

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПОЛІСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

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

ДУБОК Сніжана Ігорівна

УДК 339.5:339.94

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

”Економічна дипломатія у зовнішній торгівлі України”

за ОПП ”Міжнародні економічні відносини” спец. 292 ”Міжнародні економічні відносини”
галузі знань 29 “Міжнародні відносини”

Подається на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

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

_____ С. І. Дубок

Науковий керівник:
Прокопчук Оксана Андріївна
к.е.н., доцент

Житомир – 2024

АНОТАЦІЯ

Дубок С.І. Економічна дипломатія у зовнішній торгівлі України – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Кваліфікаційна робота на здобуття першого (бакалаврського) освітнього ступеня за ОПП “Міжнародні економічні відносини” галузі знань 29 ”Міжнародні відносини” спеціальності 292 ”Міжнародні економічні відносини”. – Поліський національний університет, Житомир, 2024.

Досліджено теоретико-методичні та прикладні засади економічної дипломатії у зовнішній торгівлі України. В теоретичному розділі визначено сутність, функції та форми економічної дипломатії. В аналітичному розділі здійснено аналіз світового та українського ринку молочної продукції, визначено вплив економічної дипломатії на розвиток експортного потенціалу молокопереробної промисловості України. Обґрунтовано пропозиції щодо підвищення ефективності економічної дипломатії у просуванні молокопродукції на світовий ринок.

Ключові слова: дипломатія, економічна дипломатія, зовнішня торгівля, експорт, молочна продукція.

SUMMARY

Dubok S.I. Economic diplomacy in foreign trade of Ukraine–Manuscript qualification work.

Qualification work for the first (bachelor) degree in EP ”International Economic Relations” in the field of knowledge 29 ”International Relations” specialty 292 ”International Economic Relations”.– Polissia National University, Zhytomyr, 2024.

Theoretical-methodical and applied principles of economic diplomacy in foreign trade of Ukraine are investigated. The theoretical section defines the essence, functions and forms of economic diplomacy. The analytical part analyzes the world and Ukrainian dairy market, identifies the impact of economic diplomacy on the development of the export potential of the milk processing industry in Ukraine. The proposals to increase the efficiency of economic diplomacy in promoting dairy products on the world market are substantiated.

Key words: diplomacy, economic diplomacy, foreign trade, export, dairy products.

Зміст

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА НОРМАТИВНО ПРАВОВИЙ БАЗИС ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ.....	6
РОЗДІЛ 2. ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ЕКСПОРТУ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ)..	12
2.1. Економічний та експортний потенціал молокопереробної промисловості України.....	12
2.2. Економічні результати дипломатичних зусиль України у сфері просування молокопродукції на світовий ринок.....	16
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У СФЕРІ ПРОСУВАННЯ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ НА СВІТОВИЙ РИНОК.....	24
ВИСНОВКИ.....	30
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	32
ДОДАТКИ.....	36

Вступ

Економічна дипломатія набуває особливого значення в контексті сучасних геополітичних та геоекономічних процесів і ролі України в них. Враховуючи завдання економічної дипломатії, які спрямовані на захист економічних інтересів країни, сприяння розвитку торговельно-економічних зв'язків, залучення іноземних інвестицій у пріоритетні сектори економіки та виконання міжнародних договорів, головним пріоритетом сучасної економічної дипломатії є забезпечення економічної безпеки країни. Ефективна економічна дипломатія може стати ключовим інструментом для подолання міжнародних викликів, залучення інвестицій та розширення ринків збуту.

Методологічні засади щодо економічної дипломатії у зовнішній торгівлі України розкриті у наукових працях українських вчених, зокрема: Іванова І.Д., Заблоцької Р.О., Ліхачова О.Є., Свойського А.Г., Щетиніна В.Д. та ін. У контексті аналізу економічної дипломатії у зовнішній торгівлі України залишаються деякі питання, що потребують подальшого дослідження. Також зміни, які вже відбулися в системі економічної дипломатії України, вимагають наукового обґрунтування, що підкреслює важливість проведеного дослідження.

Метою даного дослідження є: обґрунтування теоретико-методичних положень та практичних рекомендацій щодо підвищення ефективності економічної дипломатії для розвитку зовнішньоекономічного потенціалу економіки та прикладі молокопереробної промисловості.

Відповідно до поставленої мети в роботі визначено такі *завдання*:

- розкрити сутність, функції економічної дипломатії як ключової форми дипломатичної діяльності;
- здійснити аналіз економічний та експортного потенціалу молокопереробної промисловості України;
- оцінити економічні результати дипломатичних зусиль України у сфері просування молокопродукції на світовий ринок;
- обґрунтувати пропозиції щодо підвищення ефективності економічної

дипломатії України.

Об'єктом дослідження є процес реалізації економічної дипломатії у сфері сприяння розвитку зовнішньоекономічної діяльності у молокопереробній промисловості.

Предметом дослідження є сукупність теоретико-методичних і практичних аспектів реалізації економічної дипломатії.

Методи дослідження. Методологічною базою є наукові методи, що уможливили вирішення завдань з теми дослідження. *Діалектичний метод пізнання* (для визначення понять «дипломатія» та «економічна дипломатія»); *статистико-аналітичний* (для аналізу тенденцій розвитку молокопереробної промисловості, оцінки впливу економічної дипломатії на підвищення її експортного потенціалу); *таблично-графічний* (з метою наочного викладання матеріалів дослідження у вигляді графіків, схем та таблиць).

Публікації. За результатами дослідження автором опубліковано 2 наукові праці.

1. Дубок С.І. Сучасні тенденції розвитку світової дипломатії. Глобальний вимір сучасних проблем міжнародного бізнесу та менеджменту: збірник матеріалів VII науково-практичної студентської конференції (м. Житомир, 17 листопада 2021 року). Житомир: Вид-во «Поліський національний університет». 2021. С. 66-68.

2. Дубок С.І., Економічна дипломатія у міжнародній системі торгівельних зносин. Мировідбудова та глобальне економічне зростання: фокус дипломатії: збірник матеріалів IX науково-практичної студентської конференції (м. Житомир, 23 листопада 2023 року). Житомир: Вид-во «Поліський національний університет». 2023. С. 62-64.

Кваліфікаційна роботи складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаної літератури та додатків. Виконана з використанням наукової літератури, статистичних баз даних та даних інтернет ресурсів та розміщена на 35 сторінках тексту.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНИЙ ТА НОРМАТИВНО-ПРАВОВИЙ БАЗИС ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ

Протягом всієї історії дипломатія відігравала ключову роль у формуванні міжнародних відносин та вирішенні міждержавних конфліктів. Використання посланців для переговорів щодо укладення договорів та створення союзів було поширено з давніх часів, причому перша задокументована дипломатична місія відбулася у 14 столітті до нашої ери в Стародавньому Єгипті. У Середньовіччі дипломатія стала інструментом для монархів, що допомагав розширювати території та зміцнювати владу, що призвело до створення постійних посольств та використання резидентів-послів [6].

У новому тисячолітті, коли світ стикається з численними викликами, такими як зміна клімату, пандемії, тероризм, кіберзагрози, економічні війни та міграційні кризи, роль дипломатії стає як ніколи важливою. Вона забезпечує мирне вирішення конфліктів, сприяє співпраці між державами та підтримує глобальну стабільність. Завдяки дипломатії створюються умови для взаємного розуміння та поваги між народами, що дозволяє знаходити компроміси навіть у найскладніших ситуаціях. Дипломатія не лише захищає національні інтереси, але й сприяє розвитку міжнародного права, економічних зв'язків і культурного обміну.

Дипломатія є ключовим інструментом здійснення та реалізації зовнішньої політики. Вона включає в себе набір прийомів, методів і засобів, які дозволяють вести переговори мирним шляхом, знаходити компроміси і взаємоприйнятні рішення, а також розширювати і поглиблювати міжнародне співробітництво між країнами. Дипломатія відіграє надзвичайно важливу та значну роль, виступаючи знаряддям здійснення зовнішньої політики держави [7].

Характерними рисами дипломатії є: глобальний і наступальний підходи; багатогранність та різноманітність; підвищений рівень відкритості – динамізм; прозорість і транспарентність, що ґрунтуються на довірі та відвертості; оперативність дипломатичних представників у передачі важливої інформації; швидкий аналізі даних і прийнятті важливих та правильних рішень у різних ситуаціях.

Основною функцією дипломатії є забезпечення мирних і ефективних відносин між державами, а також сприяння співпраці та обмін інформацією з різних питань. Також дипломатія включає в себе ряд ключових функцій, а саме: відстоювання інтересів держави; захист національної безпеки; ведення переговорів задля укладання угод та договорів; обмін та аналіз інформації; сприяння міжнародному розвитку; захист прав людини; вирішення глобальних проблем; сприяння мирному вирішенню конфліктів. Кожна з цих функцій потребує особливих навичок і підходів, і дипломати повинні вміти пристосовуватися до змінних умов і пріоритетів для досягнення успіху.

У системі міжнародних відносин існує декілька видів дипломатичної діяльності [3]. До них відносять:

- двосторонню дипломатію, що включає обговорення та переговори між двома країнами для вирішення конкретних питань або сприяння співпраці;
- багатосторонню дипломатію, що охоплює переговори та угоди між кількома країнами або міжнародними організаціями, зосереджуючись на глобальних питаннях, таких як зміна клімату, права людини та міжнародна торгівля;
- економічну дипломатію, яка є складовою зовнішньої політики, діяльність якої спрямована на реалізацію та захист економічних інтересів держав дипломатичними засобами. Цей тип дипломатії є одним із ключових інструментів для зміцнення конкурентних переваг і отримання вигоди на світовому ринку. Ефективність економічної дипломатії залежить від орієнтації державної політики на підвищення національної конкурентоспроможності та розробку зовнішньоекономічної стратегії;

- превентивну дипломатію, що передбачає зусилля, спрямовані на запобігання або врегулювання конфліктів до їх ескалації у насильство. Превентивна дипломатія часто включає системи раннього попередження, санкції, ембарго, посередництво та інші заходи, спрямовані на усунення першопричин конфлікту;

- «човникову» дипломатію як процес врегулювання конфліктів за допомогою посередника, який проводить зустрічі з кожною зі сторін конфлікту окремо. Успіх цього виду дипломатії залежить від кількох факторів: посередник повинен добре розуміти позиції та точки зору учасників переговорів, мати досвід у проведенні таких переговорів, а також користуватися підтримкою глави своєї держави та інших високопосадовців і мати авторитет у своїй країні;

- спеціальні дипломатичні місії – тимчасове представництво держави, яке направляється однією державою до іншої згідно з домовленістю, з метою вирішення важливих питань або виконання спеціальних завдань. Завдання таких місій мають чітку мету і обмежений характер. Вони виконуються в ім'я глави держави, прем'єр-міністра або міністра закордонних справ;

- зустрічі на найвищому рівні. Це можуть бути дипломатичні діалоги у формі самітів, особисті візити, багатосторонні переговори, листування чи телефонні розмови між керівниками держав. Головна мета цих зустрічей – розвиток міжнародних відносин та вирішення важливих питань для учасників. Такі зустрічі мають свої особливості, такі як їхній регулярний характер, обговорення питань, що стосуються багатьох держав, та широке охоплення різних сфер.

У складному світі міжнародних відносин кожен вид дипломатії має свої переваги та обмеження, і може бути використаний для досягнення різних цілей. На сьогодні одним із найбільш актуальних напрямків світової дипломатії стала економічна дипломатія. В сучасних умовах економічна дипломатія визнається як ключовий аспект міжнародних економічних відносин і здійснює свої власні, характерні функції. Почавши свій шлях як форма торгівлі багато століть тому,

економічна дипломатія поступово еволюціонувала в окремий напрям суспільних наук і зовнішньої політики [19].

Згідно з загальноприйнятими визначеннями дипломатії, можна сказати, що економічна дипломатія є наукою міжнародних економічних відносин та інструмент здійснення зовнішньоекономічної політики країни. Вона включає ряд невійськових практичних заходів, прийомів і методів, з яких переважають економічні, а не політичні, що застосовуються з урахуванням конкретних умов і завдань, що вирішуються [2].

Одним з ключових завдань економічної дипломатії є забезпечення керівництва держави достовірною та своєчасною інформацією щодо економічної ситуації за кордоном, зовнішньоекономічної політики іноземних країн, діяльності міжнародних організацій. Крім того, економічна дипломатія працює на створення сприятливих умов для успішної інтеграції країни в глобальну економічну систему. Досягнення цих цілей відбулося завдяки використанню різноманітних методів та інструментів, таких як переговори, угоди, неформальні домовленості, рекомендації, а також встановлення контактів з офіційними особами, представниками ділового середовища та громадськості. Важливо забезпечити узгодженість та вирішення пріоритетів між урядом та підприємницьким середовищем країни (бізнесом), яке, як правило, є основним вигодоносієм в економічній дипломатії [12]. Відповідно сучасна економічна дипломатія виконує ряд основних функцій (рис 1.1), які відіграють ключову роль у забезпеченні стабільного економічного зростання, зміцненні позицій держави на міжнародній арені та підвищенні добробуту населення.

Економічну дипломатію розділяють на різні категорії в залежності від її сфери відповідальності. Найпоширенішою є класифікація економічної дипломатії за напрямками економічної діяльності. Одними з перших видів є торговельна та комерційна дипломатія. Торговельна дипломатія виступає як ключовий компонент економічної дипломатії, включаючи в себе проведення професійних торговельних переговорів, аналіз експортно-імпортних операцій, а

також аргументовану відповідь на використання засобів торговельного захисту у якості інструменту економічної дипломатії [29].



Рис 1.1. Функції економічної дипломатії

Джерело: узагальнено автором [25].

Комерційна дипломатія є частиною зовнішньоекономічної діяльності і вважається одним із найефективніших методів її реалізації. Вона охоплює політико-дипломатичну підтримку та лобіювання національного експорту, а також цілеспрямований вплив на партнерів із застосуванням фінансових, ресурсних та інших засобів тиску.

Комерційна дипломатія є важливим інструментом у розвитку міжнародних економічних відносинах [1], що включає торговельні угоди, інвестиційні угоди, експортне кредитування та страхування, інвестиційні форуми та ярмарки. Торговельні угоди можуть бути багатосторонніми, білатеральними або регіональними, тоді як інвестиційні угоди включають білатеральні інвестиційні угоди (BITS) та угоди про уникнення подвійного

оподаткування. Експортне кредитування здійснюється через експортно-кредитні агентства, які забезпечують фінансування та страхування для експортерів, а економічні місії та делегації просувають національні інтереси за кордоном. Економічна розвідка включає збір та аналіз інформації про ринки та конкуренти, що підтримує національні інтереси. Фінансова допомога та співпраця включають надання або отримання фінансової допомоги, грантів, позик від міжнародних організацій або інших країн, а політика санкцій та ембарго використовується для досягнення політичних та економічних цілей. Активна участь у роботі міжнародних економічних організацій та брендинг країни як сприятливого місця для інвестицій та бізнесу також є важливими аспектами економічної дипломатії.

Стандарти комерційної дипломатії закріплені в документах міжнародного та міждержавного рівня, включаючи нормативні акти Організації Об'єднаних Націй, її Генеральної Асамблеї та структурних підрозділів, нормативні акти міжнародних міждержавних організацій, угоди між окремими державами та міжнародними організаціями, багатосторонні угоди, а також національні державні нормативні акти [24].

Останнім часом набули популярності активні форми комерційної дипломатії, які включають політико-дипломатичну підтримку та лобіювання національного експорту, численні взаємопов'язані заходи, спрямовані на покращення умов доступу вітчизняних компаній на зарубіжні ринки (переважно торгово-політичні заходи), залучення багатосторонніх і регіональних організацій для просування власних інтересів, а також цілеспрямований вплив на партнерів із застосуванням фінансових, ресурсних та інших засобів тиску.

Також варто зазначити що законодавчу базу економічної дипломатії України формують такі документи як Закон України "Про засади внутрішньої і зовнішньої політики" від 1 липня 2010 р. №2411-VI [9], Закон України "Про дипломатичну службу" [8] та Стратегія публічної дипломатії України [21]. Ці документи створюють фундаментальні засади та напрямки розвитку

економічної дипломатії, визначаючи її принципи, механізми та основні пріоритети, що сприяють просуванню національних інтересів України на міжнародній арені.

РОЗДІЛ 2

ВПЛИВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ НА ЗОВНІШНЮ ТОРГІВЛЮ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ЕКСПОРТУ МОЛОКОПРОДУКЦІЇ)

2.1. Економічний та експортний потенціал молокопереробної промисловості України

Молокопереробна галузь є ключовим сегментом харчової промисловості, оскільки об'єднує виробників молочної продукції, постачальників сировини для переробки в молочних заводах та споживачів. Вона включає виробництво масла, сиру, консервованої молочної продукції та інших виробів, що виготовляються зі сировини незбираного молока. Розвиток ринку молочної продукції призводить до появи та нарощування конкуренції між усіма учасниками виробничого процесу.

Молокопереробна галузь України відіграє ключову роль у національній економіці, забезпечуючи виробництво молочної продукції, яка істотно впливає на раціон населення в кожній країні. Стійкий попит на внутрішньому ринку забезпечував відносно стабільні тенденції розвитку галузі. Однак воєнне вторгнення на територію України ускладнили умови функціонування підприємств і призвели до кризових процесів у галузі. Згідно з даними Державної служби статистики України у 2022 р. кількість молокопереробних підприємств зменшилася на 133 одиниці порівняно з попереднім роком (рис 2.1). Основними дестабілізуючими чинниками функціонування молокопереробної промисловості є наступні: зменшення попиту на молочну продукцію через підвищення цін та зниження платоспроможності населення, низька рентабельність галузі тваринництва, зростання безробіття, енергетична криза, збільшення обсягів імпорту молочної продукції, підвищення вартості сировини, військовий конфлікт з РФ.

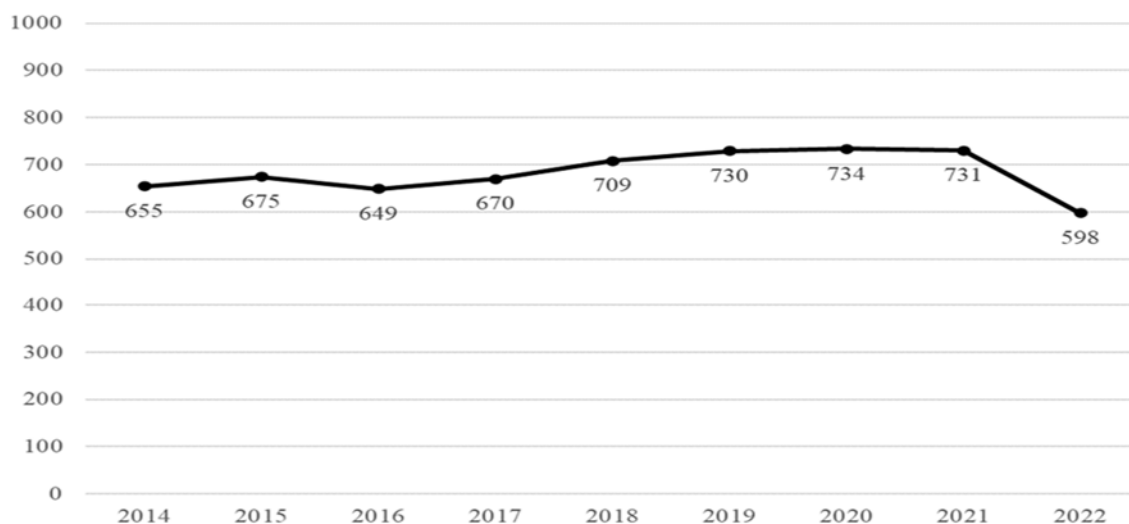


Рис. 2.1. Динаміка кількості підприємств з виробництва молочних продуктів в Україні, 2014-2022 рр.

Джерело: побудовано автором за [4].

Найбільша кількість молокопереробних підприємств функціонують у м. Київ (41), в той час як мінімальна кількість – у Чернівецькій (3) та Луганській (1) областях (рис. 2.2) [16].

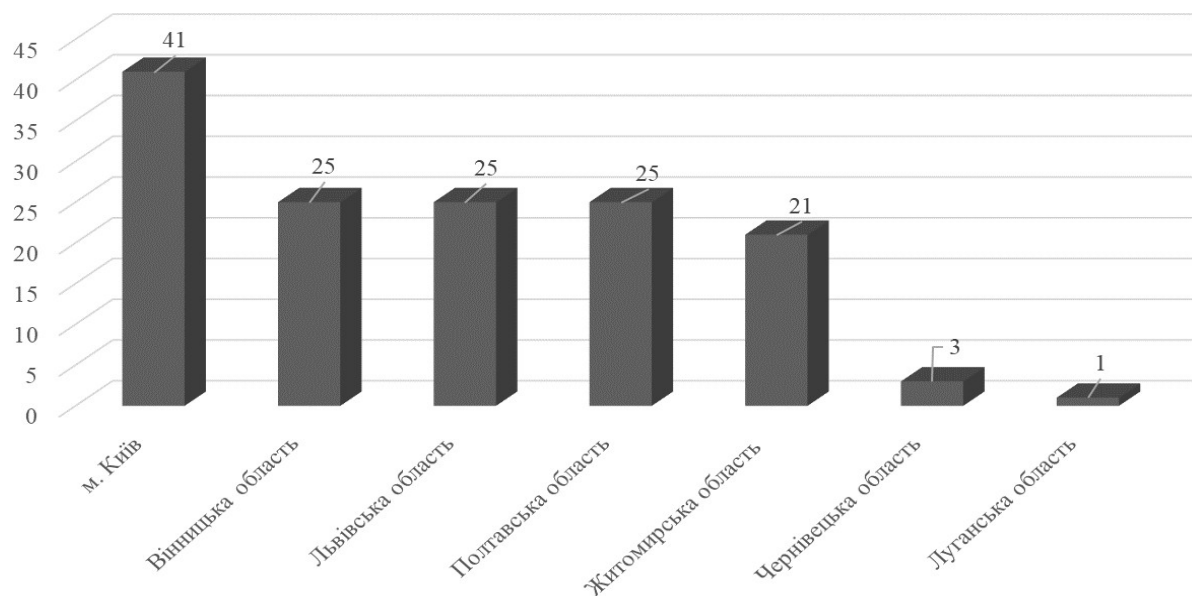


Рис. 2.2. Кількості суб'єктів господарювання-виробників молочних продуктів в розрізі регіонів України, 2014-2022 рр.

Джерело: узагальнено автором за [4]

Найбільшими виробниками молочних продуктів, котрі мають значну питому вагу на ринку України, є: ТДВ «Яготинський маслозавод»; ТОВ «Буцацький сирзавод»; «ТЕРРА ФУД» (торгові марки: Premiale, Тульчинка, Ферма, Біла лінія); Danone Україна (торгові марки: «Активіа», «Растішка», «Простоквашино», «Живинка», «Даніссімо», «Danone»); ПАТ «Куп'янський молочноконсервний комбінат», ТОВ «Люстдорф» (торгові марки: «Селянське», «На здоров'я», «Весела бурьонка»); ТОВ «Мілкіленд-Україна»; ПАТ «Вімм-Білль-Данн Україна» (торгові марки: «Агуня», «Чудо», «Слов'яночка», «Марійка»); ТОВ «Молочна компанія «Галичина» (торгові марки: «Галичина», «ГоКарпати, «Галичанське»); ПрАТ «Тернопільський молокозавод»; ТОВ «ОРГАНІК МІЛК»; ПрАТ «Комбінат «Придніпровський» та ін [18].

Великі молокопереробні підприємства України є суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності, однак вітчизняна продукція має незначний рівень міжнародної конкурентоспроможності. Критичними чинниками для експорту продукції на світовий ринок були пандемія Covid 19 та воєнне вторгнення на територію України. Вони спричинили скорочення обсягів та вартості практично за усіма товарними позиціями. У 2023 р. загальна вартість експорту молочної продукції досягла лише 53,8 % рівня 2019 р. (табл. 2.1.).

Таблиця 2.1.

**Динаміка вартості експорту молокопродукції з України,
тис. дол. США**

Товарна група	2019 р.	2020 р.	2021 р.	2022 р.	2023 р	2023 р. до 2019 р., %
Молоко і вершки	91516	67534	67738	107707	23439	25,61
Згущене молоко і вершки, йогурт, кефір та інше ряжанка або кисле молоко	9901	8974	8649	4664	4172	42,14
Вершкове масло, в т.ч. зневоднене масло та топлене масло, а також інші жири та олії, отримані з молока; молоко	77087	48689	52306	81911	41771	54,19
Молочна сироватка	18255	22305	22822	16761	10854	59,46
Сир	26776	24415	26692	42219	39934	149,14
Разом:	223535	171917	178207	253262	120170	53,76

Джерело: побудовано за даними [31].

Коливання вартості експорту молочної продукції з України обумовлено також волатильністю кон'юнктури світового ринку, першочергово змінами попиту та умов зовнішньої торгівлі [11].

Головними товарними позиціями в експорті у грошовому еквіваленті у 2023 р. були наступні: молоко та вершки, згущені; сири; масло вершкове; казеїн і казеїнати; молоко та вершки, не згущені (рис. 2.3). У першому кварталі 2023 р., на відміну від цього ж періоду 2022 р., суттєво збільшилось постачання сирів: було експортовано 2,1 тис. т (10,2 млн дол. США), що відповідно в 2 рази та в 2,3 рази більше.



Рис. 2.3. Товарна структура експорту молочних продуктів з України, 2023 р.

Джерело: узагальнено автором за [11]

Активний попит на українську продукцію спостерігався на ринку Казахстану та Молдови. У березні 2023 р. було експортовано молочної сироватки 1,25 тис. т, що на 12,2 % більше, ніж у лютому. Частка експорту складає: Китай (41,9 %), Йорданія (13,8 %), Польща (12,7 %). Крім того, за березень 2023 р. найбільше було експортовано морозива – 809,7 т, що на 55%

більше, ніж у лютому. Найбільші імпортери цієї молочної продукції: Німеччина (22 %), Молдова (20,6 %), Польща (8,5%). Найбільшими імпортерами української молочної продукції залишаються Молдова, Казахстан та Азербайджан [5].

Імпорт молочної продукції у 2020 р. склав 450 млн дол. США. У 2021 р. вартість імпорту збільшився до 470 млн дол. США, що може свідчити про зростання внутрішнього попиту на імпортну молочну продукцію або недостатню пропозицію місцевих виробників. У 2022 р. спостерігається зниження вартості імпорту до 440 млн дол. США, що може бути результатом заходів з підтримки національних виробників або економічних обмежень. У 2023 р. імпорт знову збільшився до 460 млн дол. США, що може бути пов'язано зі стабілізацією внутрішнього ринку та відновленням попиту на імпортні товари.

Вартість імпорту молокопродуктів традиційно перевищує вартість експорту, що вказує на негативний торговий баланс у сфері молочної продукції і свідчить про більшу залежність внутрішнього ринку від імпортної продукції. Експорт демонструє коливання, але загалом зростає, тоді як імпорт має тенденцію до стабільного зростання з невеликими коливаннями. Тобто внутрішній ринок молочної продукції має відносно високий рівень імпортозалежності.

2.2. Економічні результати дипломатичних зусиль України у сфері просування молокопродукції на світовий ринок

Економічна дипломатія є важливим інструментом для сприяння розвитку національної економіки та підвищення конкурентоспроможності на світових ринках. Україна бере участь у ряді міжнародних угод і організацій, які регулюють міжнародну торгівлю, зокрема молочними продуктами (табл. 2.2). Укладання зазначених угод мало позитивні економічні результати для реалізації зовнішньоекономічного потенціалу економіки України, зокрема

значно зросла вартість експорту української молочної до країн, з якими було підписано угоди (табл. 2.3).

Таблиця 2.2

Результати дипломатичної співпраці Україна у сфері зовнішньої торгівлі

Країна / Союз / організація	Форма співпраці	Рік підписання	Отримані преференції
ЄС	Угода про зону вільної торгівлі	2014	Доступ до європейського ринку за нульовою ставкою мита
Канада		2017	Скасування більшості мит
Ізраїль		2019	Поступове зниження мит
Туреччина		2022	Зниження тарифів
Молдова		2005	Пільгові умови для торгівлі
СОТ	Багатосторонні та двосторонні переговори	2008	Зниження тарифів на товари та доступ до міжнародних ринків
Міжнародні стандарти	Адаптація до стандартів	Постійно впроваджуються	Впровадження міжнародних сертифікаційних стандартів
Європейська економічна комісія ООН	Членство в комісії	Постійна співпраця	Гармонізація стандартів та спрощення умов торгівлі

Джерело: узагальнено автором за [17].

До укладання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (DCFTA) в 2014 р., торгівля між Україною та ЄС регулювалася загальними правилами СОТ [14]. Молочні продукти з України стикалися з високими тарифами та значними нетарифними бар'єрами через розбіжності в стандартах якості та безпеки. Українські виробники мали обмежений доступ до європейського ринку через необхідність відповідати високим санітарним і фітосанітарним стандартам ЄС, що вимагало значних інвестицій в модернізацію виробництва. Вартість експорту молочних продуктів до ЄС до укладання угоди становила приблизно 45 млн дол США на рік. Після укладання угоди, яка передбачає зниження або скасування митних тарифів, гармонізацію стандартів якості та безпеки харчових продуктів, українські молочні продукти отримали відкритий доступ до ринків ЄС за умови дотримання санітарних та фітосанітарних вимог.

Пільгові умови експорту, зокрема квота на 8 тис. тон сирів на рік, значно покращили конкурентоспроможність українських виробників на європейському ринку. Вартість експорту зросла до 100 млн дол США на рік у 2022 р.

Таблиця 2.3.

Зміна вартості експорту молочної продукції з України за результатами преференцій

Країна / союз/організація	Вартість експорту до укладання угоди, млн дол. США	Вартість експорту після укладання угоди (за 2022 р.), млн дол. США
ЄС	45	100
СОТ	150	250
Канада	2	3
Ізраїль	3	3,6
Туреччина	10	11
Молдова	5	5,6
Міжнародні стандарти	200	300
Європейська економічна комісія ООН	180	280

Джерело: узагальнено автором за [13].

До вступу України в СОТ у 2008 р., торгівля України з іншими країнами відбувалася на основі двосторонніх домовленостей і загальних принципів міжнародної торгівлі, з високими тарифними бар'єрами, що ускладнювало вихід на міжнародні ринки. Відсутність прозорих правил і механізмів вирішення торговельних спорів, високі митні тарифи знижували конкурентоспроможність української продукції. Вартість експорту молочних продуктів до країн, що не мали двосторонніх угод, становила близько 150 млн дол США на рік. Після вступу в СОТ, членство забезпечило встановлення прозорих правил міжнародної торгівлі, зниження тарифних бар'єрів, можливість вирішення торговельних спорів у межах СОТ і доступ до міжнародних ринків на умовах недискримінації. Це сприяло зниженню митних тарифів у міжнародній торгівлі, дозволяючи українським виробникам ефективно конкурувати з іншими країнами. Вартість експорту зросла до 250 млн дол США на рік у 2022 р.

До підписання угоди про вільну торгівлю між Україною та Канадою (CUFTA) у 2017 р. [15], торгівля між Україною та Канадою регулювалася

загальними правилами СОТ без додаткових пільг для українських виробників. Високі митні тарифи та відсутність пільгових умов обмежували обсяги експорту молочних продуктів до Канади. Вартість експорту молочних продуктів до Канади до укладання угоди становила близько 2 млн дол США на рік. Після укладання угоди, яка скасовує більшість мит на українські продукти, відкрилися нові можливості для українських виробників, що сприяло зростанню експорту сухого молока на 15% завдяки безмитному доступу до канадського ринку. Вартість експорту зросла до 3 млн дол США на рік у 2022 р.

До підписання угоди про вільну торгівлю з Ізраїлем у 2019 р., торгівля між Україною та Ізраїлем регулювалася загальними правилами СОТ. Високі митні тарифи на молочні продукти робили їх менш доступними для ізраїльських споживачів. Вартість експорту молочних продуктів до Ізраїлю до укладання угоди становила близько 3 млн дол США на рік. Після укладання угоди, яка передбачає поступове зниження мит на українські молочні продукти, експорт молочних продуктів до Ізраїлю збільшився на 20%, завдяки поступовому зниженню мит. Вартість експорту зросла до 3,6 млн доларів США на рік у 2022 р.

До підписання угоди про вільну торгівлю з Туреччиною у 2022 р., торгівля між Україною та Туреччиною регулювалася загальними правилами СОТ. Високі митні тарифи та відсутність пільгових умов стримували обсяги експорту молочних продуктів до Туреччини. Вартість експорту молочних продуктів до Туреччини до укладання угоди становила близько 10 млн доларів США на рік. Після укладання угоди, яка передбачає зниження тарифів на молочні продукти, експорт молочної продукції до Туреччини зріс на 10%. Вартість експорту зросла до 11 млн дол США на рік у 2022 р.

До підписання двосторонніх угод з Молдовою та Грузією, торгівля з цими країнами відбувалася на загальних умовах, встановлених в рамках СНД. Відсутність пільгових умов обмежувала обсяги експорту. Вартість експорту молочних продуктів до Молдови та Грузії до укладання угод становила приблизно 5 млн доларів США на рік. Після укладання угод, які включають

пільгові умови для торгівлі молочними продуктами, експорт молочної продукції до Молдови зріс на 12%, а до Грузії на 8%. Вартість експорту до Молдови зросла до 5,6 млн доларів США на рік, а до Грузії – до 5,4 млн доларів США на рік у 2022 р.

До широкого впровадження міжнародних сертифікаційних стандартів (ISO 22000 та HACCP), українські виробники часто не відповідали вимогам міжнародних ринків. Високі вимоги до якості та безпеки продукції на закордонних ринках були суттєвим бар'єром для експорту. Після впровадження цих стандартів, українські виробники змогли відповідати вимогам міжнародних ринків, що підвищило якість продукції та конкурентоспроможність на міжнародних ринках. Вартість експорту молочних продуктів до впровадження стандартів становила близько 200 млн доларів США на рік. Після впровадження стандартів, вартість експорту зросла до 300 млн доларів США на рік у 2022 році.

До активної співпраці з Європейською економічною комісією ООН, гармонізація стандартів з міжнародними була недостатньою, що ускладнювало вихід на нові ринки. Співпраця з ЄЕК ООН допомогла гармонізувати стандарти, що полегшило доступ до нових ринків та підвищило конкурентоспроможність української продукції. Вартість експорту молочних продуктів до активної співпраці з ЄЕК ООН становила близько 180 млн доларів США на рік. Після співпраці, вартість експорту зросла до 280 млн доларів США на рік у 2022 році.

Пільгові умови експорту сприяють зростанню обсягів виробництва та підвищенню якості української молочної продукції, роблячи її привабливою для споживачів у різних країнах світу.

Для України, яка має значний потенціал у молокопереробній галузі, підвищення ефективності економічної дипломатії є ключовим фактором для просування продукції на міжнародний ринок. Однак на цьому шляху існує низка викликів та перешкод, які потребують уваги та вирішення (рис. 2.4.).

Політична нестабільність в Україні залишається серйозною перешкодою для економічної дипломатії [33]. Зміни уряду, конфлікт в країні створюють негативний імідж України на міжнародній арені. Це ускладнює залучення іноземних інвесторів та партнерів, що необхідні для інноваційного розвитку діяльності молокопереробних підприємств відповідно до міжнародних стандартів. Згідно з дослідженнями, політична стабільність є одним з головних факторів, які впливають на інвестиційну привабливість країни. Отже, для підвищення ефективності економічної дипломатії Україні необхідно працювати над стабілізацією політичної ситуації та покращенням міжнародного іміджу.

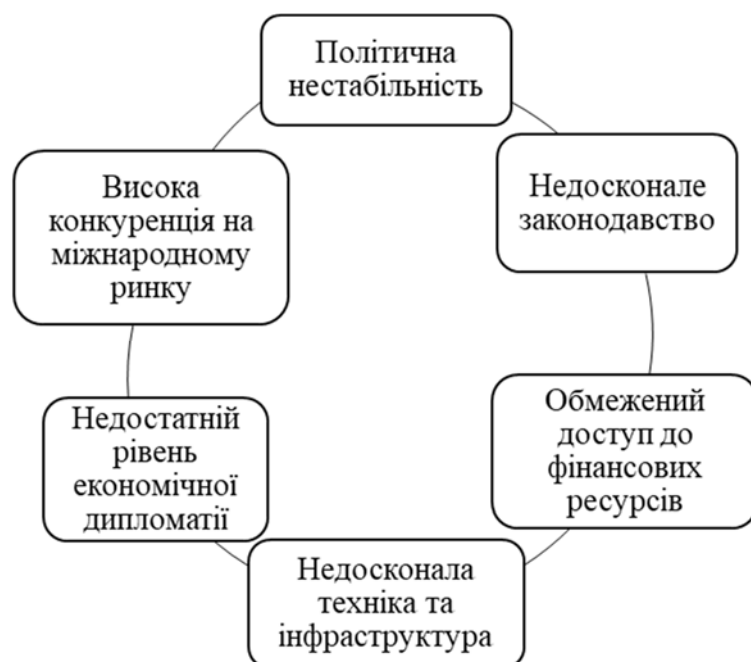


Рис 2.4. Виклики для розвитку економічної дипломатії України

Джерело: узагальнено автором за [23].

Недостатня політична стабільність та регуляторна база є ще однією значною перешкодою для розвитку молокопереробних підприємств. Нестабільність у законодавстві, часті зміни правил та недостатня прозорість регуляторних процедур створюють невизначеність для бізнесу. Згідно з аналізом Світового банку, регуляторна невизначеність є однією з головних перешкод для ведення бізнесу в Україні [32]. Для подолання цього виклику необхідно реформувати законодавчу базу, забезпечити стабільність правил та прозорість регуляторних процедур.

Фінансові ресурси є критично важливими для розвитку молокопереробних підприємств. Однак, українські компанії часто стикаються з обмеженим доступом до кредитів та інвестицій. Високі відсоткові ставки, недоступність довгострокового фінансування та недостатня розвиненість фінансових інструментів створюють значні перешкоди. Згідно з дослідженням Європейського банку реконструкції та розвитку (ЄБРР)[26], недостатній доступ до фінансових ресурсів є одним з головних факторів, що стримують розвиток малого та середнього бізнесу в Україні. Для подолання цієї проблеми необхідно розвивати фінансову систему, залучати міжнародні фінансові інститути та створювати сприятливі умови для інвестицій.

Розвиток молокопереробної галузі потребує сучасної техніки та інфраструктури. Однак, багато українських підприємств працюють на застарілому обладнанні, що не відповідає міжнародним стандартам. Недостатня інфраструктура для зберігання та транспортування молочних продуктів також створює проблеми. Для вирішення цих технічних та інфраструктурних проблем необхідно залучати інвестиції у модернізацію виробництва, впроваджувати новітні технології та розвивати логістичну інфраструктуру. Це дозволить підвищити якість продукції та конкурентоспроможність на міжнародних ринках.

Економічна дипломатія в Україні потребує суттєвого покращення. Відсутність стратегічного підходу, недостатня кількість фахівців з міжнародної торгівлі та слабка координація між різними державними структурами створюють додаткові перешкоди для просування молокопереробних підприємств на міжнародній арені.

Згідно з дослідженнями, ефективна економічна дипломатія потребує комплексного підходу, включаючи активну роботу дипломатичних місій, розвиток торгових представництв та ефективну координацію між урядом та бізнесом [27]. Україні необхідно інвестувати у розвиток фахівців з економічної дипломатії, розробляти стратегії просування на міжнародних ринках та покращувати міжвідомчу співпрацю.

Конкуренція на міжнародних ринках молочних продуктів є дуже високою. Багато країн мають розвинені молокопереробні галузі та активно просувають свою продукцію. Україні необхідно знаходити конкурентні переваги та розробляти ефективні маркетингові стратегії для успішного виходу на міжнародні ринки. Згідно з дослідженням Продовольчої та сільськогосподарської організації ООН (FAO) [28], успішний вихід на міжнародні ринки потребує ретельного аналізу конкурентів, вивчення споживчих тенденцій та розробки унікальних торгових пропозицій. Україні необхідно інвестувати у дослідження ринків, розробляти бренди та активізувати маркетингові зусилля для просування своєї продукції.

Підвищення ефективності економічної дипломатії України у напрямі просування молочної продукції на міжнародних ринках є складним завданням, що потребує комплексного підходу. Необхідно вирішувати політичні, законодавчі, фінансові, технічні та інфраструктурні проблеми, а також підвищувати рівень економічної дипломатії та розробляти ефективні стратегії просування на міжнародних ринках. Тільки спільні зусилля уряду, бізнесу та міжнародних партнерів можуть забезпечити успіх у цьому напрямі та сприяти розвитку молокопереробної галузі України.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ЕКОНОМІЧНОЇ ДИПЛОМАТІЇ У СФЕРІ ПРОСУВАННЯ МОЛОЧНОЇ ПРОДУКЦІЇ УКРАЇНИ НА СВІТОВИЙ РИНОК

Економічна дипломатія відіграє вирішальну роль у зміцненні позицій України на світовому ринку. У сучасних умовах глобалізації та взаємозалежності економік, ефективна зовнішньоторговельна стратегія стає ключовим фактором успішного розвитку країни [22]. Сучасні тенденції розвитку економічної дипломатії в зовнішній торгівлі охоплюють кілька важливих напрямів і можуть бути ефективно використані в умовах України (рис. 3.1).



Рис. 3.1. Напрями підвищення ефективності економічної дипломатії України

Джерело: узагальнено автором [10]

Перш за все, цифровізація та автоматизація процесів стають основними інструментами модернізації торговельної дипломатії. Використання цифрових платформ для спрощення процедур торгівлі дозволяє зменшити бюрократію та

прискорити транзакції. Інтернет-дипломатія, яка використовує соціальні мережі та онлайн-платформи, ефективно сприяє просуванню національних продуктів і послуг [1].

Зелені ініціативи та сталий розвиток набувають все більшого значення у світовій економіці. Зростаючий акцент на екологічно чистих і сталих продуктах є відповіддю на глобальні зміни клімату. Важливим аспектом є просування екологічних стандартів та сертифікацій для українських товарів на міжнародних ринках.

Регіональна інтеграція та співпраця сприяють зміцненню економічних зв'язків. Поглиблення співпраці з регіональними економічними блоками, такими як Європейський Союз та Асоціація держав Південно-Східної Азії (АСЕАН), створює нові можливості для розвитку зовнішньої торгівлі. Важливим напрямком є розвиток зон вільної торгівлі та митних союзів [30].

Геополітичні зміни та багатосторонні угоди вимагають перегляду та оновлення торговельних угод. У зв'язку з новими викликами на міжнародній арені важливо підписувати нові багатосторонні та двосторонні угоди для диверсифікації торговельних партнерів.

Освіта та підвищення кваліфікації дипломатів і бізнесменів є необхідними для успішної економічної дипломатії. Інвестиції в освіту, програми обміну досвідом та стажування сприяють підвищенню компетентності в питаннях міжнародної торгівлі.

Розвиток торгових місій та бізнес-форумів сприяє налагодженню контактів між підприємцями різних країн. Організація регулярних торгових місій, бізнес-форумів та виставок є ефективним засобом для укладання торговельних угод та залучення інвестицій.

Захист інтересів на міжнародній арені є важливим аспектом економічної дипломатії. Активна участь у міжнародних організаціях, таких як СОТ, дозволяє захищати національні економічні інтереси. Використання механізмів вирішення торговельних суперечок є ефективним інструментом для захисту українських виробників.

Культурна дипломатія та брендинг країни допомагають підвищити обізнаність про країну та її продукцію. Просування національного бренду через підтримку культурних, спортивних та інших міжнародних заходів є важливим напрямком діяльності.

Укладення угод про вільну торгівлю з країнами, які є потенційними ринками збуту молочної продукції, є необхідним кроком для розширення експортних можливостей. Організація та участь у міжнародних виставках, торгових місіях та форумах допоможуть представити українську продукцію широкому колу потенційних покупців та партнерів.

Запровадження програм фінансової підтримки для експортерів, таких як гранти на участь у виставках, субсидії на маркетингові дослідження та покриття частини витрат на сертифікацію, сприятиме зростанню експорту. Організація навчальних програм та семінарів з питань міжнародної торгівлі та експортної діяльності допоможе представникам молокопереробних підприємств краще орієнтуватися в умовах зовнішніх ринків [20].

Для успішного виходу на міжнародні ринки важливо впроваджувати міжнародні стандарти якості та безпеки на українських молокопереробних підприємствах. Допомога підприємствам у проходженні сертифікації, необхідної для експорту на певні ринки (наприклад, сертифікація HACCP, ISO та інші), є важливим аспектом підвищення конкурентоспроможності продукції.

Організація міжнародних інвестиційних форумів та презентацій, спрямованих на залучення інвестицій у молокопереробну галузь, допоможе розширити виробничі потужності та підвищити якість продукції. Сприяння створенню спільних підприємств з іноземними партнерами дозволить використовувати передові технології та виходити на нові ринки.

Проведення регулярних аналітичних досліджень ринків для визначення найбільш перспективних напрямків експорту молочної продукції є необхідним для ефективного планування експортної діяльності. Надання підприємствам актуальної інформації щодо вимог до продукції, митних тарифів, споживчих

уподобань тощо в різних країнах сприятиме їх успішній діяльності на зовнішніх ринках.

Економічна дипломатія відіграє вирішальну роль у розвитку зовнішньоекономічної діяльності та підвищенні конкурентоспроможності національних виробників на світових ринках. Удосконалення економічної дипломатії України у просуванні продукції молокопереробних підприємств на світовий ринок можна також здійснити через наступні заходи (рис.3.2).

Для ефективного просування продукції українських молокопереробних підприємств на зовнішні ринки необхідно зміцнити інституційну базу. Це включає створення спеціалізованих агентств або підрозділів в існуючих державних структурах, відповідальних за цю діяльність. Формування експертних груп з фахівців галузі, які надаватимуть консультації та допомогу у виході на нові ринки, також є важливим кроком.

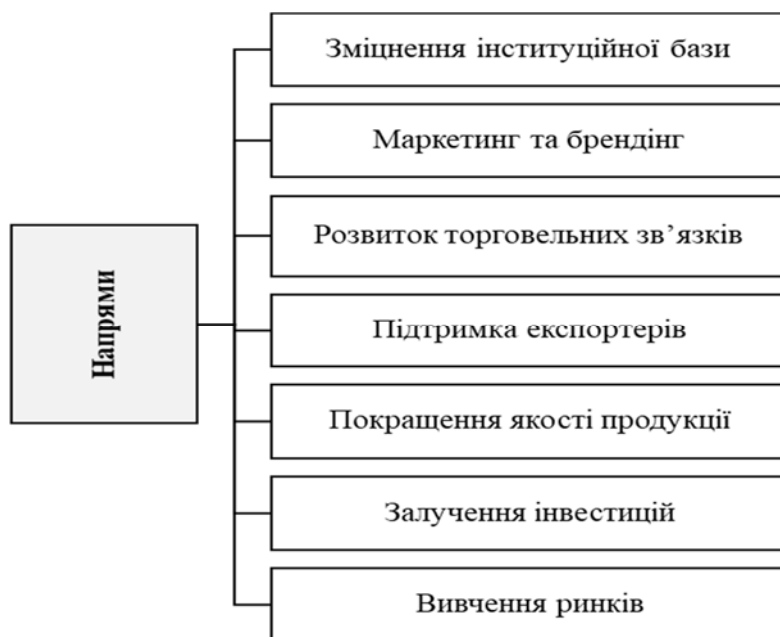


Рис. 3.2. Ключові напрями зміцнення позицій молочної продукції України на світовому ринку

Джерело: узагальнено автором за [10]

Ефективна маркетингова стратегія та брендінг є ключовими аспектами для підвищення впізнаваності української молокопереробної продукції за кордоном. Розробка та впровадження маркетингових кампаній, спрямованих на

просування продукції, допоможуть зміцнити позиції на міжнародних ринках. Крім того, встановлення та просування єдиного бренду "Made in Ukraine", що асоціюватиметься з високою якістю та безпечністю, сприятиме підвищенню конкурентоспроможності [15].

Інвестиції у інфраструктуру та логістику є ключовими для підвищення ефективності міжнародної торгівлі. Розвиток сучасної транспортної та логістичної інфраструктури, вдосконалення портів, залізничних мереж і митних пунктів пропуску сприяють покращенню умов для експорту та імпорту.

Підтримка малих та середніх підприємств (МСП) стає пріоритетом державної політики. Спеціальні програми та фінансова підтримка сприяють виходу МСП на міжнародні ринки. Створення експортних консорціумів та кластерів підвищує конкурентоспроможність малих виробників.

Таким чином, розвиток економічної дипломатії в зовнішній торгівлі України має різноманітні аспекти, кожен з яких спрямований на зміцнення економічних позицій країни на міжнародній арені. Впровадження сучасних підходів та інновацій, активна співпраця з міжнародними партнерами та підтримка національних виробників є ключовими елементами успішної зовнішньоекономічної політики.

Отже, комплексний підхід до підвищення ефективності економічної дипломатії України у просуванні продукції молокопереробних підприємств на світовий ринок включає зміцнення інституційної бази, ефективний маркетинг та брендинг, розвиток торговельних зв'язків, підтримку експортерів, покращення якості продукції, залучення інвестицій та вивчення ринків. Реалізація цих заходів сприятиме підвищенню конкурентоспроможності українських молокопереробних підприємств та зростанню експорту української продукції.

ВИСНОВКИ

У сучасному світі, з численними глобальними викликами зростає значення дипломатії, що забезпечуючи мирне вирішення конфліктів та сприяючи співпраці між державами. Серед сучасних напрямів дипломатичної діяльності особливо актуальною є економічна дипломатія, яка стала важливим інструментом міжнародних економічних відносин і зовнішньої політики. Економічна дипломатія України спрямована на зміцнення торговельно-економічних зв'язків із закордонними партнерами, залучення іноземних інвестицій, підтримку експорту українських товарів і послуг, а також інтеграцію у світові економічні системи. Важливими аспектами є забезпечення економічної безпеки, просування інтересів українських підприємств за кордоном та участь у міжнародних економічних організаціях. Дослідження впливу економічної дипломатії на активність та ефективність зовнішньої торгівлі було здійснено на прикладі просування молокопродукції на світовий ринок.

Економічна дипломатія України спрямована на зміцнення міжнародних економічних зв'язків і залучення інвестицій, що є критично важливим для розвитку внутрішнього ринку та підвищення конкурентоспроможності. Молокопереробна галузь, представлена провідними підприємствами, відіграє значну роль у зовнішньоекономічній діяльності, однак стикається з викликами через пандемію та воєнні дії, що негативно вплинули на експорт. Незважаючи на це, попит на українську молочну продукцію на ринках Казахстану, Молдови, Китаю та інших країн свідчить про її потенціал. Імпорт молочних продуктів перевищує експорт, вказуючи на імпортозалежність внутрішнього ринку. Для зменшення цієї залежності і збільшення конкурентоспроможності на міжнародній арені необхідно продовжувати підтримку національних виробників та активізувати економічну дипломатію.

Україна активно веде переговори щодо укладання торгових угод із різними країнами та регіональними блоками з метою сприяння експорту молочної

продукції, а також залучає увагу світових партнерів до свого молочного сектору через активну участь у міжнародних виставках, ярмарках, семінарах та конференціях з питань переробки молока та молочних продуктів. Економічні дипломатичні зусилля спрямовані на залучення іноземних інвестицій у молочний сектор, у тому числі шляхом сприяння укладанню спільних проектів та угод з іноземними партнерами.

Для успішного просування продукції молокопереробних підприємств України на міжнародні ринки необхідно вирішити низку проблем. Політична нестабільність і недосконале законодавство створюють перешкоди для інвестиційної привабливості та економічної дипломатії. Обмежений доступ до фінансових ресурсів і застаріла інфраструктура також гальмують розвиток галузі. Крім того, Україні потрібен стратегічний підхід до економічної дипломатії, включаючи підвищення кваліфікації фахівців та ефективну координацію між державними структурами та бізнесом. Лише комплексний підхід та спільні зусилля уряду, бізнесу та міжнародних партнерів можуть забезпечити успіх і підвищити конкурентоспроможність української продукції на міжнародних ринках.

Зміцнення економічної дипломатії є ключовим фактором у розвитку зовнішньоекономічної діяльності України та підвищенні конкурентоспроможності її молокопереробних підприємств на світовому ринку. Створення спеціалізованих агентств, формування експертних груп і впровадження міжнародних стандартів сприятимуть виходу українських виробників на нові ринки. Укладення угод про вільну торгівлю, участь у міжнародних виставках і реалізація маркетингових стратегій підвищать впізнаваність української продукції. Фінансова підтримка експортерів і залучення інвестицій допоможуть розширити виробничі потужності та покращити якість продукції. Комплексний підхід до покращення економічної дипломатії сприятиме зростанню експорту та зміцненню позицій України на міжнародній арені.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Глущенко Я. І. Комерційна дипломатія: конспект лекцій. Київ: НТУУ «КПІ», 2016. 113 с.
2. Грущинська Н. М. Економічна дипломатія як потужний інструмент подолання конфліктогенності країн. Економічний нобелівський вісник. 2016. № 1. С. 85–90.
3. Гуменюк В. В. Економічна дипломатія України: теорія і практика. Київ: Вид-во НАН України, 2020.
4. Державна служба статистики України. URL: <https://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 27.05.2024).
5. Державна служба статистики України. "Зовнішня торгівля України: основні показники." URL: <https://ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 27.05.2024).
6. Дипломатія – що це таке, види, форми, роль та задачі? Хто такий дипломат: веб-сайт. URL: <https://termin.in.ua/dyplomatiia-dyplomata/> (дата звернення 28.05.2024).
7. Зінченко А. Історія дипломатії: від давнини до початку нового часу. Навчальний посібник. Вінниця: Нова книга. 2002. 564 с.
8. Закон України "Про дипломатичну службу" від 07 червня 2018 р. № 2449-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2449-19#Text> (дата звернення: 31.05.2024).
9. Закон України "Про засади внутрішньої і зовнішньої політики" від 1 липня 2010 р. №2411-VI. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2411-17#Text> (дата звернення: 31.05.2024).
10. Кузьо Н. Є., Косар Н. С., Малиха В. В. Дослідження тенденцій розвитку ринку молочних продуктів України та напрями активізації маркетингової діяльності на ньому виробників сиру. Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку. 2023. № 1 (9). С. 169-178.

11. Кухалейшвілі Г. Україна скоротила експорт молочних продуктів на 4% в 2023 році. 2024. URL: <https://www.avm-ua.org/uk/post/ukraina-skorotila-eksport-molocnih-produktiv-na-4-v-2023-roci>
12. Мамалига О. О. Еволюція економічної дипломатії в міжнародному підприємстві. Науковий вісник Херсонського державного університету. 2014. Вип. 7. Ч. 1. С. 109-112.
13. Міністерство економіки України. "Світова організація торгівлі." URL: <https://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=306813d2-01e0-433e-aceb-0df8c6006032&title=sot> (дата звернення: 02.06.2024).
14. Міністерство економіки України. "Угода про асоціацію між Україною та ЄС." URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociasiyu> (дата звернення: 02.06.2024).
15. Міністерство економіки України. "Угода про вільну торгівлю між Україною та Канадою." URL: <https://tax.gov.ua/data/material/000/227/303513/> (дата звернення: 02.06.2024).
16. Михайленко О. В. Молочна промисловість України: аналіз стану та перспективи розвитку. 2022. №65. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2022/65_2022/35.pdf
17. Молочна галузь України та її майбутнє через 10 років: проблеми, національна програма розвитку та державна підтримка. 2020. URL: <https://agropolit.com/blog/412-molochna-galuz-ukrayini-ta-yiyi-maybutnye-cherez-10-rokiv-problemi-natsionalna-programa-rozvitku-ta-derjavna-pidtrimka>
18. Слободянюк Н. О. Вплив воєнних дій на фінансову та інвестиційну діяльність молокопереробних підприємств України. 2023. № 3 (70) (2023): Наукові праці Міжрегіональної Академії управління персоналом. Економічні науки.
19. Світовий ринок: виробництво молока росте в Північній півкулі, а в Океанії падає. MilkUA.info: веб-сайт. 2024. URL: <http://milkua.info/uk/post/svitovij-rinok-virobnictvo-moloka-roste-v-pivnicnij-pivkuli-a-v-okeanii-padae1> (дата звернення: 25.05.2024)

20. Спеціальний інформаційно-аналітичний бюлетень, підготовлений агентством Інфагро в рамках серії експертних зустрічей з підтримки та просування експорту молочної продукції в умовах війни. Світові молочні тренди. 2016. URL: https://export.gov.ua/753-svit_ievropa_ukraina_-_pogliad_z_ies (дата звернення: 27.05.2024).
21. Стратегія публічної дипломатії України. 2021. URL: <https://mfa.gov.ua/storage/app/sites/1/%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%97/public-diplomacy-strategy.pdf>
22. Татаренко Н. О. Економічна дипломатія: світовий досвід та українські здобутки (політико-економічний аспект). Науковий вісник Дипломатичної академії України. 2015. № 2 (22). С. 4–9.
23. Ткаченко В. В. Підтримка експорту та економічна дипломатія: досвід та рекомендації для України. Київ: Центр стратегічних досліджень. 2021.
24. Федотова Ю. В., Морозова А. Д. Роль комерційної дипломатії у врегулюванні міжнародних торговельних суперечок. 2020: Міжнародна науково-практична інтернет-конференція «Інклюзивний розвиток економіки в умовах глобальних викликів сьогодення».
25. Шаров О. М. Економічна дипломатія: основи, проблеми та перспективи: монографія. Національний інститут стратегічних досліджень. Київ: НІСД, 2019. 560 с.
26. European Bank for Reconstruction and Development (EBRD). "Access to Finance." EBRD. 2024 URL: <https://www.ebrd.com/what-we-do/legal-reform/access-to-finance/factoring.html> (дата звернення: 01.06. 2024).
27. Export Promotion Office of Ukraine. "Export Strategy of Ukraine 2020-2025." EPO. 2020. URL: <https://fsr.org.ua/en/page/export-promotion-office> (дата звернення: 01.06.2024).
28. Food and Agriculture Organization (FAO). "Market Analysis and Trade." FAO. 2023. URL: <https://www.fao.org/markets-and-trade/en/> (дата звернення: 01.06.2024).

29. Kostecki, M. and Naray, O. "Commercial diplomacy and international business." Discussion Papers in Diplomacy. Netherlands Institute of International Relations "Clingendael", April 2007, P.42. URL: http://www.clingendael.nl/sites/default/files/20070400_cdsp_diplomacy_kostecki_naray.pdf
30. Mansfield, E. D., & Milner, H. V. The New Wave of Regionalism. International Organization, 1999. №53 (3). P. 589-627.
31. Trade Map. 2024. URL: <https://www.trademap.org/Index.aspx> (дата звернення: 05.06.2024).
32. World Bank. "Doing Business 2020: Comparing Business Regulation in 190 Economies." World Bank Group. 2020. URL: <https://www.worldbank.org/en/home?cid> (дата звернення: 01.06. 2024).
33. World Bank. "Political Stability and Absence of Violence/Terrorism". World Bank Indicator. 2023. URL: <https://www.worldbank.org/en/publication/worldwide-governance-indicators> (дата звернення: 01.06.2024).

ДОДАТКИ