

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет економіки та менеджменту
Кафедра міжнародних економічних відносин
та європейської інтеграції
Кваліфікаційна робота на правах рукопису

Лисайчук Всеволод Сергійович

УДК 339.54:658.1:637.1

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

“Управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств в умовах глобалізації світової економіки”

за ОПІ “Міжнародний менеджмент”
галузі знань 07 “Управління та адміністрування”
спеціальності 073 “Менеджмент”

Подається на здобуття другого (магістерського) освітнього ступеня

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

_____ В.С. Лисайчук

Керівник роботи
О.Д. Ковальчук,
к.е.н., доцент

Житомир – 2023

АНОТАЦІЯ

Лисайчук В.С. Управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств в умовах глобалізації світової економіки. — Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття другого (магістерського) освітнього ступеня за ОПП "Міжнародний менеджмент" галузі знань 07 "Управління та адміністрування" спеціальності 073 "Менеджмент". — Поліський національний університет, Житомир, 2023.

Робота присвячена вивченню та аналізу систем управління діяльністю молокопереробних підприємств з орієнтацією на забезпечення збалансованості, ефективності та конкурентоспроможності. Досліджуються стратегічні підходи до управління, враховуючи ринкові виклики, технологічні інновації та стандарти якості. Аналізуються ключові аспекти ланцюга постачання, оптимізація виробничих процесів, а також питання якості та безпеки продукції. Дослідження пропонує комплексний підхід до управління, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності та стійкості молокопереробних підприємств в глобальному ринковому середовищі.

Ключові слова: зовнішньоекономічна діяльність, стратегія, управління, глобальні виклики, конкурентоспроможність

ABSTRACT

Lysaichuk V.S. Management of foreign economic activities of milk processing enterprises in the conditions of globalization of the world economy. — Qualification work on manuscript rights.

Qualifying work for obtaining a second (master's) educational degree under the International Management Program in the field of knowledge 07 "Management and Administration" in the specialty 073 "Management". — Polis National University, Zhytomyr, 2023.

The work is devoted to the study and analysis of the management systems of milk processing enterprises with a focus on ensuring balance, efficiency and

competitiveness. Strategic approaches to management are explored, taking into account market challenges, technological innovations and quality standards. Key aspects of the supply chain, optimization of production processes, as well as issues of product quality and safety are analyzed. The study offers a comprehensive approach to management, contributing to increasing the competitiveness and sustainability of dairy enterprises in a global market environment.

Keywords: foreign economic activity, strategy, management, global challenges, competitiveness

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА.....	6
Розділ 2. УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ.....	13
Розділ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ.....	22
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	27
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	30

ВСТУП

Управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств є актуальним завданням в умовах глобалізації економіки та посиленої конкуренції на світовому ринку. Молочна промисловість є ключовим сегментом аграрного сектору, важливою галуззю харчової промисловості та складовою частиною міжнародного економічного обміну. Здатність ефективно керувати зовнішньоекономічною діяльністю у цій сфері визначає успішність підприємств, їх конкурентоспроможність та можливість забезпечення якісною та конкурентноспроможною продукцією не лише на внутрішньому, але й на міжнародному ринках.

Велика кількість науковців зробили значний вклад у дослідженні даної теми. Серед вітчизняних слід виокремити: Швець А. [2], Ляшевська В. [3], Базилюк Я. [4] та Табачук Н. [13], які досліджували сутність зовнішньоекономічної діяльності та основні аспекти її управління, а також ключові фактори, що допоможуть організаціям ефективно впровадити та вести зовнішньоекономічну діяльність, причому залишаючись на ринку конкурентоспроможним гравцем.

Крім того, дану тему вивчали зарубіжні вчені, а саме: Сміт А. досліджував принципи економічної свободи та ринкової конкуренції [20], в свою чергу Рікардо Д. вніс значний вклад у розвиток теорії вартості та теорії міжнародної торгівлі [19] та Вебер М., відомий своїми дослідженнями про роль етики та культури в розвитку капіталізму [22], що розглядали поняття, сутність, форми, види та впливи благодійної діяльності, крім того, досліджували аспекти та механізми управління міжнародними благодійними проєктами та стратегії, якими керуються організації.

Об'єктом дослідження є процес управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств.

Метою дослідження є розкриття та вивчення теоретичних засад управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних

підприємств з метою підвищення їх конкурентоспроможності та ефективності на міжнародному ринку. Відповідно до мети були поставлені такі завдання:

- Розглянути та систематизувати теоретичні концепції та підходи до управління зовнішньоекономічною діяльністю.
- Визначити основні економічні, політичні, соціокультурні та інші фактори зовнішнього середовища, які впливають на молокопереробні підприємства.
- Проаналізувати управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств України в умовах глобалізації.
- Оцінити перспективи підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств з врахуванням глобальних викликів.
- Запропонувати напрями удосконалення управління зовнішньоекономічними процесами на підприємстві.

Методами, що були застосовані під час дослідження є: абстрактно - логічний, для узагальнення теоретичних засад управління зовнішньоекономічною діяльністю, статистичний - для аналізу товарної структури зовнішньої торгівлі та показників найбільших підприємств молочної галузі у світі, монографічного - для глибокого вивчення особливостей зовнішньоекономічної діяльності АТ "Житомирський маслозавод "Рудь".

Інформаційну базу склали наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів, а також результати власних досліджень та інформаційні ресурси мережі інтернет.

Перелік публікацій автора за темою дослідження. Результати дослідження були апробовані на науково-практичних конференціях, зокрема:

1. Лисайчук В.С. Смарт-стратегії для світової економіки. *Мировідбудова та глобальне економічне зростання: фокус дипломатії*: збірник праць учасників наук.-практ. конф. (м. Житомир, 23 лист. 2023 р.). Поліський національний університет, 2023. С. 103-105.

2. Лисайчук В.С. Ринок молочної галузі: стан та тенденції розвитку. *Менеджмент, маркетинг, логістика: тренди та подолання викликів*: збірник праць учасників наук.-практ. конф. (м. Житомир, 5 грудня 2023 р.). Поліський національний університет, 2023. С. 237-241.

3. Лисайчук В.С. Актуальні тренди міжнародного менеджменту. *Глобальний вимір сучасних проблем міжнародного бізнесу та менеджменту*: збірник праць учасників наук.-практ. конф. (м. Житомир, 17 лист. 2021 р.). Поліський національний університет, 2023. С. 42-44.

Структура та обсяг роботи. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел (22 найменувань). Текст роботи проілюстровано 6 рисунками та 9 таблицями.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВА

У сучасних умовах глобалізації та постійних змін на міжнародних ринках, управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства стає важливим аспектом його стратегічного розвитку. Теоретичні засади управління зовнішньоекономічною діяльністю визначають ключові принципи та методи, які дозволяють підприємствам ефективно взаємодіяти на міжнародних аренах.

В загальному розумінні, управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства – це система стратегічних та оперативних заходів, спрямованих на оптимальне використання зовнішніх ринків, ресурсів та можливостей для досягнення конкурентних переваг та стійкого розвитку. Сутність управління зовнішньоекономічною діяльністю полягає в адаптації підприємства до глобального середовища, врахуванні міжнародних стандартів та взаємодії з різними культурними, економічними та політичними умовами, що включає в себе вивчення зовнішніх ринків, управління експортно-імпортними операціями, розробку стратегій взаємодії з іноземними партнерами, а також аналіз інших аспектів, спрямованих на забезпечення ефективної та успішної участі підприємства в глобальній економіці [3].

Вивчення актуальних тенденцій та викликів у сфері зовнішньоекономічної діяльності є ключовим аспектом стратегічного управління підприємствами в глобалізованому світі. Зокрема, цей аналіз передбачає врахування змін у світовій економіці, політичних та торговельних відносинах, а також технологічних та культурних аспектах. Однією з актуальних тенденцій є посилення цифрового впливу на міжнародну торгівлю та електронні бізнес-платформи. Не менш важливим є зростання геополітичних напруг і тарифних конфліктів, що впливає на формування нових стратегій управління логістикою та ланцюгами постачання. Крім того,

компанії стикаються з викликами, пов'язаними зі змінами клімату та сталим розвитком, що вимагає розробки стратегій корпоративної відповідальності. Розуміння цих тенденцій дозволяє підприємствам адаптуватися до нових реалій та розробляти ефективні стратегії їх вирішення. Проактивний підхід до вирішення викликів у зовнішньоекономічній сфері дозволяє компаніям не лише уникати ризиків, але й знаходити нові можливості для розвитку та конкурентоспроможності на глобальному ринку.

При управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства слід не забувати про маркетингові кампанії та просування товару на міжнародні ринки. Вирішення завдань з маркетингу та просування продукції на зовнішніх ринках вимагає комплексного підходу та урахування різноманітних факторів. По-перше, необхідно провести ретельний аналіз цільових зовнішніх ринків, враховуючи їхні особливості, конкурентну ситуацію та вимоги споживачів. По-друге, розробити ефективну стратегію маркетингу, що включає в себе правильно спроектовані позиціонування продукції, цільові аудиторії та канали розповсюдження. Важливо враховувати культурні відмінності та адаптувати маркетингові підходи до місцевих особливостей. По-третє, здійснювати ефективний моніторинг конкурентів та аналізувати їхні стратегії просування на ринку. Це дозволяє виявляти конкурентні переваги та реагувати на зміни виробників аналогічної продукції. По-четверте, використовувати інноваційні методи просування, такі як використання соціальних мереж, цифрового маркетингу та інших сучасних інструментів. Також важливо підтримувати постійний контакт з клієнтами та враховувати їхні відгуки для постійного вдосконалення стратегій маркетингу та просування продукції на зовнішніх ринках.

Важливим елементом в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємства є методи (табл 1.1) з кількох ключових причин. По-перше, вони дозволяють підприємствам систематично вивчати та аналізувати зовнішнє середовище, що включає ринкові тенденції, економічні умови та політичні ризики. По-друге, методи допомагають визначити оптимальні стратегії

взаємодії з міжнародними партнерами, вибирати ринки для розширення та адаптувати підприємство до різних культурних контекстів. По-третє, методи в зовнішньоекономічній діяльності відіграють ключову роль у реалізації стратегій управління ризиками, такими як валютні коливання, зміни в законодавстві чи політичні нестабільності. Вони допомагають ефективно аналізувати та керувати фінансовими аспектами міжнародної діяльності. По-четверте, методи в зовнішньоекономічній сфері дозволяють здійснювати постійний моніторинг та адаптацію стратегій до змін в глобальному середовищі, що робить їх необхідним елементом для успішної та конкурентоспроможної міжнародної діяльності підприємств [6].

Таблиця 1.1

Методи, які використовуються в зовнішньоекономічній діяльності

Методи	Характеристика
PESTEL-аналіз	Визначає вплив політичних, економічних, соціокультурних, технологічних, екологічних та законодавчих факторів на зовнішнє середовище.
SWOT-аналіз	Виділяє сильні та слабкі сторони внутрішнього середовища підприємства та можливості та загрози у зовнішньому середовищі.
Метод сценаріїв	Аналізує можливі розвитку подій в майбутньому на основі різних сценаріїв, допомагаючи визначити оптимальний напрямок дій.
Аналіз геополітичних ризиків	Оцінює вплив політичних подій та геополітичних факторів на міжнародні операції підприємства.
Аналіз ринкових тенденцій	Спостереження та вивчення змін в споживчому попиті, технологіях та інших аспектах ринку.
Кросс-культурний аналіз	Розглядає вплив культурних відмінностей на взаємодію з міжнародними партнерами та споживачами.
Економетричні моделі	Використання статистичних методів та математичних моделей для прогнозування ефективності стратегій в умовах зовнішньоекономічного середовища.

Джерело: побудовано на основі [2].

У сфері зовнішньоекономічної діяльності підприємства використовують різноманітні стратегії для ефективної взаємодії на міжнародних ринках. Зазначені стратегії на рис. 1.1. можуть використовуватися окремо чи комбінуватися залежно від мети та специфіки бізнесу підприємства.

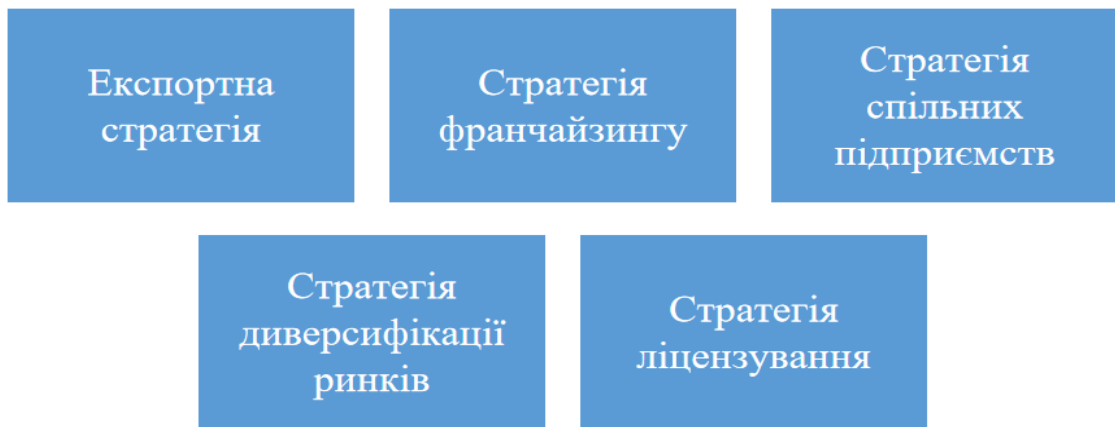


Рис.1.1. Стратегії, які використовують підприємства у сфері ЗЕД

Джерело: побудовано на основі [7].

Для впровадження стратегії, підприємство має зробити аналіз та вибір потенційних ринків для зовнішньоекономічної діяльності, що є складним процесом, який вимагає систематичного підходу та залучення різноманітних факторів. По-перше, проводиться аналіз внутрішніх ресурсів, оцінюючи технічну компетенцію, фінансові можливості та рівень інновацій підприємства. По-друге, визначаються чіткі та досяжні стратегічні цілі для міжнародної експансії. По-третє, ринки сегментуються з урахуванням географічних, демографічних, економічних та соціокультурних особливостей.

Далі відбувається аналіз зовнішнього середовища, де вивчаються макроекономічні, політичні, правові, соціокультурні та технологічні аспекти потенційних ринків. Оцінюється конкурентоспроможність та визначаються можливості для підприємства. Підприємство визначає можливі ризики та розробляє стратегії для їхнього мінімізування. Обираються оптимальні методи участі на ринках, такі як експорт, спільні підприємства чи ліцензії. Проводяться маркетингові дослідження для з'ясування попиту на продукцію чи послуги. Підготовка до входження включає розробку детального плану та адаптацію до специфіки кожного ринку. Завершується процес систематичним моніторингом результатів та готовністю до коригування стратегії в разі змін на ринку. Цей комплексний підхід дозволяє підприємствам ефективно аналізувати, вибирати та впроваджувати оптимальні стратегії для

зовнішньоекономічної діяльності, забезпечуючи стійкий та успішний вхід на нові ринки.

Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємства визначається внутрішніми та зовнішніми факторами, які спільно впливають на формування та реалізацію стратегій. Внутрішні фактори, такі як внутрішня структура підприємства, його ресурси, технологічні можливості, інноваційний потенціал та кадровий склад, визначають внутрішній потенціал для здійснення зовнішньоекономічної діяльності. Зовнішні фактори, такі як глобальні економічні тенденції, політичне та правове середовище, соціокультурні особливості ринків, конкурентні умови та торговельні обмеження, створюють обставини та обмеження для зовнішньоекономічної діяльності. Взаємодія цих факторів формує контекст, в якому підприємство виробляє свої стратегії. Врахування цих внутрішніх та зовнішніх впливів є критичним для розробки ефективних стратегій управління зовнішньоекономічною діяльністю. Підприємство повинно адаптувати свій підхід до управління на основі внутрішніх можливостей та обмежень, враховуючи зовнішні умови, щоб максимізувати свій успіх у глобальному бізнес-середовищі [8].

Формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності ґрунтується на кількох основних принципах та етапах, які визначають ефективність та успішність участі підприємства в міжнародних ринкових відносинах. Принципами формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності є [15]:

1. Аналіз внутрішніх ресурсів та можливостей (визначення внутрішніх потенціалів, ресурсів, інновацій та технічної компетенції підприємства).
2. Оцінка зовнішнього середовища (аналіз світових та регіональних економічних, політичних, соціокультурних та технологічних трендів).
3. Визначення стратегічних цілей (формулювання конкретних та досяжних цілей, які визначають напрямок розвитку на міжнародних ринках).
4. Вибір стратегічних напрямків (визначення способів участі на міжнародних ринках, таких як експорт, створення спільних підприємств, ліцензійні угоди тощо).

5. Управління ризиками та внутрішньою координацією (розробка механізмів виявлення та управління ризиками, а також координація діяльності на різних міжнародних ринках).

В свою чергу, етапи формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності включають такі етапи, як [15]:

1. Діагностика внутрішньої ситуації (оцінка внутрішніх ресурсів, конкурентоспроможності та здатності адаптуватися до міжнародного середовища).

2. Зовнішній аналіз (вивчення та аналіз макроекономічних, політичних, соціокультурних та інших факторів в країнах, де планується зовнішньоекономічна діяльність).

3. Формулювання стратегічних цілей (визначення конкретних та вимірюваних цілей для міжнародного розвитку).

4. Вибір стратегії (розробка та вибір оптимальних стратегічних напрямків для досягнення міжнародних цілей).

5. Реалізація та контроль (впровадження стратегії в життя та систематичний моніторинг для коригування у випадку змін у середовищі).

Зазначені принципи та етапи визначають систематичний підхід до формування стратегії зовнішньоекономічної діяльності, сприяючи стійкості та успішності підприємства на міжнародних ринках.

При аналізі та виборі потенційних ринків для зовнішньоекономічної діяльності підприємства перш за все, необхідно провести детальний аналіз економічних, політичних, соціокультурних та правових умов кожного потенційного ринку. Потрібно вивчити макроекономічні показники країни: рівень ВВП, інфляція, безробіття, обсяги зовнішньої торгівлі та інші ключові економічні показники. Також важливо враховувати політичну стабільність, рівень корупції та інші фактори, що можуть вплинути на бізнес-середовище. Другий етап - вивчення цільового ринку, його розмірів, структури та тенденцій (проаналізувати споживчий попит, конкурентну ситуацію та можливості для входу на цей ринок, а також вивчити поведінку споживачів, їх культурні

особливості та переваги). Необхідно також враховувати правові аспекти та митні обмеження, які можуть впливати на здійснення зовнішньоекономічної діяльності (митні процедури, ліцензійні умови та інші аспекти регулювання). Крім того, важливо взаємодіяти з місцевими експертами та консультантами, які мають досвід ведення бізнесу в даній країні. Ретельно аналізувати ризики та можливості, оцінювати рентабельність та ефективність входження на конкретний ринок.

Отже, для ефективного функціонування на міжнародних ринках необхідно враховувати різноманітні аспекти, такі як міжкультурна взаємодія, торговельні обмеження та валютні ризики. Вірне застосування теоретичних концепцій дозволяє підприємствам ефективно адаптуватися до змін у глобальному економічному середовищі, забезпечуючи стійкий розвиток та конкурентоспроможність на світовому ринку.

РОЗДІЛ 2

УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ

Умови глобалізації суттєво впливають на управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств, вимагаючи від них адаптації та вдосконалення стратегій. Конкуренція на світовому ринку стає все більшою, що вимагає розробки конкурентоспроможних стратегій. Глобальні тенденції в споживчих уподобаннях потребують адаптації виробництва та маркетингу. Швидкі технологічні інновації вимагають постійного оновлення технічного обладнання та впровадження нових технологій. Політична та економічна нестабільність в країнах впливає на торгівлі та митні відносини, ризикуючи змінами в правилах гри. Логістичні та транспортні виклики виникають у зв'язку з потребою оптимізації постачальницьких ланцюгів. Відповідність міжнародним торговельним угодам та урахування соціокультурних різниць вимагає уважності та гнучкості у керуванні. Зростання уваги до екології та етики ставить перед підприємствами вимогу до врахування цих аспектів. Управління зовнішньоекономічною діяльністю в умовах глобалізації передбачає глибоке розуміння та гнучке реагування на зміни в світовому бізнес-середовищі. Компанії, які враховують ці умови, можуть успішно працювати в глобальному ринковому середовищі.

Більшість країн орієнтуються в своєму розвитку на глобалізацію, адже це дає можливість використовувати переваги відкритості кордонів, покращувати ефективність торгівлі та налагоджувати зв'язок з іншими країнами. Тому найбільш розвинені країни мають найбільші показники рівня глобалізації (табл 2.1).

Таблиця 2.1

Розподіл країн на індексом глобалізації у 2022 р.

Місце	Країна	Індекс глобалізації, де-факто	Місце	Країна	Індекс глобалізації, де-юре
1	Швейцарія	90	1	Люксембург	93
2	Нідерланди	90	2	Швеція	93
3	Бельгія	89	3	Велика Британія	92
4	Ірландія	88	4	Фінляндія	92
5	Австрія	87	5	Нідерланди	91
6	Данія	87	6	Швейцарія	91
7	Німеччина	86	7	Бельгія	91
8	Сінгапур	86	8	Німеччина	91
9	Швеція	86	9	Іспанія	90
10	Велика Британія	85	10	Франція	90
39	Україна	73	54	Україна	73

Джерело: побудовано на основі [18].

Глобалізація має як позитивні, так і негативні наслідки, і її вплив на країни різний залежно від їхнього рівня розвитку, культурних особливостей та політичних умов. Зростання взаємозалежності створює можливості для співпраці, але також породжує нові виклики, які вимагають ефективного управління та спільних рішень.

Зовнішньоекономічна діяльність в глобальному контексті грає ключову роль у розвитку економік країн. Цей процес визначається рядом факторів, що взаємодіють та впливають на економічні системи [16].

По-перше, зовнішньоекономічна діяльність дозволяє підприємствам розширити ринки збуту та постачання, отримати доступ до нових споживачів та постачальників. Це сприяє збільшенню обсягів торгівлі та залученню іноземних інвестицій, що, в свою чергу, підтримує розвиток підприємств і створення нових робочих місць.

По-друге, зовнішньоекономічна діяльність сприяє обміну технологіями та інноваціями між країнами. Це допомагає підвищити ефективність виробництва, підвищити конкурентоспроможність та створити умови для стабільного та сталого розвитку.

По-третє, зовнішньоекономічна діяльність сприяє створенню міжнародних партнерств і співпраці. Це допомагає країнам розвивати дипломатичні та економічні відносини, що сприяє загальній політичній та економічній стабільності.

Крім того, зовнішньоекономічна діяльність дозволяє підприємствам розподіляти ризики та диверсифікувати їхню діяльність, що особливо важливо в умовах нестабільності світового ринку.



Рис. 2.1. Складові зовнішньоекономічної діяльності в умовах глобалізації

Джерело: побудовано на основі [4].

Загалом, зовнішньоекономічна діяльність визначається як ключовий елемент розвитку країн у глобальному масштабі. Її значущість проявляється у зміцненні економічних, технологічних та культурних зв'язків між країнами, сприяючи створенню стійкого та збалансованого світового господарства.

Збільшення обсягів торгівлі може мати різноманітні позитивні впливи на національну економіку. По-перше, це сприяє економічному росту через зростання виробництва та розширення обсягів виготовлення товарів і послуг.

Другий аспект полягає в розширенні ринків збуту, що дозволяє підприємствам відкривати нові напрямки для своєї продукції та залучати більше споживачів.

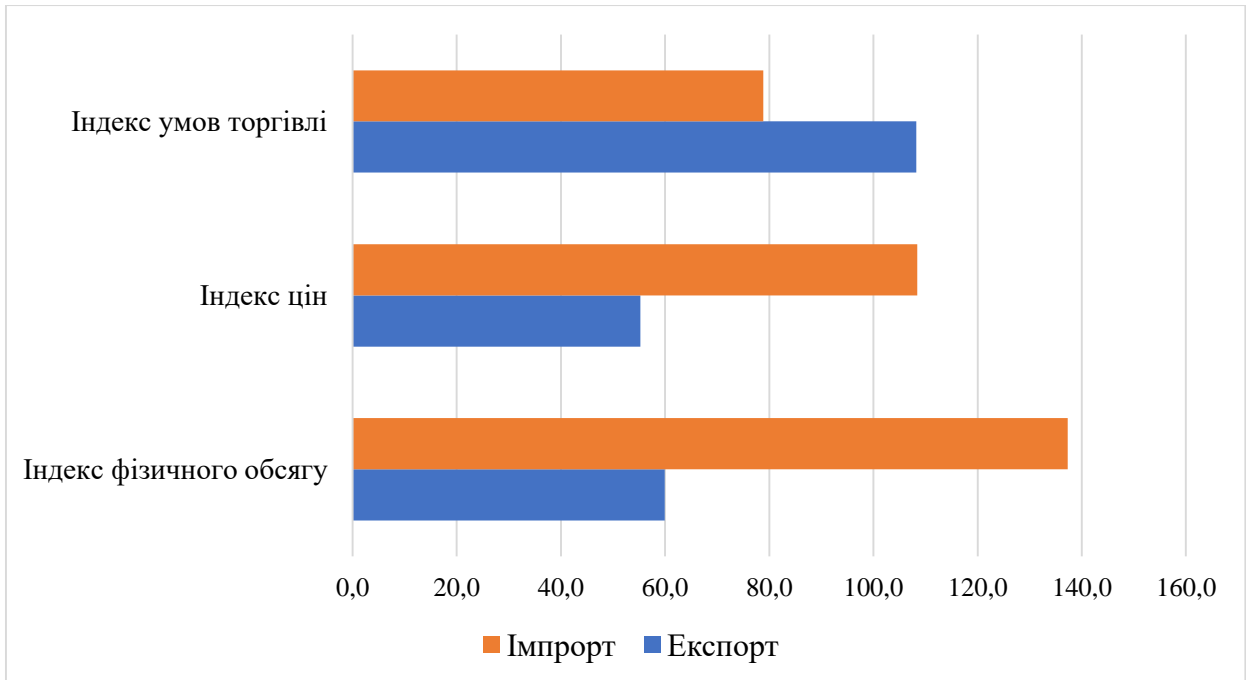


Рис. 2.2 Індеси фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі у зовнішній торгівлі України товарами у 2022 р.

Джерело: побудовано за даними [5].

Крім того, залучення до світового ринку стимулює підприємства підвищувати якість своїх товарів і послуг для ефективної конкуренції на міжнародному рівні. Збільшення торгівлі може також призводити до розширення виробництва та створення нових робочих місць. Країни можуть забезпечувати себе різноманітними ресурсами та матеріалами завдяки міжнародній торгівлі, що сприяє більш ефективному виробництву.

Збільшення конкуренції на світовому ринку може впливати на зниження цін на товари і послуги для споживачів. Крім того, це призводить до збільшення податкових надходжень у національний бюджет. Однак цей процес вимагає інвестицій у розвиток транспортної, логістичної та комунікаційної інфраструктури. Участь у глобальних ланцюгах виробництва сприяє обміну технологіями та інноваціями, що може підвищити конкурентоспроможність.

Зовнішньоекономічна діяльність молокопереробних підприємств України виявляється складною та різноманітною. Однією з ключових особливостей є активний експорт молочної продукції, такої як сир, масло та кондитерські вироби, на зовнішні ринки. Це зумовлює важливість дотримання міжнародних стандартів якості, оскільки продукція повинна відповідати вимогам різних країн (табл 2.2).

Таблиця 2.2

**Товарна структура зовнішньої торгівлі
продукцією тваринництва у 2022 р.**

Код і назва товарів згідно з УКТЗЕД	Експорт			Імпорт		
	тис.дол. США	у % до 2021	у % до загального обсягу	тис.дол. США	у % до 2021	у % до загального обсягу
Живі тварини; продукти тваринного походження	1471819	109,4	3,3	1175217	73,7	2,1
Молоко та молочні продукти, яйця птиці; натуральний мед	452080	119,4	1,1	248225	64,5	0,4

Джерело: побудовано за даними [11].

Молокопереробники також виявляють високий рівень маркетингової активності та гнучкість, пристосовуючи свою продукцію до специфічного попиту різних міжнародних ринків. Участь у міжнародних виставках та ярмарках є важливим елементом стратегії ведення бізнесу, дозволяючи презентувати продукцію та встановлювати нові бізнес-контакти.

Організація ефективної логістичної та транспортної інфраструктури виявляється критичною для швидкої та безпечної поставки молочної продукції за кордон. Крім того, молокопереробники регулярно стикаються з викликами, пов'язаними з тарифами, митами та іншими торговельними обмеженнями, що вимагає від них постійного аналізу та адаптації стратегій. Диверсифікація ринків та управління ризиками є важливими компонентами стратегій

молокопереробників, оскільки це дозволяє зменшити економічні ризики та забезпечити стійкість бізнесу. Участь в міжнародних торгових угодах та асоціаціях стає ключовим чинником у визначенні торговельного режиму та розширенні можливостей для експорту. Всі ці аспекти взаємодії молокопереробних підприємств України з глобальними ринками визначають їхню конкурентоспроможність та впливають на економічний, соціокультурний та політичний контекст їхньої зовнішньоекономічної діяльності.

Важливо зазначити, що ринок молока це динамічний ринок, що має постійну тенденцію до зростання. Велика кількість населення, утвердженні традиції споживання молока по всьому світу спонукають виробників масштабувати виробництво, щоб забезпечити всі глобальні потреби. При цьому лідерство серед регіонів утримує Азія, так як їх внутрішній ринок має найбільші потреби у споживанні молока, що напряду впливає на виробництво молочної продукції.

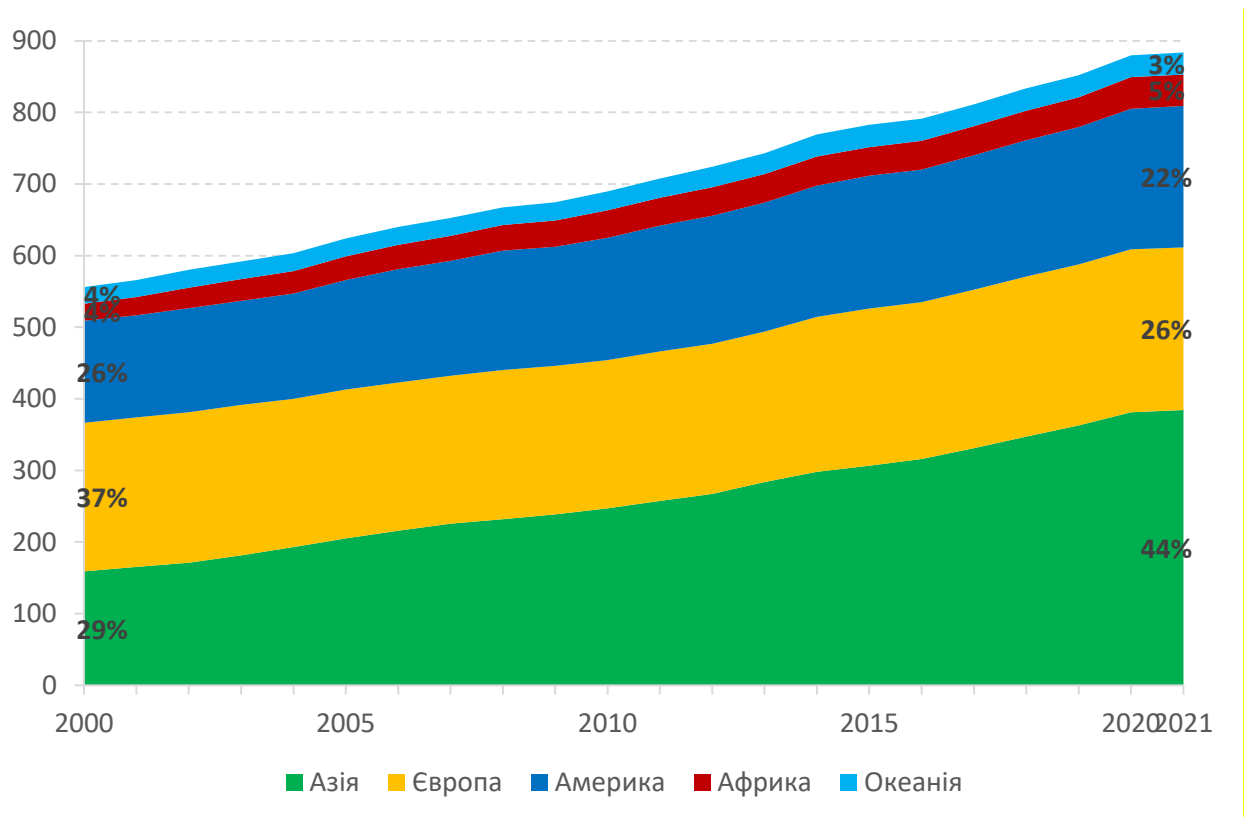


Рис. 2.3. Виробництво молока за регіонами, млн т.

Джерело: побудовано за даними [17].

Якщо розглядати більш конкретно ринок молока, на рівні країн-виробників, то найбільше виробляють молока саме Індія, так як це пов'язано з культурними особливостями країни. При цьому виробництво молока зачасту не пов'язано з економічним розвитком країни, а більшу роль грають соціо-культурні особливості (рис. 2.4).

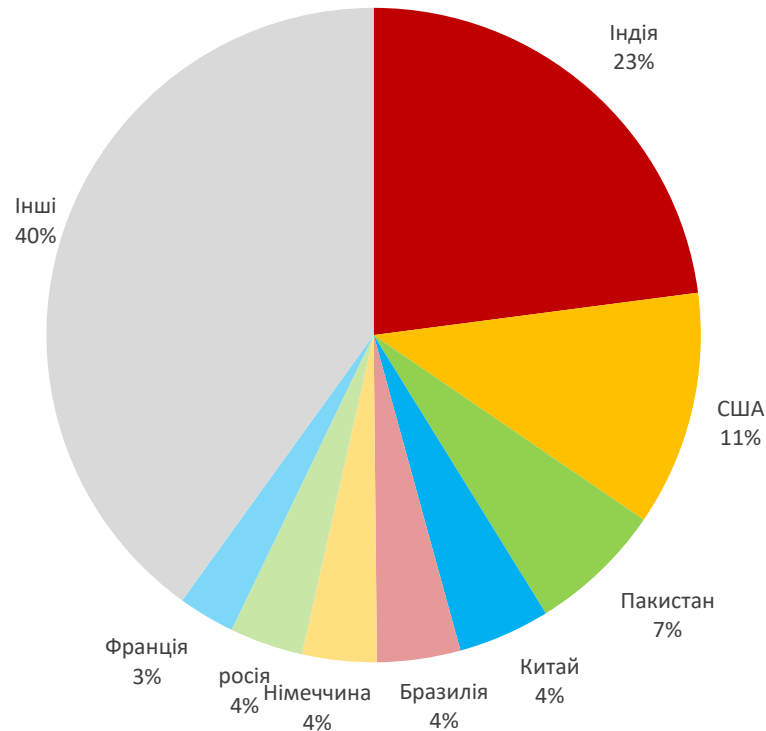


Рис. 2.4. Найбільші країни-виробники молочної продукції, %.

Джерело: побудовано за даними [17]

Тваринництво України значним чином потерпало протягом незалежності країни. Це було спричинено рядом причин, таких як ріст рівня урбанізації, що спричинило відтік населення з сільської місцевості, що спричинило зменшення кількості особистих сільських господарств. Захоплення аграрної галузі України агрохолдингами також мало негативний вплив, адже заміняючи собою пострадянську систему колгоспів, агрохолдинги відмовлялися створювати молочні ферми або підтримувати уже наявні. Тож

поступово кількість великої рогатої худоби зменшувалося, що в свою чергу спричинило падіння виробництва молока (табл 2.3).

Таблиця 2.3

Показники молочного тваринництва України

Роки	Кількість великої рогатої худоби, тис. голів		Виробництво молока, тис. т
	Усього	У т.ч. корови	
2010	4826,7	2736,5	11248,5
2011	4494,4	2631,2	11086,0
2012	4425,8	2582,2	11377,6
2013	4645,9	2554,3	11488,2
2014	4534,0	2508,8	11132,8
2015	3884,0	2262,7	10615,4
2016	3750,3	2166,6	10381,5
2017	3682,3	2108,9	10280,5
2018	3530,8	2017,8	10064,0
2019	3332,9	1919,4	9663,2
2020	3092,0	1788,5	9263,6
2021	2874,0	1673,0	8713,9
2022	2644,0	1544,0	7767,7

Джерело: побудовано за даними [1].

На сьогодні молочне фермерство значною мірою ґрунтується на особистих селянських господарствах. Селяни на селі активно займаються збором молока, яке в подальшому відправляється на переробку до молочних підприємств. Процес включає в себе акумуляцію молока на селянських господарствах, транспортування до переробних підприємств, а також комплексну переробку, включаючи пастеризацію та виготовлення різних молочних продуктів. Співпраця між селянами та молочними підприємствами визначає загальний успіх галузі, де важливу роль відіграє дотримання стандартів якості, технологічної ефективності і відповідності нормам безпеки харчових продуктів. Отримана продукція потім реалізується на ринках, що

може включати не лише внутрішній, але й зовнішній експорт (рис. 2.5).

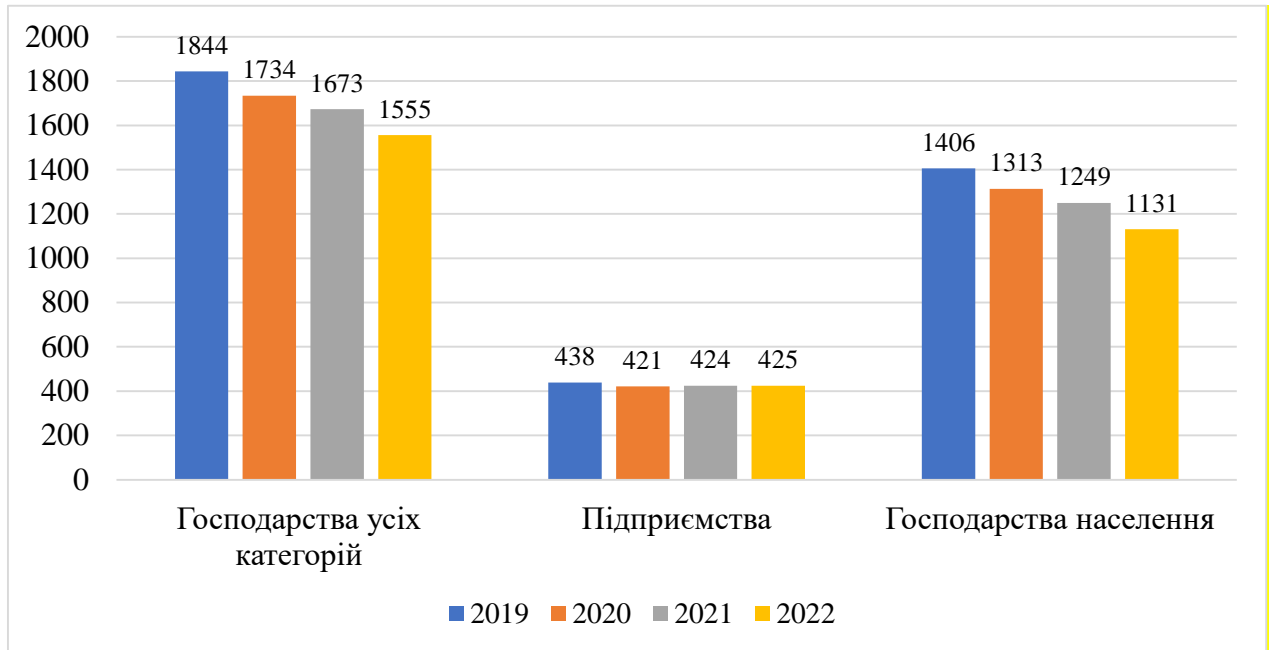


Рис. 2.5. Кількість корів за видами підприємств, тис. голів

Джерело: побудовано за даними [1].

Великі молочні підприємства взаємодіють із світовими ринками та іншими учасниками глобальної економічної системи в ряді напрямів. Вони активно розширюють свою експортну діяльність, охоплюючи нові географії та залучаючи імпорتنі ресурси для виробництва. Міжнародні інвестиції стають засобом розширення виробничих можливостей та виходу на нові ринки (табл 2.4).

Таблиця 2.4

**Показники найбільших підприємств
молочної галузі в світі, млрд дол. США, 2022 р.**

Компанія	Продажі	Прибуток	Активи	Ринкова вартість
Nestlé	83,2	14,8	143,7	482,5
Danone	29,1	0,9	48,3	42,5
Saputo	13,3	0,3	10,6	10,6
Unilever	63,1	8,1	83,1	140
Inner Mongolia Yili	18.2	1.4	21.4	27.5

Джерело: побудовано за даними [21].

Для успішної взаємодії на міжнародному рівні, великі молочні компанії постійно вдосконалюють якість та безпеку своєї продукції відповідно до міжнародних стандартів. Вони активно використовують брендування та маркетинг для позиціонування своїх товарів на світовому ринку та розвитку відзначених брендів. Логістика та системи поставок стають ключовими аспектами, забезпечуючи ефективне та надійне постачання продукції на світові ринки. Участь у міжнародних виставках та ярмарках стає ефективним інструментом для презентації продукції та залучення нових клієнтів.

Співпраця та стратегічні партнерства з міжнародними компаніями чи організаціями сприяють розвитку та розширенню впливу на світовому ринку. Водночас, великі молочні підприємства вдосконалюють стратегії управління ризиками, уважно аналізуючи фактори, такі як зміни валютних курсів, політична нестабільність та епідеміологічні загрози. Цей комплексний підхід дозволяє великим молочним підприємствам успішно взаємодіяти з глобальними ринками, забезпечуючи стійкість та розвиток свого бізнесу в умовах глобалізації.

В умовах глобалізації, молокопереробні підприємства України вимушені адаптуватися до міжнародних стандартів якості, ефективно управляти логістикою та вирішувати завдання конкурентоспроможності на світовому ринку. При цьому важливо враховувати особливості місцевих умов, культурні та економічні відмінності. Діяльність молокопереробних підприємств в Україні в умовах глобалізації включає в себе ряд особливостей та викликів [14]:

1. Експортно- імпорتنі операції:

- під впливом глобалізації молокопереробники в Україні стикаються з необхідністю ефективного ведення експортних та імпорتنих операцій. Вони повинні адаптуватися до міжнародних стандартів та вимог, щоб збільшити обсяги експорту та забезпечити доступ до світових ринків.

2. Конкуренція на світовому ринку:

- глобальна конкуренція вимагає від молокопереробників підвищення якості продукції, ефективного виробництва та розробки конкурентоспроможних стратегій.

3. Адаптація до міжнародних стандартів:

- згідно з глобальними вимогами, молокопереробники повинні відповідати міжнародним стандартам щодо якості та безпеки продукції, щоб забезпечити доступ на зовнішні ринки.

4. Гнучкість у виробництві:

- глобалізація передбачає змінність в умовах ринку, тому молокопереробники повинні мати гнучкі виробничі процеси для швидкого адаптування до змін у попиті та умовах конкуренції.

5. Зовнішньоекономічна стратегія:

- молокопереробники розробляють зовнішньоекономічні стратегії, виходячи з глобальних тенденцій та розвитку світових ринків, щоб максимізувати свій економічний потенціал.

У даному контексті, важливим стає розуміння та вивчення особливостей діяльності молокопереробних підприємств України в умовах глобалізації. Аналіз таких особливостей відкриває можливості для ефективного управління, розвитку експортних стратегій та збільшення конкурентоспроможності у міжнародному бізнес-середовищі. Прикладом успішного бізнесу може слугувати компанія «Рудь» (табл 2.5)

Таблиця 2.5

Рівень транснаціоналізації АТ «Житомирський маслозавод «Рудь»

Показник	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2022 р. у % до 2020 р. (+/-)
Кількість країн до яких експортується продукція, одиниць	30	31	35	+16,6
Чистий прибуток (збиток) на одну просту акцію, грн	4,82	7,31	2,13	-55,2
Довгострокові зобов'язання, тис. грн	22661	16775	10815	-52,3

Довгострокові кредити банків, тис грн.	3613	3229	1637	-54,7
Частка експорту в структурі діяльності компанії, %	58,0	57,0	61,0	5,2

Джерело: побудовано за даними [10].

Управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств України в умовах глобалізації є завданням, яке ставить перед собою великий спектр викликів і можливостей. Глобальні економічні та соціокультурні тенденції впливають на всі аспекти діяльності цих підприємств, вимагаючи від них стратегічного та гнучкого управління.

У контексті глобалізації ефективне управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств в Україні передбачає поєднання гнучкості, інновацій та глибокого розуміння світового бізнес-середовища. Підприємства, які успішно враховують ці фактори, можуть забезпечити свою конкурентоспроможність та стійкість у глобальному ринковому середовищі.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ МОЛОКОПЕРЕРОБНИХ ПІДПРИЄМСТВ З ВРАХУВАННЯМ ГЛОБАЛЬНИХ ВИКЛИКІВ

Підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств у контексті глобальних викликів передбачає впровадження комплексу заходів та стратегій, щоб забезпечити конкурентоспроможність та стійкість у міжнародному бізнес-середовищі. Перспективи, які можуть сприяти досягненню цієї мети [13]:

- адаптація до міжнародних стандартів якості;
- стратегії конкурентоспроможності;
- диверсифікація ринків;
- збільшення обсягів виробництва молочної галузі.

Адаптація до міжнародних стандартів якості є ключовим елементом управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств. Цей процес включає в себе вирішення численних завдань та впровадження стратегій, спрямованих на досягнення високої якості продукції та відповідність світовим стандартам. Адаптація до міжнародних стандартів якості охоплює кілька ключових аспектів, включаючи стандарти безпеки продукції, системи управління якістю (зокрема, стандарт ISO 9001), етичні та екологічні стандарти, міжнародні сертифікації (наприклад, HACCP, BRC, IFS), стандарти упаковки та маркування, стандарти виробництва, а також принципи постійного вдосконалення (табл 3.1).

Цей процес спрямований на забезпечення високого стандарту якості та безпеки продукції, визнання на міжнародному рівні, збільшення довіри споживачів, а також на створення конкурентоспроможного продукту на світовому ринку. Адаптація до міжнародних стандартів стає стратегічним

кроком для досягнення стабільності та успішного ведення бізнесу в глобальному бізнес-середовищі.

Таблиця 3.1

**Основні міжнародні стандарти, які можна залучати в українську
молочну галузь**

ISO 22000:2005	Стандарт визначає вимоги до систем управління безпекою харчових продуктів, зокрема, виробництва та обігу молочних продуктів, для забезпечення безпеки харчових продуктів на всіх етапах постачання ланцюга.
ISO 9001:2015	Стандарт встановлює загальні вимоги до систем управління якістю, що може бути застосований для поліпшення управління та якості продукції молочних підприємств.
НАССР	Система НАССР є ключовою для безпеки харчових продуктів. Вона ідентифікує, оцінює та контролює ризики на кожному етапі виробництва молочної продукції.
BRC Global Standard for Food Safety	Стандарт, що визначає вимоги до безпеки та якості харчових продуктів, включаючи молочні, з метою забезпечення високого рівня стандартів виробництва.
IFS Food	Стандарт, який визначає вимоги до безпеки та якості харчових продуктів, що може бути застосований до молочної продукції для взаємного визнання стандартів безпеки.
ISO 14001:2015	Стандарт встановлює вимоги до систем управління екологічною діяльністю, що може впливати на аспекти виробництва молочної продукції.

Джерело: побудовано за даними [9].

Стратегії конкурентоспроможності є ключовими для успішного функціонування підприємства в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції. Нижче розглянуті деякі засадні стратегії, які можуть бути застосовані молокопереробними підприємствами для збереження та підвищення їхньої конкурентоспроможності [12]:

1. Стратегія вартісного лідерства:
 - Зосередження на зниженні витрат виробництва та оптимізація ефективності процесів для надання продукції конкурентоспроможної ціни.
2. Стратегія диференціації:

- Створення унікальної, відмінної від конкурентів продукції, яка відповідає певним потребам чи вимогам споживачів.
3. Стратегія фокусу:
 - Спрямування на конкретний сегмент ринку чи регіон, надання товарів або послуг, які відповідають особливим вимогам цієї аудиторії.
 4. Стратегія інновацій:
 - Активне впровадження нових технологій, продуктів чи процесів для створення конкурентних переваг.
 5. Стратегія залучення до міжнародних ринків:
 - Розширення зовнішньоекономічної діяльності та виходження на нові міжнародні ринки для розширення клієнтської бази.
 6. Стратегія управління якістю:
 - Впровадження систем управління якістю та дотримання міжнародних стандартів безпеки та якості продукції.

Диверсифікація діяльності є критично важливою для молочних підприємств з кількох причин. По-перше, вона дозволяє компаніям бути менш залежними від коливань в ринку окремих продуктів. Наприклад, якщо ціни на один вид молочної продукції спадають, інші можуть залишатися стабільними або навіть підвищитися, забезпечуючи стабільний дохід.

По-друге, диверсифікація дозволяє молочним підприємствам реагувати на зміни у смакових уподобаннях споживачів і ринкові тенденції. Виробництво різних продуктів молочного походження, таких як сир, йогурт, масло, морозиво тощо, дозволяє задовольняти різноманітні попитові потреби (табл 3.2).

Крім того, диверсифікація допомагає розширювати аудиторію та входити на нові ринки. Різноманіття продукції може привертати різні сегменти споживачів, що сприяє розширенню клієнтської бази. Окрім економічних вигід, виробництво різноманітних молочних продуктів сприяє і сталій споживчій популярності, оскільки різноманітність дозволяє компанії дотримуватися сучасних тенденцій у харчовій індустрії та реагувати на

зростаючий попит за новаторськими і адаптованими до потреб продуктами. Усе це сприяє стійкості та конкурентоспроможності молочних підприємств у глобальному ринковому середовищі.

Таблиця 3.2

Виробництво молочної продукції харчової промисловості, тис. т

Показники	Роки			
	2015	2019	2020	2021
Молоко та вершки незгущені й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю не більше 1%, у первинних пакуваннях об'ємом нетто більше 2 л	461,1	435	433,7	335,2
Молоко та вершки незгущені й без додавання цукру чи інших підсолоджувальних речовин жирністю більше 1%, але не більше 6%, у первинних пакуваннях об'ємом нетто не більше 2 л	472,3	474,4	493,4	466,1
Масло вершкове жирністю не більше 85%	101	91,6	87,5	75,2
Сир тертий, порошок, блакитний (чи з блакитними прожилками) та інший неплавлений (крім свіжого сиру, сиру із молочної сироватки та кисломолочного сиру)	96,6	86,1	85,2	77,8
Сир плавлений (крім тертого або порошкового)	27	29,5	30,6	28,4

Джерело: побудовано за даними [1].

Диверсифікація ринків є стратегічним підходом, спрямованим на гнучке розширення діяльності підприємства, яке дозволяє досягти численних переваг в умовах глобальної конкуренції. Перш за все, ця стратегія спрямована на розподіл ризиків. Робота на різних ринках дозволяє підприємству зменшити вразливість до економічних, політичних та природних коливань, розподіляючи ризики між різними областями діяльності. Диверсифікація також стимулює пошук нових можливостей для розвитку. Виходження на нові ринки відкриває перед підприємством нові сфери впливу, розширюючи аудиторію та привертаючи нових клієнтів. Це також дозволяє підприємству адаптуватися до різноманітних умов ринку, включаючи культурні особливості та законодавчі норми різних регіонів.

Розширення аудиторії споживачів є ще однією перевагою диверсифікації. Заходження на різні ринки дозволяє підприємству розширити свою клієнтську базу та реагувати на зміни в попиті та уподобаннях споживачів. Окрім того, диверсифікація ринків сприяє стимулюванню інновацій. Конкуренція на різних ринках вимагає від підприємства постійного удосконалення та впровадження нових технологій та ідей.

Навіть у ситуаціях економічної нестабільності чи змін на ринку, диверсифікація дозволяє зберігати стабільність. Ця стратегія створює різноманітні джерела доходу, забезпечуючи більшу стійкість до внутрішніх і зовнішніх турбулентностей. Узагальнюючи, диверсифікація ринків сприяє не лише зменшенню ризиків, але і розширенню можливостей для сталого розвитку та успішної адаптації до глобальних викликів.

Збільшення обсягів виробництва у молочній галузі є ключовим фактором, який призводить до різноманітних позитивних ефектів для економіки та суспільства. Економічний ріст визначається зростанням виробництва та обсягами виробництва молочних продуктів. Це створює можливості для залучення додаткової робочої сили та сприяє створенню нових робочих місць. Збільшення обсягів виробництва також розширює можливості експорту молочних продуктів, що сприяє ефективнішому використанню виробництва та залучає іноземні інвестиції (табл 3.3).

Важливою перевагою є підвищення продовольчої безпеки через забезпечення населення якісними та доступними молочними продуктами. Зростання обсягів виробництва також сприяє розвитку сільськогосподарського сектору, оскільки молочна галузь взаємодіє з іншими його галузями, такими як тваринництво та кормовиробництво. Підвищення доходів селянських господарств та підтримка їхнього розвитку стають результатом збільшення виробництва молочної продукції. Також важливим аспектом є зміцнення конкурентоспроможності молочної галузі завдяки адаптації до змін на ринку та підтримці сталого зростання в умовах підвищеної конкуренції.

Таблиця 3.3

Виробництво продукції тваринництва

Показник	Підприємства			Господарства населення		
	2021	2022	2022 у % до 2021	2021	2022	2022 у % до 2021
великої рогатої худоби, тис. голів	2765,5	2641,4	95,5	5751,4	4954,3	86,1
у т.ч. корів молочних порід, тис. голів	2764,2	2640,8	95,5	5751,4	4954,3	86,1
Овець, тис. голів	0,3	0,3	100,0	14,7	12	81,6
Кіз, тис голів	1,9	2,5	131,6	180,1	157,2	87,3
Середній річний удій молока від однієї корови, кг	6863	6611	96,3	4604	4569	99,2

Джерело: побудовано за даними [1].

Узагальнюючи, збільшення обсягів виробництва у молочній галузі сприяє не лише економічному розвитку, але і розвитку сільськогосподарського сектору, покращенню соціально-економічних показників та забезпеченню сталості та стійкості галузі.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Розглянуто важливі аспекти та принципи управління зовнішньоекономічною діяльністю, а також визначено що раціональне управління зовнішньоекономічною діяльністю базується на глибокому розумінні міжнародних ринків, ефективному використанні ресурсів, а також вдосконаленні стратегій та тактик у веденні міжнародного бізнесу. Важливим елементом управління зовнішньоекономічною діяльністю є стратегічне планування. Розкрито, що розробка чіткої та гнучкої стратегії дозволяє підприємствам адаптуватися до змін в зовнішньому середовищі та використовувати можливості для розвитку на міжнародних ринках. Крім того, успішне управління зовнішньоекономічною діяльністю потребує постійного моніторингу та аналізу змін у світовій економіці, а також готовності до інновацій та впровадження новітніх методів управління. Рекомендації, винесені на основі теоретичного дослідження, можуть слугувати підґрунтям для розробки практичних стратегій управління зовнішньоекономічною діяльністю, спрямованих на досягнення конкурентоспроможності та стабільного розвитку підприємства в умовах глобального ринку.

Проаналізовано управління зовнішньоекономічної діяльності молокопереробних підприємств та визначено, що зовнішньоекономічна діяльність визначається як ключовий елемент розвитку країн у глобальному масштабі. Її значущість проявляється у зміцненні економічних, технологічних та культурних зв'язків між країнами, сприяючи створенню стійкого та збалансованого світового господарства. Прикладом успішного бізнесу може слугувати компанія «Рудь». Управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств України в умовах глобалізації є завданням, яке ставить перед собою великий спектр викликів і можливостей. Глобальні економічні та соціокультурні тенденції впливають на всі аспекти діяльності цих підприємств, вимагаючи від них стратегічного та гнучкого управління.

Визначено, що підвищення ефективності управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств у контексті глобальних викликів передбачає впровадження комплексу заходів та стратегій, щоб забезпечити конкурентоспроможність та стійкість у міжнародному бізнес-середовищі. Крім того, досліджено що адаптація до міжнародних стандартів якості є ключовим елементом управління зовнішньоекономічною діяльністю молокопереробних підприємств. А також, те що збільшення обсягів виробництва у молочній галузі сприяє не лише економічному розвитку, але і розвитку сільськогосподарського сектору, покращенню соціально-економічних показників та забезпеченню сталості та стійкості галузі.

На основі проведено аналізу слід запропонувати такі пропозиції, щодо удосконалення процесів управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємствами, які забезпечать ефективність та конкурентоспроможність в умовах зростаючої глобалізації. По-перше, слід розглядати можливості для встановлення гнучких механізмів співпраці з міжнародними партнерами, враховуючи специфіку галузі та потреби підприємства. Це може включати формування стратегічних альянсів, участь у міжнародних виробничих ланцюгах та активне використання інструментів міжнародного маркетингу. По-друге, потрібно акцентувати увагу на впровадженні інноваційних технологій в процес управління зовнішньоекономічною діяльністю. Використання сучасних інформаційних систем, аналітичних інструментів та інші технології можуть значно полегшити моніторинг, планування та прийняття стратегічних рішень. По-третє, необхідно враховувати різноманітність культур та економічних умов на міжнародних ринках, розробляючи персоналізовані маркетингові стратегії для різних регіонів та цільових аудиторій, що дозволить адаптувати продукцію та послуги до місцевих особливостей і підвищити їхню привабливість для споживачів. По-четверте, варто забезпечити постійне підвищення кваліфікації персоналу в галузі міжнародного бізнесу та зовнішньоекономічних відносин, яке включає

навчання персоналу міжнародним стандартам, ознайомлення з новітніми трендами та розширення мовного спектру співробітників. По-п'яте, рекомендується акцентувати увагу на оптимізації системи логістики та постачання. Це може включати пошук нових постачальників та ринків збуту, а також впровадження ефективних методів управління запасами. Зазначені пропозиції становлять комплексний підхід до покращення управлінських практик у зовнішньоекономічній діяльності підприємств і спрямовані на забезпечення їхнього успішного функціонування та розвитку в умовах глобалізації.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Виробництво продукції тваринництва. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 12.11.2023).
2. Горященко Ю.Г., Пильгун А.Р., Швець А.М. Інноваційні підходи в управлінні зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Молодий вчений. № 3(2). 2021. 345-350 с.
3. Євтушенко В.А., Ляшевська В.І., Копитцова О.С. Планування зовнішньоекономічної діяльності як фактор підвищення конкурентоспроможності підприємств на світовому ринку. Бізнес Інформ. № 6. 2021. 38-43 с.
4. Жаліло Я. А., Базилюк Я. Б., Белінська Я. В. Конкурентоспроможність економіки в умовах глобалізації. Київ: НІСД. 2005. С. 440.
5. Індеси фізичного обсягу, середніх цін та умов торгівлі у зовнішній торгівлі України товарами у 2022 році. Державна служба статистики України. URL: https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2022/zd/in_fiz/arh_in_fiz_22_u.htm (дата звернення: 10.12.2023).
6. Клепікова С.В. Особливості управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств. Економіка. Фінанси. Право. № 11. 2021. 18-22 с.
7. Ковтун Е.О. Теоретичні аспекти маркетингових досліджень при здійсненні підприємством зовнішньоекономічної діяльності. Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки. № 1. 2021. 197-202 с.
8. Ларіна Т.Ф., Фурса В.А., Болотна О.В. Планування зовнішньоекономічної діяльності підприємств в умовах глобалізації міжнародної економіки. Міжнародний науковий журнал "Інтернаука". Серія : Економічні науки. № 11. 2019. 147-151 с.

9. Міжнародні стандарти. Ecolabel. URL: <https://www.ecolabel.org.ua/korisna-informatsiya/mizhnarodni-standarti> (дата звернення: 25.11.2023).

10. Статистичні дані по рівню транснаціоналізації підприємства АТ «Житомирський маслозавод «Рудь». URL: <https://rud.ua/> (дата звернення: 01.12.2023).

11. Товарна структура зовнішньої торгівлі у 2022 році (зокрема тваринництва). Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 10.12.2023).

12. Тульчинська С.О., Дергалюк М.О., Радкевич Д.О. Стратегія підвищення конкурентоспроможності українських товаровиробників на світовому ринку в умовах макроекономічної нестабільності. Ефективна економіка. 2020. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2021/5.pdf (дата звернення: 05.12.2023).

13. Шевченко А.В., Табачук Н.О. Сучасний стан ринку молочної продукції та забезпечення її якості в умовах євроінтеграції України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: МЕН та світове господарство. 2019. 101-107 с.

14. Шклярчук Ю.Є. Сучасний стан та тенденції виробництва і переробки молока в Україні та Вінницькій області. Ефективна економіка. № 11. 2017. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5899> (дата звернення: 10.12.2023).

15. Шталь Т.В., Зарахенко І.В. Оцінка зовнішньоекономічної діяльності підприємства: конкурентні переваги та державне регулювання. Бізнес Інформ. № 12. 2021. 21-27 с.

16. Шупрудько Н.В. Зовнішньоекономічна діяльність України у контексті зміцнення її економічної безпеки. Ефективна економіка. 2018. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/9_2018/156.pdf (дата звернення: 10.12.2023).

17. World Food and Agriculture – Statistical Yearbook 2023. URL: <https://www.fao.org/documents/card/en/c/cc8166en> (Дата звертання 13.12.2023).
18. Globalisation Index. KOF. URL: <https://kof.ethz.ch/en/forecasts-and-indicators/indicators/kof-globalisation-index.html> (дата звернення: 10.12.2023).
19. Ricardo D. Principles of Political Economy and Taxation. 1817. P. 333. URL: <https://socialsciences.mcmaster.ca/econ/ugcm/3ll3/ricardo/Principles.pdf> (дата звернення: 21.10.2023).
20. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. 1976. P. 1511. URL: <https://www.econlib.org/library/Smith/smWN.html> (дата звернення: 15.11.2023).
21. The Global 2000. Forbes. URL: <https://www.forbes.com/lists/global2000/?sh=719f04c05ac0> (дата звернення 30.11.2023).
22. Weber M. Essays in Economic Sociology. 1999. P. 500. URL: <https://www.jstor.org/stable/j.ctv1416446> (дата звернення: 22.11.2023).