreign economic strategy, world agrarian market, agricultural enterprise, direct and indirect export.

ЗМІСТ ВСТУП .....	7
<b>РОЗДІЛ 1.....</b>	<b>7</b>
<b>ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТРАТЕГІЇ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК .....</b>	<b>7</b>
1.1. Суть та значення стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок .....	7
1.2. Форми стратегій виходу підприємства на зовнішні ринки.....	10
1.3. Методи проникнення підприємств на зовнішній ринок .....	17
Висновки до 1 розділу .....	24
<b>РОЗДІЛ 2.....</b>	<b>27</b>
<b>АНАЛІЗ ЕФЕКТИВНОСТІ РОЗРОБКИ КОМПЛЕКСНОЇ СТРАТЕГІЇ ДЛЯ ВИХОДУ ПІДПРИЄМСТВА НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК, НА ПРИКЛАДІ СПАТ «УКРАЇНА».....</b>	<b>27</b>
2.1. Загальна характеристика підприємства СПАТ «Україна».....	27
2.2. Аналіз чинників, що впливають на ефективність діяльності підприємства СПАТ «Україна» .....	42
2.3. Аналіз дослідження стратегії виходу підприємства СПАТ «Україна» на зовнішній ринок .....	50
Висновки до 2 розділу .....	59
<b>РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СТРАТЕГІЧНОГО ПЛАНУВАННЯ ПРИ ВИХОДІ ПІДПРИЄМСТВА СПАТ «УКРАЇНА» НА ЗОВНІШНІЙ РИНОК.....</b>	<b>62</b>
3.1. Формування економічної ринкової стратегії для виходу підприємств СПАТ «Україна» на зовнішній ринок.....	62
3.2. Пропозиції щодо вдосконалення стратегії виходу підприємства СПАТ «Україна» на зовнішній ринок.....	68
Висновки до 3 розділу .....	75
Список використаних джерел .....	81
Додатки .....	89

## ВСТУП

Поштовхом до міжнародної торгівлі може стати потреба суб'єкта виробництва поширювати свій ринок збуту та покращувати позиціонування на ринку, стимулювання підвищити престиж підприємства за рахунок одержання статусу суб'єкта міжнародних відносин.

Окрім того, потреба вийти на зовнішній ринок можна пояснити бажання будь-якого підприємства, по-перше, бути більш гнучким до змін попиту (діяльність в декількох країнах забезпечить більш повну інформацію щодо нових тенденцій), по-друге бути стійкішим до економічних коливань та появи нових конкурентів.

На даний момент в Україні налічується багато перспективних підприємств, що займаються розширенням зовнішньоекономічної діяльності, що з одного боку відкриває великі перспективи, а з іншого боку робить конкуренцію ще більш жорстокішою. Підприємства, що отримали одобрення на внутрішньому ринку та мають конкурентоспроможний товар, розробляють нові методи та шляхи виходу на зовнішній ринок.

Ключові слова: Стратегія, зовнішньоекономічна стратегія, світовий аграрний ринок, сільськогосподарське підприємство, прямий та непрямий експорт.

Актуальність дослідження зумовлена тим, що в умовах міжнародної економічної глобалізації в країні однією з важливих проблем, що потребують рішення, є організація дієвої взаємодії фірм з учасниками міжнародного ринку.

В ринкових умовах господарювання механізм стратегічного управління аграрними формуваннями перебуває на етапі становлення. Нестабільність зовнішнього середовища підприємств сприяє появі нових методів, систем і підходів до управління. На сьогодні більшість вітчизняних аграрних підприємств працюють у середовищі, що швидко змінюється та важко передбачається, саме тому гостро стоїть потреба використання у практичній діяльності методів стратегічного управління.

У більшості аграрних підприємств не здійснюється розробка ефективної системи стратегічного управління, а існує лише орієнтація на розмиті цілі. Рівень стратегічного управління у сільськогосподарських підприємствах знаходиться на

досить низькому рівні. У сучасних умовах його можна назвати задовільним, оскільки він забезпечує виживання господарств, проте, для подальшого розвитку аграрного сектору та їх розширеного відтворення керівництву підприємств необхідно головну увагу зосередити саме на стратегічному управлінні. Все це робить тему дослідження надзвичайно актуальною, позаяк вона має не лише теоретичне, але й глибоке практичне значення для аграрних формувань в нинішніх умовах.

Аналіз останніх досліджень. Фактори, які чинять вплив при виході підприємства на зовнішній ринок висвітлені у трудах таких іноземних авторів, як Філіп Котлер, Гарі Армстронг та інших. Так само ці фактори розглянуто і українськими вченими : Дідківський М.У., Воронова О.Н., Харчук Т.В. тощо.

Теоретичні аспекти стратегічного розвитку підприємств аграрного сектору досліджували такі науковці, як Саблук П.Т., Завадський Й.С., Гудзинський О.Д., Андрійчук В.Г. та інші.

Але кожен автор різні складові кожного фактору і по-різному оцінюють його значення для підприємства. Проте в сучасній літературі проблематика щодо факторів, які впливають при виході вітчизняних підприємств на зовнішній ринок не знайшло чинного науково-практичного рішення і тлумачення.

Мета роботи: визначення перспективи розвитку виходу сільськогосподарського підприємства СПАТ «Україна» .

Поставлена мета визначає головні задачі, що підлягають вирішенню в даній роботі:

- Визначити суть, форми та методи стратегій виходу підприємства на зовнішній ринок;
- Охарактеризувати основну економічну діяльність підприємства СПАТ «Україна»;
- Провести аналіз чинників, що впливають на ефективність стратегії виходу підприємства СПАТ «Україна» на зовнішній ринок;
- Аналізувати дослідження стратегії виходу підприємства СПАТ «Україна» на зовнішній ринок;

- Сформувати економічну ринкову стратегію для виходу підприємства СПАТ «Україна» на зовнішній ринок;
- Розробити пропозиції щодо вдосконалення стратегії виходу підприємства СПАТ «Україна» на зовнішній ринок.

Об'єктом роботи є міжнародний ринок на сучасному етапі його розвитку і діяльність українського підприємства як його суб'єкта.

Предмет дослідження – певна діяльність підприємства на міжнародному ринку.

Методами дослідження підприємства виступають наступні:

- Аналіз експортної діяльності підприємства;
- прогноз діяльності після впровадження запропонованих заходів;
- системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів
- системний підхід до вивчення економічних явищ і процесів, наукові роботи вітчизняних і зарубіжних вчених-економістів з питань стратегічного управління аграрними підприємствами

Загальними теоретичними і методологічними джерелами при написанні даної роботи були українські й іноземні видання, присвячені зовнішньоекономічній діяльності і управлінню експортною діяльністю на підприємстві. Інформаційно-нормативною базою дослідження стали законодавчі та нормативно-правові акти, офіційні статистичні дані Державної служби статистики України та Головного управління статистики в Одеській області, річна звітність та економічна інформація приватно аграрного підприємства СПАТ «Україна».

Практична частина роботи побудована на даних економічних досліджень і експертних опитувань співробітників компанії, клієнтів і фахівців ринку.

Структура роботи : титульний лист, зміст, вступ, 3 глави, висновки, список використаних джерел, який включає найменувань, додатки. Робота викладена на 97 сторінках основного тексту, містить 13 таблиць і 12 рисунків.

## ВИСНОВКИ

Підводячи підсумки, потрібно зазначити, що стратегію виходу підприємства на зовнішній ринок слід розуміти як цілісну систему, як сукупність заходів по плануванню, організації і контролю. Зовнішньоекономічна стратегія необхідна підприємству як засіб досягнення неповторності, признання та відображення іміджу в цілому. Тільки вірно розроблена комплексна стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок дозволить ефективно функціонувати на зовнішньому ринку. Не слід заперечувати, що розробка стратегії та впровадження її в діяльність компанії носить витратний характер. Але в майбутньому, при удосконаленні механізму регулювання діяльності компанії на зовнішньому ринку буде спостерігатися позитивна тенденція: завоювання значної частки ринку та отримання надприбутку.

Розроблена комплексна стратегія виходу підприємства на зовнішній ринок висуває різні завдання, але вони не виключають один одного, а можуть бути реалізовані здебільшого паралельно або взаємно доповнювати один одного. Раціональне поєднання елементів кількох методів дає змогу сконструювати прийнятні рішення в сфері стратегічного планування.

При розробці стратегії виходу підприємства на зовнішній ринок, на прикладі компанії СПАТ «Україна», були детально розглянуті сильні сторони та можливості підприємства, зміст понять стратегічне планування зовнішньоекономічної діяльності, місія, цілі, задачі функціонування компанії на зовнішньому ринку, приділена велика увага конкурентоспроможності та ризикам, що виникають при здійсненні ЗЕД.

В дипломній роботі була розроблена стратегія прямого експорту зернових продуктів в країни ЄС, зокрема Іспанію. Стратегія прямого експорту обґрунтовується тим, що для компанії СПАТ «Україна» не вигідно буде витратити кошти на посередників.

Стратегія передбачає внесення у процес виробництва багато корективів, таких як:

- Зміна структури виробництва;

- запровадження нових посад: дослідника з маркетингових питань, який буде займатися аналізом ринкового середовища та пошуком потенційних покупців продукціїв країнах ЄС.
- Встановлення тісних контактів з посередниками;
- Заключення договору з юристом з питань міжнародних контрактів;

Строки реалізації стратегії – 5 років.

Серед основних напрямків зниження витрат у СПАТ «Україна» необхідними є зміни таких факторів:

1. Повнішого використання потужностей підприємства;
2. Скорочення витрат на виробництво за рахунок підвищення рівня продуктивності праці, ощадливого використання сировини, матеріалів, електроенергії, палива, обладнання, запобігання невиробничим витратам.
3. Вдосконалення організації виробництва та праці (поліпшення обслуговування виробництва, зменшення витрат на управління, поліпшення використання основних засобів, транспортних витрат).

Згідно реалізації пропозицій загальний прибуток та в розрахунку на 28 тисяч гектарів оброблюваної земельної ділянки буде становити 250 000 (двісті п'ятдесят) тисяч гривень.

СПАТ «Україна» має ряд конкурентних переваг, як у галузі виробництва, так і переробки та організації господарської діяльності. Серед найбільших сільськогосподарських підприємств СПАТ «Україна» займає лідируючі позиції за розміром земельного банку в Одеській області, що дає йому можливості для подальшого розвитку та зростання.

Підприємство має хороший імідж серед партнерів та споживачів, який базується на високій якості продукції, застосуванні новітніх технологій та фінансовій стійкості. Це гарантує СПАТ «Україна» високу інвестиційну привабливість. Але слід відмітити, що не всі наявні можливості використані підприємством.

Проведений аналіз показав, що для досягнення вказаних у концепції цілей необхідна державна підтримка та координація в діяльності аграрних підприємств.



Отже, запропонований підхід дозволить розширити багатоваріантність, і підвищити ефективність формування загальної стратегії розвитку підприємства на регіональному ринку, що відповідає меті та завданням державної політики в АПК.

Я вважаю, що впровадження в діяльність компанії СПАТ «Україна» розробленої стратегії прямого експорту та використання в ній маркетингових заходів значно покращить діяльність на зовнішньому ринку.

## Список використаних джерел

1. Аграрний сектор економіки України (стан і перспективи розвитку) / [М.В. Присяжнюк та ін.]; за ред. М.В. Присяжнюка [та ін.]; ННЦ „Ін-т аграр. економіки”. – К.: [ННЦ ІАЕ], 2011. – 1008 с.
2. Амбросов В.Я. Оцінка конкурентоспроможності агроформувань / В.Я Амбросов, Т.Г. Маренич // Вісник ХНАУ. Серія «Економіка АПК і природокористування». – 2013. - № 10. – Х.: ХНАУ, 2009. – С. 23-28.
3. Андрійчук В.Г. Економіка підприємств агропромислового комплексу: підручник / В.Г. Андрійчук. – К. : КНЕУ, 2013. – 779 с.
4. Банникова Н. Стратегическое планирование в инновационно активных предприятиях аграрной сферы / Н. Банникова, Н. Ермакова // АПК: Экономика, управление. – 2014. – № 2. – С. 31–36.
5. Батюк Б.Б. Прийняття управлінських рішень в аграрному виробництві: психологічний аспект / Б.Б. Батюк, Т.Г. Пенцак // Економіка АПК. – 2011. – № 8. – С. 130-134.
6. Білик Ю.Д. Становлення і розвиток сучасного продовольчого ринку в Україні / Ю.Д. Білик//Формування та розвиток аграрного ринку: зб. наук. праць – К.: ННЦ «Інститут аграрної економіки», 2015. – С. 177–189.
7. Ботов Г. Проблемы управления региональным АПК в условиях рынка/ Г. Ботов // Междунар. с.-х. журн. – 2012. – № 5 – С. 34–37.
8. Бутенко Л. М. Методичні засади оцінки пріоритетності варіантів стратегії виробничої диверсифікації з урахуванням особливостей діяльності підприємства / Л. М. Бутенко // Агросвіт. – 2014. – №12. – С. 54–59.
9. Войчак А. Дослідження сучасних концепцій маркетингу та маркетингового менеджменту / А. Войчак, В. Шумейко // Маркетинг в Україні. — 2009. — № 4. — С. 52–55.
10. Гончаров В.М. Формування стратегії управління розвитком промислового підприємства на основі показників ефективності: монографія / В.М. Гончаров,

- М.В. Макаренко, В.Ю. Припотень. – Луганськ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2015. – 136 с.
11. Дудар Т.Г. Формування ринку конкурентоспроможної агропродовольчої продукції: теорія, методика, перспективи: монографія/ Т.Г. Дудар, В.Т. Дудар. – Тернопіль: Економічна думка, 2015. – 246 с.
12. Економічні результати сільськогосподарського виробництва у 2015 році. Державна служба статистики України. Інтернет- ресурс : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua).
13. Експорт та імпорт продукції аграрного сектору України: стан та тенденції / [Кваша С. М., Власов В. І., Кривенко Н. В. та ін.]; за ред. С. М. Кваши. – К. : ННЦ ІАЕ, 2013. – 80 с.
14. Збарський В.К. Конкурентоспроможність високотоварних сільськогосподарських підприємств / В.К. Збарський, М.А. Місевич; за ред. професора В.К. Збарського. – К.: ННЦ ІАЕ, 2012. – 310 с.
15. Зверяков М.И. Мировой кризис и новая модель экономического развития Бюллетень Международного Нобелевского экономического форума. 2010. № 1 (3). Том 1. – С. 138 – 143.
16. Зверяков М.И. Теоретические проблемы формирования национальной экономической системы: монография / М.И. Зверяков. – Одесса: Астропринт, 2012. – 352 с.
17. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навчальний посібник / [Козак Ю.Г., Логвінова Н.С. та ін.]; за ред. Ю.Г. Козака, Н.С. Логвінової, М.А. Зайця. – 4- те вид., перероб. та доп. – К.: Освіта України, 2012. – 272 с
16. Кирилюк Є.М. Аграрний ринок як економічна категорія: сутнісні ознаки й особливості / Є.М. Кирилюк // Агросвіт. – 2014. – № 12. – С. 2–10
17. Кириченко О.А. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності: Навч. посібник. - 3-те вид., перероб. і доп. - К.: Знання-Прес, 2013. - 384 с.
18. Козак Ю. Г., Захарченко О. В., Томанек Р. и другие. Международный агробизнес.: Учебное пособие. 4-е изд. перераб. и доп. – К.: Центр учебной литературы, 2013 – 106 с.
19. Козак Ю.Г., Логвінова Н.С., Сіваченко І.Ю. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств: Навч. пос./ Ю. Г. Козак, Н. С. Логвінова, І. Ю. Сіваченко – К.: Центр

- навч. л-ри, 2006. – 543с.
20. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент.: Учебное пособие. 10-е изд. – СПб.: Питер, 2000. – 398 с.
  21. Кравченко В.Г. Формування ринку матеріально-технічних ресурсів для АПК // АПК: економіка, управління, 2001. – №12. – С. 33-41.
  22. Лидовская О. П. Оценка эффективности маркетинга и рекламы. Готовые маркетинговые решения. — СПб.: Питер, 2016. — 141 с.
  23. Липчук В.В. Розвиток малого підприємництва в сільському господарстві : монографія / В.В. Липчук, С.В. Коробка. – Львів, Сполом, 2013. – 227 с.
  24. Лозинська Т. М. Національний продовольчий ринок в умовах глобалізації / Т. М. Лозинська. – Харків, 2014. – 272 с.
  25. Лозинська Т. Тенденції розвитку аграрного ринку в контексті державного регулювання / Т. Лозинська, Г. Пасемко // Публічне управління: теорія та практика. – 2010. – № 1(5). – С. 162-168
  26. Мазаракі А. А. Зовнішньоторговельні аспекти конкурентної політики України в умовах СОТ / А. А. Мазаракі, Т. М. Мельник, Т. І. Чаюн. — К. : Київ. держ. торг.-екон. ун-т, 2013. — 308 с.
  27. Мазур Н.А. Конкуренстоспроможність виробництва сільськогосподарської продукції та основні напрями її підвищення / Н.А. Мазур, М.В. Місюк // Економіка АПК. – 2007. – № 2. – С. 123-127.
  28. Макаренко П.М. Фермерські господарства України - до 20-річного ювілею / П. М. Макаренко, Л.Л. Мельник // Економіка АПК. – 2015. – № 7. – 204 с.
  29. Макаренко П. М. Моделі аграрної економіки / П. М. Макаренко. – Київ, 2005. – 682 с.
  30. Морщенок Т. С. Дослідження сучасного стану розвитку сільського господарства та шляхів зниження собівартості його продукції / Т. С. Морщенок, А. В. Ткаленко // Вісник Запорізького національного університету. Економічні науки. - 2014. - № 1. - С. 46-54.
  31. Мошин Ю.Н. Анализ конъюнктуры потребительского рынка: Учебное пособие / Ю.Н. Мошин, А.Ю. Мошина. – М.: Изд-во УРАО, 2004. – 168с.
  32. Наливайко А.П. Теорія стратегії підприємства. Сучасний стан та напрями розвитку : Моногр./ А. П. Наливайко. – К.: КНЕУ, 2014. – 227с.

33. Офіційний сайт ПАП «Агропродсервіс» <http://www.agroprodservice.com.ua>
34. Офіційний сайт СПАТ «Україна» режим доступу: [spatukraine.pat.ua](http://spatukraine.pat.ua)
35. Пилипенко О.С. Оцінка управлінського потенціалу сільськогосподарських підприємств в умовах їх стратегічної орієнтації / О.С. Пилипенко // Агросвіт. – 2010. – № 21. – С. 52–55.
36. Постанова Кабінету Міністрів України «Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/1158-2007-%D0%BF>.
37. Потіха А. Сільське господарство в економічній системі України – [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://nbuviap.gov.ua/>
38. Про затвердження Державної цільової програми розвитку українського села на період до 2015 року [Електронний ресурс]: Постанова Кабінету Міністрів України від 19 верес. 2007 р. № 1158. – Режим доступу: <http://svynarstvo.in.ua/pravo/postanovy/196-derzh-cilyova-programa>. – Назв. з екрана. – Дата звернення: 15.11.2011.
39. Россоха В.В. Формування інноваційно-інвестиційної політики в аграрній сфері економіки: монографія / В.В. Россоха, О.М. Гусак. – К.: ННЦ ІАЕ, 2011. – 242 с.
40. Рум'янцев А.П., Рум'янцева Н.С. Зовнішньоекономічна діяльність: Навч. посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2013. – 384с.
41. Саблук П. Стан та перспективи розвитку агропромислового комплексу України / П. Саблук // Економіка АПК. – 2008. – № 4. – С. 24.
42. Сільське господарство України: статистичний збірник. - К., 2015. - Інтернет-ресурс : [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua)
43. Серова Е. В. Мировая аграрная политика / Е. В. Серова, О. В. Шик. – Москва, ГУВШЕ, 2007. – 407 с.
44. Скібіцький О. М. Стратегічний менеджмент [Електронний ресурс]: навч. посіб. для студ. вищ. навч. закл. / О. М. Скібіцький. – Електрон. текстові дані. – К.: ЦУЛ, 2006. – 312 с.
45. Состояние рынков сельскохозяйственной продукции. Отчет ФАО – 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.fao.org/docrep/012/i0854r/i0854r00.HTM>.

46. Стародубцева, Т. В. Аналіз динаміки та структури продукції сільського господарства [Текст] / Т. В. Стародубцева, О. В. Самоєнкова // Статистика – інструмент соціально-економічних досліджень : збірник наукових студентських праць. Випуск 3. Частина I – Одеса, ОНЕУ. – 2017. – С. 114 – 119.
47. Статистичний довідник: Сільськогосподарські товаровиробники Одеської області станом на 1 листопада 2017 року. Електронний ресурс. Режим доступу: [http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/Bul/slrg\\_d1\\_2016.pdf](http://www.te.ukrstat.gov.ua/files/Bul/slrg_d1_2016.pdf)
48. Стратегія розвитку аграрного сектору економіки (на період до 2020 року): проект. – К. : Нац. наук. центр „Ін-т аграр. економіки”, 2012. – 17 с.
49. Стрименко І.В. Стратегічне управління сільськогосподарським підприємством на основі концепції організаційних змін / І.В. Сіменко, М. В. Гукова // Економіка АПК. – 2011. – № 6. – С. 139–143 с.
50. Тарасевич В. М. Економічна теорія / В. М. Тарасевич. – Київ, Центр навчальної літератури, 2016. – 784 с.
51. Трещов М.М. Розвиток інфраструктури аграрного ринку в регуляторному середовищі держави як один з основних шляхів підвищення конкурентоспроможності аграрних підприємств // Економічний простір. – 2007. – № 24. – С. 73-82
52. Хоружа К. В. Стратегічне управління як передумова ефективного розвитку аграрних підприємств / К. В. Хоружа // Наук. вісн. Луган. нац. аграр. ун-ту. Сер. Економічні науки / за ред. В. Г. Ткаченко. – Луганськ: Елтон-2, 2011. – № 32. – С. 280–285.
53. Ценина Т.Т. Организация и техника внешнеторговых операций: Учебное пособие.– СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.– 200 с.
54. Циганкова Т.М. Міжнародний маркетинг: Навч. посібник. – К.: КНЕУ, 1998. – 120 с.
55. Черевко Г. В. Державне регулювання економіки в апк / Г. В. Черевко. – К.: Знання, 2006. – 339 с.
56. Яковенко О.І. Проблемні питання стратегії розвитку АПК України / О.І. Яковенко // Агросвіт. – 2008. – № 13. – С. 9-11

57. Abbott, P. 2012. Biofuels, binding constraints and agricultural commodity price volatility. Paper presented at the NBER conference on “Economics of Food Price Volatility”, Seattle, USA, 16 August 2012.
58. Agricultural irrigated land / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.zol.ru/.http://data.worldbank.org/indicator/AG.LND.IRIG.AG.ZS4>.
59. IAE [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.eia.gov/cfapps/ipdbproject/>.
60. FAOSTAT / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faostat3.fao.org/faostatgateway/go/to/download/FB/FBS/E>. FAOSTAT / [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://faostat3.fao.org/faostatgateway/go/to/download/FB/FBS/E>.
61. World trade developments [Электронный ресурс]. – Режим доступа : [www.wto.org/statistics](http://www.wto.org/statistics).