

## ПІДПРИЄМНИЦТВО ТА ТОРГІВЛЯ

УДК 339.5.012

DOI: <https://doi.org/10.32782/1814-1161/2024-1-16>

**Заїка А.М.**

аспірант кафедри економіки  
Класичного приватного університету

**Мащенко О.В.**

доктор економічних наук, професор,  
Перший проректор Класичного приватного університету  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3897-6845>

**Zaika Andriy**

Postgraduate Student of the Department of Economics  
Classical Private University

**Mashchenko OIha**

Doctor of Economic Sciences, Professor,  
The first Vice-Rector of the Classical Private University

### ОРГАНІЗАЦІЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

### THE ORGANIZATION OF THE ENTERPRISE'S FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY

*У статті обґрунтовано організацію зовнішньоекономічної діяльності підприємства шляхом упровадження механізму пристосування зовнішньоекономічної діяльності підприємства до нового іноземного ринку. У статті представлено зміст середовища здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства як сукупність чинників і умов прямого і опосередкованого впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства на закордонних ринках. Визначено загальний алгоритм зовнішньоекономічної діяльності в умовах впливу внутрішнього і зовнішнього середовища господарської діяльності підприємства, який полягає у: здійсненні комплексного аналізу стану та розвитку зовнішньоекономічної діяльності; аналізу очікуваних змін на зовнішньому ринку; аналізу можливостей зовнішнього ринку на основі прогнозу зміни його кон'юнктури; аналізу внутрішньої та зовнішньої бюджетно-податкової політики та впливу її змін на стан діяльності суб'єктів господарювання; аналізу стану та тенденцій розвитку світового ринку, в тому числі кредитного ринку, зовнішньоторговельної політики різних країн та оцінка впливу її змін на умови діяльності підприємств; розробці довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності на основі поточної та прогнозованої ситуації на зовнішніх ринках, а також можливостей та очікуваних змін в умовах функціонування підприємства. Цей алгоритм має включатися в процес зовнішньоекономічної діяльності на рівні управління ЗЕД підприємства. А сам процес організації на сучасних підприємствах має реалізуватися шляхом формування та координації процесу міжнародної маркетингової діяльності, яка полягає в системі активних дій щодо виведення товару на зовнішні ринки та формування умов для його ефективного збуту, і має включати основні етапи: маркетингове дослідження закордонних ринків збуту; вибір цільових ринків підприємства; формування комплексу маркетингових інструментів (маркетингова товарна, цінова, збутова та комунікаційна політика). Запропоновано механізм адаптації і пристосування зовнішньоекономічної діяльності підприємства до нового іноземного ринку.*

**Ключові слова:** зовнішньоекономічна діяльність, організація зовнішньоекономічної діяльності, середовище, механізм.

*The article substantiates the organization of the enterprise's foreign economic activity by implementing a mechanism for adapting the enterprise's foreign economic activity to a new foreign market. The article presents the content of the environment of the enterprise's foreign economic activity as a set of factors and conditions of direct and indirect influence on the enterprise's foreign economic activity in foreign markets. The general algorithm of foreign*

*economic activity under the influence of the internal and external environment of the enterprise's economic activity is determined, which consists in: conducting a comprehensive analysis of the state and development of foreign economic activity; analysis of expected changes in the foreign market; analysis of the opportunities of the foreign market based on the forecast of changes in its conjuncture; analysis of internal and external budget and tax policy and the impact of its changes on the state of business entities; analysis of the state and development trends of the world market, including the credit market, foreign trade policy of various countries and assessment of the impact of its changes on the conditions of business operations; development of a long-term strategy of foreign economic activity based on the current and forecasted situation on foreign markets, as well as opportunities and expected changes in the conditions of the enterprise's functioning. This algorithm should be included in the process of foreign economic activity at the level of the enterprise's foreign exchange management. And the very process of organization at modern enterprises should be implemented by forming and coordinating the process of international marketing activity, which consists in a system of active actions to bring the product to foreign markets and create conditions for its effective sale, and should include the main stages: marketing research of foreign sales markets; the choice of target markets of the enterprise; formation of a complex of marketing tools (marketing product, price, sales and communication policy). The mechanism of adaptation and adaptation of the foreign economic activity of the enterprise to the new foreign market is proposed.*

**Key words:** *foreign economic activity, organization of foreign economic activity, environment, mechanism.*

**Постановка проблеми.** Для сучасного етапу економічних відносин властиве посилення ролі міжнародних зв'язків, які здійснюють суттєвий вплив як на економіку України в цілому, так і на можливості розвитку кожного підприємства зокрема. Ключовим напрямком розвитку вітчизняних підприємств в таких умовах стає орієнтація на зовнішні ринки збуту і ефективна організація зовнішньоекономічної діяльності як складової господарської діяльності.

Проблема розширення експортних можливостей та підвищення ефективності організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства є складною і різновекторною. Її вирішення вимагає системного підходу до вдосконалення управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства і здійснення комплексу організаційно-економічних, управлінських і техніко-технологічних заходів, що сприятимуть посиленню конкурентних переваг підприємства на внутрішньому і зовнішньому ринках.

Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» визначає зовнішньоекономічну діяльність як «діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, а також діяльність державних замовників з оборонного замовлення у випадках, визначених законами України, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами [13]. Українські дослідники також визначають зовнішньоекономічну діяльність як сукупність виробничо-господарських, організаційно-економічних та операційно-комерційних функцій експортноорієнтованих підприємств з врахуванням обраної стратегії, форм та методів роботи на ринку іноземного партнера [7].

Дослідження проблеми організації та управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, механізмів виходу на нові зовнішні ринки, взаємовідносин підприємств з регулюючими органами та їх підрозділами на місцях, шляхів удосконалення технології здійснення зовнішньоекономічних операцій досі є актуальним для української економіки в цілому і для окремих підприємств зокрема.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Вивченню методології та теорії зовнішньоеконо-

мічної діяльності підприємств присвятили свої роботи багато зарубіжних та українських вчених: І. Герчикова, М. Жук, Ю. Козак, П. Кругман, Ю. Макогон, П. Ліндерт, Дж.Д. Даніеле, Лі Х. Радеба, В. Хойер, та ін.

Так, комплексне бачення зовнішньоекономічної діяльності на підставі аналізу наукових підходів щодо визначення дефініції «зовнішньоекономічна діяльність» запропоновано О. Новіковим, Т. Садридінов [10], де її розглядають у національному, регіональному і глобальному аспектах. Проблеми управління зовнішньоекономічною діяльністю досліджено у працях таких українських науковців, як Л. Антонюк [1], І. Волкова, О. Калініна [3], Ю. Орловська [11], С. Маталка [9]. Проблеми зовнішньоторговельної діяльності підприємств торгівлі у свої дослідженнях розглядали як українські науковці М. Мальський, М. Микієвич і Р. Москалик, так і зарубіжні, зокрема Л. Доусон [5]. Також Т. Рибаківа, досліджуючи зовнішньоекономічну діяльність як «об'єкт регулюючого впливу, враховує її складність як економічної категорії з метою конкретизувати структуру механізму регулювання» [14].

Не заперечуючи внеску цих та інших учених і науковців у процес пізнання й удосконалення підходів щодо управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства проблема ефективного механізму організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві як складової його господарської діяльності досліджено недостатньо.

**Метою статті** є обґрунтування організації зовнішньоекономічної діяльності підприємства шляхом упровадження механізму пристосування зовнішньоекономічної діяльності підприємства до нового іноземного ринку.

**Виклад основних результатів дослідження.** Зовнішньоекономічна діяльність (далі – ЗЕД) є невід'ємною складовою господарської активності підприємства. Здійснення такої діяльності стає вагомим передумовою для розширення ринків збуту, збільшення обсягів виробництва та підвищення якості продукції, що також дає можливість створити сприятливе підґрунтя для зміцнення конкурентних позицій підприємств на внутрішньому ринку. Для національної економіки зростання

обсягів операцій зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання виступає основним інструментом підтримки позитивного балансу зовнішньої торгівлі, необхідного для забезпечення стабільності валютного курсу, повного та своєчасного фінансування імпортих закупівель, збільшення впливу українських підприємств на глобальні світогосподарські процеси тощо [2, с. 91].

За даними Державної митної служби України [15] у 2023 р. поточний стан зовнішньої торгівлі товарами в умовах війни рф проти України та з урахуванням ситуації на світових ринках продемонстрував ознаки певної стабілізації у зовнішньоекономічній діяльності. За рахунок збереження темпу нарощування обсягів імпорту при помірному падінні обсягів експорту погіршився зовнішньоторговельний баланс, негативне сальдо якого збільшилося до понад 11 млрд дол. США, що на 8,4 млрд дол. США, або на 317% більше порівняно з 2022 р. Зафіксовано зменшення вартісних обсягів експорту до ЄС на 10%, спричинене падінням обсягів експорту більшості товарних груп, що пов'язано з проблемами транзиту аграрної продукції, а також заборонаю імпорту зернових та олійних культур окремими державами – членами ЄС.

Економіка України поступово пристосовується до функціонування в умовах воєнного стану, що позначається на показниках зовнішньої торгівлі. Так, товарообіг України почав відновлюватися, навіть продемонстрував невелике зростання у вартісному вимірі на 4% (рис. 1). Проте у фізичних обсягах товарообіг зменшився на рівнозначну величину.

Негативну динаміку експорту товарів не вдалося подолати. Обсяг експорту скоротився на 14% до 19,4 млрд дол. США. Фізичні обсяги експорту зросли на 4% завдяки вирішенню деяких проблем із логістикою, які виникли у зв'язку з російською агресією, що триває.

На відміну від експорту, вартісні обсяги імпорту товарів збільшилися на 20% до 30,4 млрд дол. США, однак, фізичні обсяги імпорту впали на 26%, що свідчить як про зростання світових цін на основні товари українського імпорту, так і про певні зміни у самій товарній структурі імпорту.

Зовнішньоекономічна політика України, маючи на меті забезпечення конкурентоздатності економіки країни на зовнішніх ринках, все більше лібералізує відносини із зовнішнім світом. Стан зовнішньоекономічної діяльності є каталізатором інституціональних перетворень та фактором включення України до глобального торговельно-економічного простору, що призводить до зростання власної економіки [12, с. 189].

Практика зовнішньоекономічної діяльності суб'єктів господарювання передбачає її здійснення у динамічному, іноді турбулентному, зовнішньому і внутрішньому середовищах зовнішньоекономічних зв'язків. Тому, підприємства, які не опанували методи ефективної організації та стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності, приречені на невдачі в конкурентній боротьбі на зовнішньому ринку. Діяльність підприємства на зовнішніх ринках буде найбільш успішною лише в тому випадку, якщо вихід підприємства на такі ринки буде не тільки добре продуманий, всебічно обґрунтований, але і впливатиме з довгострокові цілі. Середовище здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства містить сукупність чинників і умов, які мають прямий або опосередкований вплив на зовнішньоекономічну діяльність підприємства на закордонних ринках (рис. 2).

Так, масштаби зовнішньоекономічної діяльності у структурі господарської діяльності підприємства визначають рівень виходу на зовнішні ринки збуту та пріоритетність цілей зовнішньоекономічної діяльності.

Вихід підприємства на зовнішній ринок у будь-якій формі зовнішньоекономічної діяльності

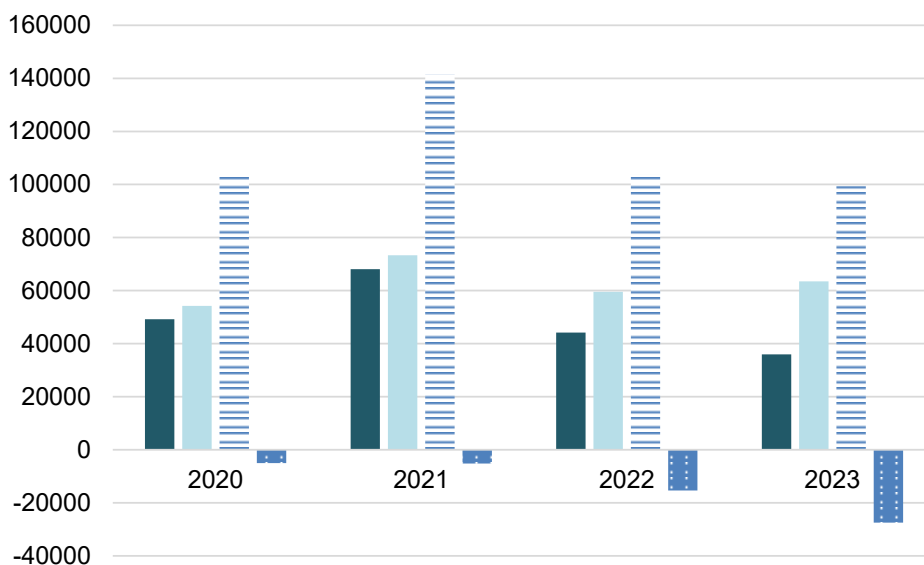


Рис. 1. Торговельний баланс України за 2020–2023 рр. (млн дол. США)

Джерело: побудовано за матеріалами [15]

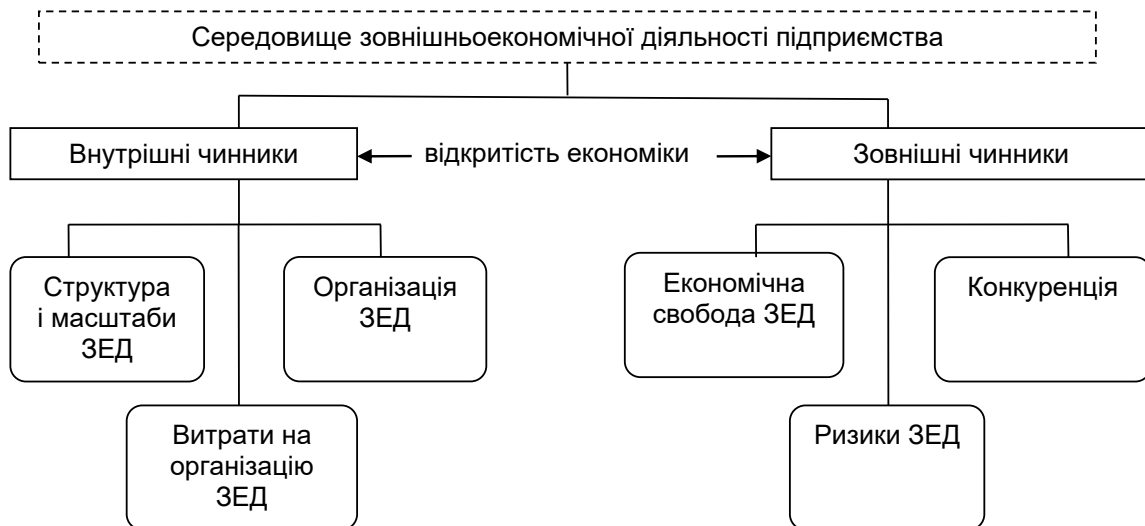


Рис. 2. Чинники впливу на зовнішньоекономічну діяльність підприємства

вимагає ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві. Вона передбачає створення організаційно-економічного механізму управління операціями зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві.

Коли фірма виходить на зовнішні ринки, досягнувши певних успіхів у реалізації продукції на внутрішнього ринку, для здійснення зовнішньоекономічної діяльності часто можуть використовуватися той же організаційно-економічний і технологічний механізм організації зовнішньоекономічної діяльності, що застосовувався у діяльності в межах країни [16].

Продажі продукції на зовнішніх ринках пов'язані з постійними витратами. Тому в умовах змінного середовища зовнішньоекономічної діяльності виникає потреба в постійній оцінці витрат ведення операцій зовнішньоекономічної діяльності. Суттєвий вплив на операції зовнішньоекономічної діяльності мають накладні витрати: витрати з перевезення товарів; витрати з навантаження-розвантаження товарів; витрати зі зберігання товарів, витрати зі страхування та ін.

Економічна свобода ЗЕД як фактор впливу зовнішнього середовища на зовнішньоекономічну діяльність підприємства передбачає пряму заборону окремих форм діяльності, визначення ставок податків, вимоги антимонопольного законодавства та інші. Оцінка економічної свободи для підприємства, яке працює на зовнішніх ринках включає систему таких чинників [16]: торгова політика, податкова політика, втручання уряду в економіку, монетарна політика, потоки капіталу й іноземні інвестиції, банківська політика, контроль заробітної плати і цін, права власності, регулювання і чорний ринок та ін.

Отже, зовнішньоекономічна діяльність в умовах впливу внутрішнього і зовнішнього середовища господарської діяльності підприємства має здійснюватися за загальним алгоритмом:

1) всебічний аналіз стану і розвитку зовнішньоекономічної діяльності;

2) аналіз очікуваних змін у кон'юктурі зовнішнього ринку;

3) аналіз можливостей на зовнішньому ринку з урахуванням прогнозних змін у його кон'юктурі;

4) аналіз внутрішньої і зовнішньої бюджетно-податкової політики і вплив змін у ній на умови діяльності суб'єктів господарювання;

5) аналіз стану і тенденцій розвитку світового ринку, включаючи ринок кредиту, зовнішньоторгівельну політику різних країн і оцінка впливу змін у ній на умови функціонування підприємств;

6) розробка довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням дійсного і прогнозного стану на зовнішніх ринках, а також можливостей і очікуваних змін в умовах функціонування підприємства.

Здійснення зовнішньоекономічної діяльності ставить принципово нові організаційно-економічні завдання перед економічними суб'єктами. Передумовою виходу цих суб'єктів на зовнішній ринок є оцінка їх організації зовнішньоекономічної діяльності, на основі якої приймається рішення про доцільність орієнтації виробленої продукції на зовнішній ринок. Стратегічна роль зовнішньоекономічної діяльності виявляється в тому, що вона має бути засобом сприяння економічному зростанню, інструментом активізації наявних та потенційних конкурентних переваг, з метою наближення до рівня розвинених країн.

Реалізація зовнішньоекономічної діяльності в умовах динамічного зовнішнього середовища вимагає реалізації послідовної організації на рівні управління зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві або окремих структурних підрозділів. Це вимагає формування чіткого алгоритму аналізу та стратегічного планування зовнішньоекономічної діяльності підприємства, яке прагне виходу на зовнішні ринки та закріпитися на них як стратегічний партнер. На рисунку 3 представлені ключові етапи здійснення зовнішньоекономічної діяльності на рівні менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства.

На першому етапі аналіз полягає у виборі стратегічних зовнішніх ринків збуту і їхньому дослідженні у відриві від дійсної структури і номенклатури продукції. Це дає можливість оцінити перспективи, що розкриваються на конкретному ринку щодо можливостей розвитку, прибутковості, стабільності, і вирішити, як підприємство може конкурувати на цьому ринку з іншими фірмами.

На другому етапі здійснюється аналіз номенклатури продукції зовнішньоекономічної діяльності, з якою підприємство вийде на визначені стратегічні зовнішні ринки. Це вимагає переорієнтації або посилення власного продуктового портфеля продукції зовнішньоекономічної діяльності, використовуючи механізм управління витратами на експортно-імпорتنі операції на підприємстві.

Третій етап здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємства передбачає оцінку впливу ринкової стратегії на прибуток від такої діяльності, що вимагає від управління зовнішньоекономічної діяльності оцінку ефективності обраної стратегії виходу на ринок з урахуванням структури витрат на експортну продукцію.

На четвертому етапі відбувається вибір ринкової стратегії зовнішньоекономічної діяльності підприємства, враховуючи загальну стратегію ЗЕД підприємства та етап життєвого циклу товару.

Заключний етап управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства направлений на аналіз та оцінку реалізації зовнішньоторговельної діяльності підприємства та ключових факторів успіху підприємства при здійсненні такої діяльності.

Стратегія розвитку зовнішньоекономічної діяльності включає комплекс питань пов'язаних з вивченням, аналізом та прогнозуванням тенденцій світових ринків, проведенням їх маркетингових досліджень, визначенням потенційних ринкових ніш для продукції зовнішньоекономічної діяльності підприємств, формуванням достатнього рівня конкурентоспроможності товарів, послуг і робіт, а також інструментів стимулювання експортно-імпорتنих операцій, інноваційної та інвестиційної діяльності, технологічної активності.

Цей комплекс має бути задіяний у рамках системного механізму реалізації зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Тому на основі формування логічної схеми зовнішньоекономічної діяльності і механізму присутності підприємства на закордонних ринках (рис. 3) визначаються перспективи адаптації зовнішньоекономічної діяльності й зовнішньоекономічної стратегії підприємства до умов зовнішнього конкурентного середовища (рис. 4).

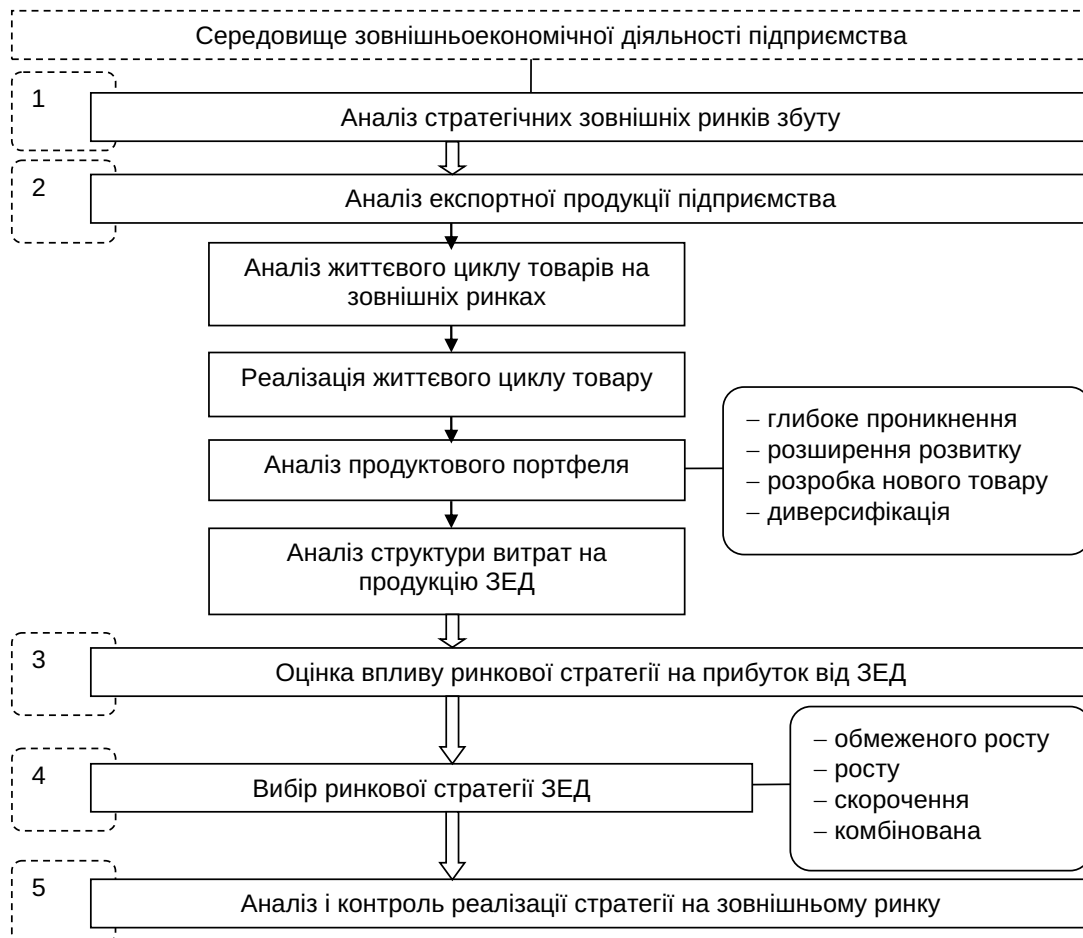


Рис. 3. Етапи здійснення зовнішньоекономічної діяльності на рівні менеджменту зовнішньоекономічної діяльності підприємства

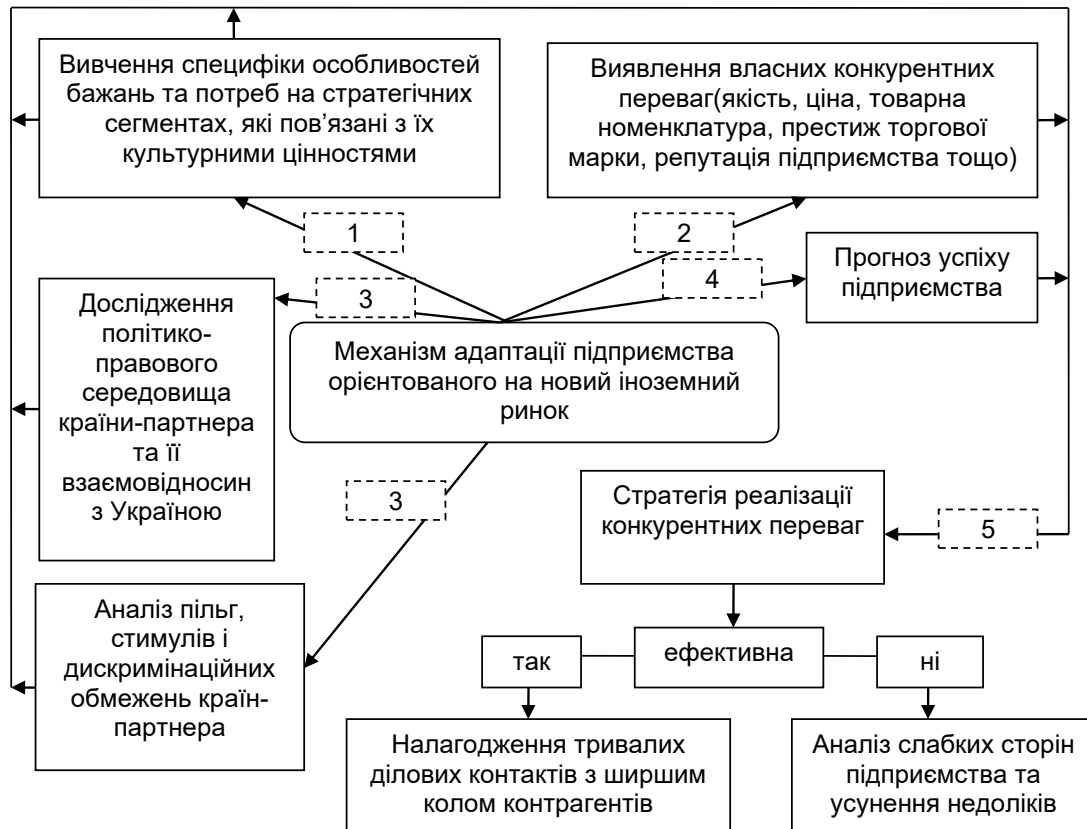


Рис. 4. Механізм пристосування зовнішньоекономічної діяльності підприємства до нового іноземного ринку

Примітка. 1, 2, 3, 4, 5 – послідовність кроків реалізації механізму

Здійснення стратегічних намірів розвитку зовнішньоекономічної діяльності підприємства можливе на основі нового погляду щодо суті змін мікро- та макросередовища, сил та чинників зовнішнього оточення бізнесу, що впливають на діяльність, а також з огляду на необхідність впровадження новацій у структуру управління, методи управління. Процес стратегічного планування та організації є незамкненою системою, функціонування якої пов'язане з систематичним аналізом зовнішнього середовища і гнучким реагуванням на зміну зовнішніх умов функціонування підприємства [3, с. 55].

Формування зовнішньоекономічної стратегії є передумовою ефективного використання експортних ресурсів та досягнення сталих глобальних конкурентних переваг. Від того, наскільки вдало розроблена зовнішньоекономічна стратегія, залежить конкурентна позиція, яку підприємство займе на ринку [6].

**Висновки.** Економічна сутність зовнішньоекономічної діяльності проявляється у національній призмі як важливий і потужний фактор економічного зростання і розвитку кожної країни, та регіональному і глобальному розрізі як спосіб включення економіки кожної країни до системи світового господарства, а отже, і до процесів міжнародного поділу праці та міжнародної кооперації, що особливо актуально в умовах зростаючих тенденцій до глобалізації. Розвиток зовнішньоекономічної

діяльності дає нові можливості, такі як використання переваг міжнародної кооперації виробництва та економічна свобода в прийнятті рішень для здійснення своїх виробничих завдань.

Специфіка організації зовнішньоекономічної діяльності на підприємстві полягає у необхідності визначення чітких критеріїв, принципів і завдань роботи кожного з відділів, які забезпечують здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Визначено загальний алгоритм реалізації зовнішньоекономічної діяльності в умовах впливу внутрішнього і зовнішнього середовища господарської діяльності підприємства: всебічний аналіз стану і розвитку зовнішньоекономічної діяльності; аналіз очікуваних змін у кон'юктурі зовнішнього ринку; аналіз можливостей на зовнішньому ринку з урахуванням прогностичних змін у його кон'юктурі; аналіз внутрішньої і зовнішньої бюджетно-податкової політики і вплив змін у ній на умови діяльності суб'єктів господарювання; аналіз стану і тенденцій розвитку світового ринку, включаючи ринок кредиту, зовнішньоторговельну політику різних країн і оцінка впливу змін у ній на умови функціонування підприємств; розробка довгострокової стратегії зовнішньоекономічної діяльності з урахуванням дійсного і прогностичного стану на зовнішніх ринках, а також можливостей і очікуваних змін в умовах функціонування підприємства. Цей алгоритм покладено у процес здійснення зовнішньоекономічної діяльності на рівні менеджменту зовнішньо-

економічної діяльності підприємства. А сам процес організації на сучасних підприємствах реалізується шляхом формування і координації процесу міжнародної маркетингової діяльності, який полягає у системі активних дій із виведення товару на зарубіжні ринки та формування умов його ефективного продажу, і повинен включати основні етапи: маркетингові дослідження зарубіжних ринків збуту; вибір цільових ринків підприємства; формування комплексу маркетингових засобів (маркетингова товарна, цінова, збутова та комунікаційна політика).

Організаційно-економічним підґрунтям формування зовнішньоекономічної стратегії підприємства має стати механізм пристосування зовнішньоекономічної діяльності підприємства до нового іноземного ринку.

Перспективами подальших розвідок у даному напрямі може бути вивчення ефективності упрощення організаційно-економічного механізму адаптації і пристосування зовнішньоекономічної діяльності підприємства до нового іноземного ринку.

### Бібліографічний список:

1. Антонюк Л.Л. Міжнародна конкурентоспроможність країн: теорія та механізм реалізації: монографія. Київ : Вид-во «Лібра-М», 2004. 273 с.
2. Бондарева Т.І., Осадчук А.І. Оцінка ефективності експортної діяльності підприємства. *Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі: проблеми теорії та практики*. 2011. № 3(15). С. 91–104.
3. Волкова І.А., Гірчук І.В. Методика аналізу експортно-імпортних операцій в діяльності підприємств. *Вісник ЖДТУ*. 2019. № 3 (53). С. 53–55.
4. Волкова І.А., Калініна О.Ю. Облік та аналіз експортно-імпортних операцій на прикладі підприємства Західного регіону: монографія. Луцьк : Вид-во ВІЕМ, 2010. 237 с.
5. Дуосон Л.Р., Мальський М.З., Москалик Р.Я., Микієвич М. Комерційна дипломатія: торговельна політика і право: навч. посібн.. Львів : Вид-во «Астролябія», 2006. 704 с.
6. Зборовська Ю.Л. Стратегія розвитку експортного потенціалу переробних підприємств АПК. *Матеріали Всеукраїнської наукової конференції молодих учених* (Умань, 21–22 лютого, 2018 р.). Міністерство аграрної політики України, Уманський державний аграрний університет. Умань: УДАУ, 2018. С. 180–181.
7. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник / Козак Ю.Г., Савельєв Є.В. та ін. 6-е вид., перероб. та доп. / ред. Ю.Г. Козак. Київ : ЦУЛ, 2019. 292 с.
8. Крупін В.Є. Механізм державного регулювання зовнішньоекономічної діяльності територіально-виробничих систем : автореф. дис. ... канд. екон. наук : спец. 08.00.03 «Економіка та управління національним господарством». Львів, 2008. 24 с.
9. Маталка С.М. Управління ефективністю зовнішньоекономічної діяльності підприємств : монографія. Луганськ : Вид-во «Ноулідж». 2011. 210 с.
10. Новіков О.Є., Садридінів Т.Ш. Систематизація наукових поглядів щодо визначення сутності терміна «зовнішньоекономічна діяльність». *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2014. № 2(2). С. 183–186. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu\\_ekon\\_2014\\_2%282%29\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vchnu_ekon_2014_2%282%29_39)
11. Орловська Ю.В. Управління зовнішньоекономічної діяльності підприємства : навч. посібн. Дніпропетровськ, 2010. 304 с.
12. Приз О.В. Державне регулювання експортної діяльності України. *Вісник Донецького університету. Сер. В: Економіка і право*. 2017. Вип. 2. С. 189–194.
13. Про зовнішньоекономічну діяльність. Закон України від 16.04.91 р. № 959-XII, зі змінами та доповненнями. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text>
14. Рибаківа Т.О. Зовнішньоекономічна діяльність як об'єкт фінансового регулювання. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2017. Вип. 14 Ч. 2. С. 94–98. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/16829>
15. Статистика та реєстри. Державна митна служба України. URL: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri>
16. Morgan R.E., Katsikeas C.S. Theories of international trade, foreign direct investment and firm internationalization: a critique. *Management Decision*. 1997. № 35/1. P. 68–78.

### References:

1. Antoniuk L. L. (2004) *Mizhnarodna konkurentospromozhnist krain: teoriia ta mekhanizm realizatsii : monohrafiia* [International competitiveness of countries: theory and implementation mechanism: monograph]. Kyiv: Vyd-vo «Libra-M». (in Ukrainian)
2. Bondarieva T. I., Osadchuk A. I. (2011) Otsinka efektyvnosti eksportnoi diialnosti pidpriemstva [Evaluation of the efficiency of the enterprise's export activity]. *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy mashynobudivnoi haluzi: problemy teorii ta praktyky*, vol. 3(15), pp. 91–104. (in Ukrainian)
3. Volkova I. A., Hirchuk I. V. (2019) *Metodyka analizu eksportno-importnykh operatsii v diialnosti pidpriemstv* [Methods of analysis of export-import operations in the enterprises' activities]. *Visnyk ZhDTU*, vol. 3 (53), pp. 53–55. (in Ukrainian)
4. Volkova I. A., Kalinina O. Iu. (2010) *Oblik ta analiz eksportno-importnykh operatsii na prykladi pidpriemstva Zakhidnoho rehionu : monohrafiia* [Accounting and analysis of export-import operations on the example of an enterprise of the Western region: monograph]. Lutsk: Vyd-vo VIEM. (in Ukrainian)
5. Douson L. R., Malskyi M. Z., Moskalyk R. Ia., Mykiiie-vych M. (2006) *Komertsiiina dyplomatiia: torhovelna polityka i pravo : navch. posibn* [Commercial diplomacy: trade policy and law: manual]. Lviv: Vyd-vo «Astrolabiia». (in Ukrainian)
6. Zborovska Yu. L. (February 21-22, 2018) *Stratehiia rozvytku eksportnoho potentsialu pererobnykh pidpriemstv APK* [Strategy for the development of the export potential of agricultural processing enterprises]. *Materialy vseukrainskoi naukovoï konferentsii molodykh uchenykh*. Uman: UDAU. (in Ukrainian)
7. Kozak Yu. H., Saveliev Ye. V. ta in. (2019) *Zovnishnoekonomichna diialnist : navchalnyi posibnyk* [Foreign economic activity: study guide]. 6-e vyd., pererob. ta dop. / red. Yu.H. Kozak. Kyiv: TsUL. (in Ukrainian)
8. Krupin V. Ie. (2008) *Mekhanizm derzhavnogo rehulivannia zovnishnoekonomichnoi diialnosti terytorialno-vyrobnychykh system* [Mechanism of state regulation of foreign economic activity of territorial production systems]. Lviv. (in Ukrainian)
9. Matalka S. M. (2011) *Upravlinnia efektyvnistiu zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstv : monohrafiia* [Management of the efficiency of foreign economic activity of enterprises: monograph]. Luhansk: Vyd-vo «Noulidzh». (in Ukrainian)
10. Novikov O. Ie., Sadridinov T. Sh. (2014) *Systematyzatsiia naukovykh pohliadiv shchodo vyznachennia sutnosti termina «zovnishnoekonomichna diialnist»* [Systematization of scientific views on defining the essence of the term «foreign economic activity»]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, vol. 2(2),

- pp. 183–186. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/vchnu\\_ekon\\_2014\\_2%282%29\\_39](http://nbuv.gov.ua/UJRN/vchnu_ekon_2014_2%282%29_39) (in Ukrainian)
11. Orlovska Yu. V. (2010) *Upravlinnia zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva : navch. posibn.* [Management of foreign economic activity of the enterprise: manual]. Dnipropetrovsk. (in Ukrainian)
  12. Pryz O. V. (2017) Derzhavne rehuliuвання eksportnoi diialnosti Ukrainy [State regulation of export activity of Ukraine]. *Visnyk Donetskoho universytetu. Ser. V: Ekonomika i pravo*, vol. 2, pp. 189–194. (in Ukrainian)
  13. Pro zovnishnoekonomichnu diialnist. *Law of Ukraine*, dated 04/16/91 No. 959-XII. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/959-12#Text> (in Ukrainian)
  14. Rybakova T. O. (2017) Zovnishnoekonomichna diialnist yak ob'ekt finansovoho rehuliuвання [Foreign economic activity as an object of financial regulation]. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu. Seriya: Mizhnarodni ekonomichni vidnosyny ta svitove hospodarstvo*, vol. 14, part 2, pp. 94–98. Available at: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/handle/lib/16829> (in Ukrainian)
  15. Statystyka ta reiestry [Statistics and registers]. *The State Customs Service of Ukraine*. Available at: <https://customs.gov.ua/statistika-ta-reiestri> (in Ukrainian)
  16. Morgan R. E., Katsikeas C. S. (1997) Theories of international trade, foreign direct investment and firm internationalization: a critique. *Management Decision*, vol. 35/1, pp. 68–78.