

DOI: [10.32702/2307-2105-2018.11.75](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2018.11.75)

УДК 339.5

*О. П. Красняк,  
кандидат економічних наук, доцент,  
доцент кафедри маркетингу та аграрного бізнесу,  
Вінницького національного аграрного університету, м. Вінниця  
Н. Ф. Курило,  
магістр, факультету Менеджменту та права,  
Вінницького національного аграрного університету, м. Вінниця*

## **УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ УПРАВЛІННЯ ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ ПІДПРИЄМСТВ ВІННИЦЬКОЇ ОБЛАСТІ**

*O. P. Krasnyak  
Candidate of economic sciences, Associate Professor,  
Associate Professor of Department of Marketing and Agrarian Business,  
Vinnitsa National Agrarian University, Vinnitsa  
N. F. Kurylo  
Master's Degree, Faculty of Management and Law,  
Vinnitsa National Agrarian University, Vinnitsa*

### **IMPROVEMENT OF THE SYSTEM OF MANAGEMENT OF FOREIGN ECONOMIC ACTIVITY OF ENTERPRISES IN VINNYTSK REGION**

*Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств у сучасних економічних умовах країни, регулювання фінансових потоків на міжнародному рівні, розширення обсягу і географія експортних поставок товарів і послуг - стають все більші і більші важливими під час зростаючої економічної взаємозалежності країн. Незважаючи на зміни в політичній ситуації, зовнішньоекономічна діяльність відіграє суттєву роль в економіці країни. Вона є пріоритетним напрямом політики держави, оскільки створює основи для розвитку вигідної торгівлі, залучення іноземних інвестицій в країну, розширення та налагодження дружніх зв'язків із потенційними закордонними партнерами. Також зовнішньоекономічна діяльність є одним з головних джерел доходів державного бюджету, а значить - найважливішим чинником вирішення ключових економічних і соціальних завдань.*

*На сьогодні є чимала кількість українських підприємств у різних областях, які активно приймають участь у зовнішній торгівлі. Одна з таких областей України – це Вінницька область, яка належить до списку лідерів міжнародної торгівлі України. Таким чином у статті висвітлено та проаналізовано експортні та імпорتنі операції підприємств Вінницької області; здійснюється аналіз динаміки експорту товарів підприємствами Вінницької області до провідних країн світу; розглядається здійснення, розширення та управління зовнішньоекономічної діяльності найбільших перспективних підприємств*

Вінницької області; проаналізовано фактори удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств Вінницької області, які перебувають на початкових етапах виходу на зовнішні ринки; визначено доцільність здійснення найбільш ефективних, з точки зору експертів, маркетингових заходів; визначено перспективи від підписання угод із закордонними партнерами; внесено пропозиції щодо удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств Вінницької області.

*The management of foreign economic activity of enterprises in the modern economic conditions of the country, regulation of financial flows at the international level, expansion of the volume and geography of export supplies of goods and services - are becoming more and more important during the growing economic interdependence of countries. Despite changes in the political situation, foreign economic activity plays a significant role in the country's economy. She is a priority direction of the state policy, since it provides the basis for the development of profitable trade, attracting foreign investments into the country, expanding and establishing friendly relations with potential foreign partners. Also, foreign economic activity is one of the main sources of state budget revenues, and therefore - the most important factor in solving key economic and social problems.*

*Today there are many Ukrainian enterprises in different regions, which actively participate in foreign trade. One of these regions of Ukraine is the Vinnytsia region, which belongs to the list of leaders of the international trade of Ukraine. Thus, the article covers and analyzes export and import operations of enterprises of the Vinnytsia region; the analysis of the dynamics of export of goods by enterprises of the Vinnytsia region to the leading countries of the world; review of implementation, expansion and management of foreign economic activity of the most promising enterprises of the Vinnytsia region; the analysis factors of improvement of the system of management of foreign economic activity of enterprises of Vinnytsia region; defined the feasibility of implementing the most effective, from the point of view of experts, marketing measures; defined the prospects of signing agreements with foreign partners; proposals were made to improve the system of management of foreign economic activity of Vinnytsia region enterprises.*

**Ключові слова:** експорт; імпорт; Вінницька область; удосконалення; зовнішньоекономічна діяльність; підприємства; структура; управління.

**Key words:** export; import; Vinnitsa region; improvement; foreign economic activity; enterprises; structure; management.

**Постановка проблеми.** Управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств у сучасних економічних умовах країни, регулювання фінансових потоків на міжнародному рівні, розширення обсягу і географія експортних поставок товарів і послуг - стають все більш і більш важливими під час зростаючої економічної взаємозалежності країн.

Залучення національної економіки до системи світової економіки має позитивний вплив на розвиток економіки, сприяє зростанню виробництва, раціональному використанню натуральної сировини, уникненню дефіциту певних товарів, але насамперед підвищення рівня життя населення. Більш спрощено зовнішньоекономічна діяльність тісно пов'язана з іншими галузями економічної системи. Зовнішньоекономічна діяльність досить різноманітна, тому що вона має різні види і форми, а також реалізована на декількох рівнях. Основами зовнішньоекономічної діяльності є експорт та імпорт продукції, послуг, робочої сили та результатів інтелектуальної діяльності [7].

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідження та вирішення проблем у сфері зовнішньоекономічної діяльності здійснювали такі науковці як: А. Сміт, Дж. Стюарт, Д. Рікардо, У. Стаффорд, Е. Хекшер, П. Самуельсон та інші.

Вагомий внесок в оцінку стану та розвитку зовнішньоекономічної діяльності на регіональному рівні зробили: Т. Порудєєва, І. Гончаренко, В. Дячек, І. Полевич, Т. Іваненко.

Актуальність питань зовнішньоекономічної діяльності Вінницького регіону знайшли своє відображення і стали об'єктом дослідження у наукових працях вчених-економістів: Ю. Березюк, Л.

Бондаренко, Л.Чорна, О. Томчук, О. Красняк, В. Бондар. У той же час питання удосконалення системи управління зовнішньоекономічної діяльності на регіональному рівні є досить дискусійним та актуальним.

**Мета статті.** Висвітлення проблем, особливостей та шляхів удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств Вінницької області.

Досягнення означеної мети передбачало постановку і вирішення таких **завдань як:** здійснити аналіз експортних та імпортних операцій підприємств Вінницької області; провести аналіз динаміки експорту товарів підприємствами Вінницької області до провідних країн світу; розглянути особливості здійснення зовнішньоекономічної діяльності найбільших перспективних підприємств Вінницької області; запропонувати шляхи удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств Вінницької області, які перебувають на початкових етапах виходу на зовнішні ринки, а також внести пропозиції щодо удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю усіх підприємств Вінницької області.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Сьогодні, незважаючи на зміни в політичній ситуації, зовнішньоекономічна діяльність відіграє суттєву роль в економіці країни. Оскільки доступ на зовнішні ринки - це не тільки гарантія стабільності функціонування підприємства та розширення продажів, а також встановлення необхідного рівня ефективності управління, яка досягається лише за наявності відповідного рівня відкритості системи зовнішньоекономічної діяльності підприємства відповідно до змін в зовнішньому середовищі.

Останніми роками національні підприємства зазвичай використовують два шляхи організаційної структури зовнішньої торгівлі входження на зовнішні ринки:

1. Через власну зовнішньоторговельну фірму або відділ іноземних економічних відносин (у великих системах це протікає через Департамент зовнішньоекономічних зв'язків).

2. Через посередників.

Створення власних зовнішньоекономічних відділів за кордоном підприємство ефективно виправдовує, якщо:

- у товарообороті країни частка експорту є досить високою;
- зовнішньоторговельні операції є регулярними;
- випуск продукції з високим рівнем конкурентоспроможності, або, можливо, виробництво унікальних продуктів у своїх властивості;
- низька конкуренція у відповідному сегменті ринку;
- продукти не вимагають змін для зовнішніх умов використання;
- у компанії є відповідна кількість кваліфікованих спеціалістів, які мають необхідні знання кон'юнктури закордонних ринків [11].

На даний час є чимала кількість українських підприємств у різних областях, які активно приймають участь у зовнішній торгівлі.

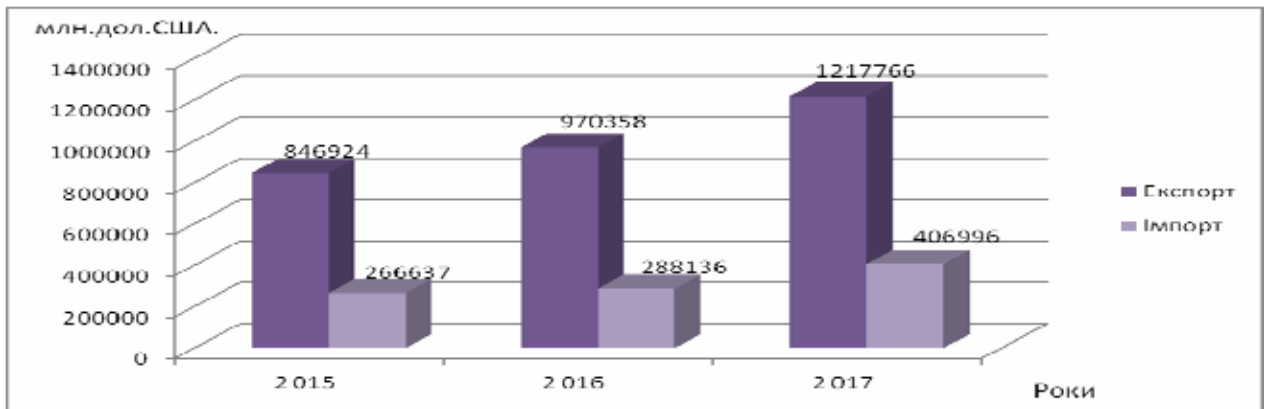
Одна з таких областей України – це Вінницька область, яка належить до списку лідерів міжнародної торгівлі України. Підприємства Вінницької області, які займаються зовнішньоекономічною діяльністю є конкурентоспроможними, фінансовостійкими, перспективними, з наявним висококваліфікованим персоналом та необхідною кількістю ресурсів для виходу на зовнішні ринки. Отже, розглянемо та проаналізуємо зовнішньоекономічну діяльність підприємств Вінницької області (табл.1).

**Таблиця 1.**  
**Структура зовнішньої торгівлі товарами Вінницької області за 2015-2017 рр. (тис.дол.США)**

Показники	Роки			Відхилення (+/-)
	2015	2016	2017	
Експорт	846924	970358	1217766	370842
Імпорт	266637	288136	406996	140359
Сальдо	580287	682222	810770	230483

*Джерело: розраховано автором згідно з [3]*

В цілому обсяг експортних поставок підприємствами Вінницької області має стійку тенденцію до зростання. За аналізований період 2015-2017 рр. експорт товарів зріс на 370842 тис. дол. США. Імпорт товарів також з кожним роком збільшується, але повільними темпами і значно відстає від експорту товарів. В результаті ми отримуємо позитивну тенденцію здійснення зовнішньоекономічної діяльності підприємствами Вінницької області (Рис. 1).



**Рис. 1. Динаміка експорту та імпорту товарів підприємствами Вінницької області, тис. дол. США**  
Джерело: складено автором за [3]

За статистичними даними 2015-2017 року експортні поставки підприємствами Вінницької області здійснювались у 130 країн світу. З них десятку лідерів очолили такі країни як: Індія, Польща, Китай, Іспанія, Білорусь, Туреччина, Італія, Нідерланди, Росія, Німеччина (табл.2).

**Таблиця 2.**  
**Структура експорту товарів підприємствами Вінницької області за 2015-2017рр. (тис.дол.США.)**

Країни	Роки						Відхилення	
	2015		2016		2017			
	млн. дол. США	%	млн. дол. США	%	млн. дол. США	%	(+/-)	%
Індія	101875	21,9	118285	21,9	196226	27,7	94351	5,8
Польща	59862	12,9	74512	13,8	107503	15,1	47641	2,2
Китай	61987	13,3	80519	14,9	71717	10,1	9730	3,2
Іспанія	3222	0,7	34483	6,4	62865	8,9	59643	8,2
Білорусь	67068	14,4	53322	9,9	59078	8,3	-7990	6,1
Туреччина	36959	7,9	34586	6,4	47166	6,6	10207	1,3
Італія	18743	4,0	37514	7,0	45871	6,5	27128	2,5
Нідерланди	25266	5,4	31458	5,8	44755	6,3	19489	0,9
Росія	61489	13,2	40383	7,5	38543	5,4	-22946	7,8
Німеччина	28708	6,2	33911	6,3	35868	5,1	7160	1,1
Всього	465179	100,0	538973	100,0	709592	100,0	-	-

Джерело: розраховано автором згідно з [3]

В експорті товарів значна доля належить Індії, з кожним роком Індія споживає продукцію підприємств Вінницької області все більше і більше. За досліджуваний період 2015-2017 р. експорт товарів зменшився до таких країн як Білорусь та Росія. Причиною зниження експорту до Росії є погіршення між Україною та Росією політичних та дружніх зв'язків. Однак позитивною стороною зниження експорту з одними країнами є пошук та розширення ринків збуту з іншими країнами.

Найбільш перспективними підприємствами Вінницької області, які дають можливість розширити експорт та імпорт продукції є: кондитерська фабрика «Рошен», ТОВ «Агрона Фрут», ДП «NEMIROFF», ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат», ТМ «Наша Ряба».

Налагоджена система управління зовнішньоекономічною діяльністю цих підприємств дає їм змогу бути лідерами та приносити значні прибутки як власникам підприємств так і країні, поповнюючи цим казну держави та золотовалютний резерв.

Так, за даними 2018 р. виробник «Нашої Ряби» - ПАТ «Миронівський хлібопродукт» увійшов на ринок із новою торговою маркою «Вінницькі курчата». Даний продукт відноситься до низькоцінового

сегменту і підприємство поки що спостерігає, чи буде попит на продукцію. Переважно, реалізація цієї торгової марки здійснюється у Вінницькій області, але в подальшому планується поступовий вихід на зовнішні ринки [8].

Кондитерська фабрика «Рошен» нарощує обсяги збуту продукції. Обсяг експорту товарів щороку зростає на 30%. Країни Східної Європи є найбільшими споживачами продукції «Roshen», найвища частка експорту припадає на такі країни як Польща, Румунія, Болгарія. Президент корпорації «Roshen» оцінює частку продажів на внутрішньому ринку в 25% - 27% і визнає, що компанія є основним гравцем на українському ринку [4].

За даними аграрного інформаційного агентства «Agravery» компанія «АгрANA Фрут Україна» в 2017 році виробила 16,2 тис. тонн готової продукції від переробки ягід і фруктів. З усієї виготовленої продукції 37% експортувалося до таких країн як: Білорусія (12%), Грузія (8%), Молдова (7%), Румунія (5%), Словенія (5%) (рис.2.). Також підприємство планує збільшувати виробництво продукції до 20 тис. тонн на рік. На сьогодні компанія «АгрANA Фрут» розпочала виготовлення наповнювачів для хлібобулочних виробів, а також топінги та сиропи для закладів громадського харчування. В цілому, потужності компанії «АгрANA Фрут Україна» дозволяють переробити 280 тис. тонн ягідних культур, це збільшить експортні поставки та розширить ринки збуту [1].

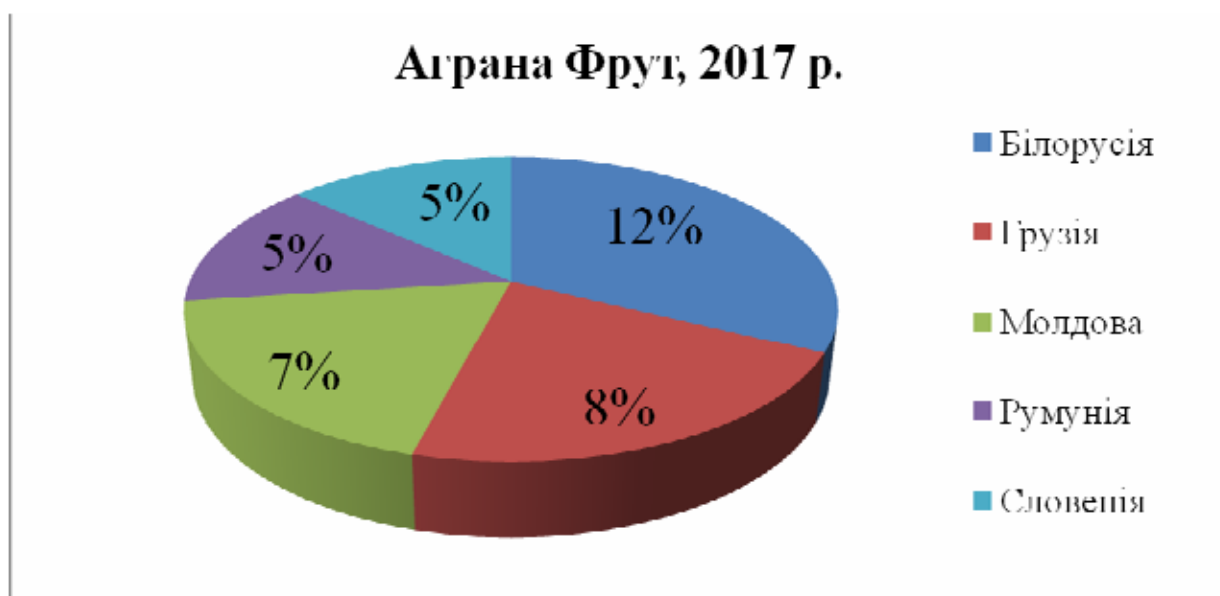


Рис. 2. Експорт продукції ТОВ «АгрANA Фрут» до країн за 2017 р., %

Джерело: складено автором за [1]

Згідно з даними International and Spirits Research у 2017 році Nemiroff Premium визнали найкращою українською горілкою World Drinks Awards в Лондоні. Бренд входить в ТОП-3 постачальників горілки в магазинах безмитної торгівлі Duty Free в світі. Секрет успіху Nemiroff – в належному управлінні організаційною, виробничою, зовнішньоекономічною діяльністю на високому рівні, багаторічному досвіді та унікальній рецептурі на основі екологічно чистих натуральних інгредієнтів, які гарантують високу якість продукту. Що підтверджується визнанням на престижних конкурсах та численними нагородами по всьому світу [5].

Компанія ViOil (ПАТ «Вінницький олійножировий комбінат») на імпортно-експортній виставці в Шанхаї підписала угоду про співпрацю з китайською корпорацією COFCO International, яка є на ринку одним з найбільших виробників, переробників та трейдерів сільськогосподарської продукції в Китаї. Підписана угода це важливий крок виходу на ринок для промислової групи ViOil, що відкриває нові можливості для експорту й посилює позиції ViOil не тільки на ринку Китаю, а й на міжнародному ринку. Також промислова група ViOil у 2018 р. визнана в Україні №1 з виробництва ріпакової олії. За сезон промислова група ViOil виробила більше 33 000 т цього продукту, це в 2,2 рази більше, ніж роком раніше. В цілому, олієекстракційні заводи групи переробили близько 76 000 т насіння ріпаку, що склало більше половини всього обсягу нерафінованої ріпакової олії яке було експортовано до Китаю, решту законтрактували партнери компанії з Євросоюзу. Там цей продукт використовують для виробництва біодизеля [6].

І ще чимала кількість підприємств Вінницької області тільки щойно вийшла чи планує вихід на зовнішні ринки. Розвиваючи та удосконалюючи свою зовнішньоекономічну діяльність такі підприємства стикаються з різноманітними проблемами. Тому важливим фактором удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств є насамперед проведення SWOT-аналізу, тобто оцінка та аналіз сильних і слабких сторін підприємства. Слабкі сторони дадуть змогу підприємству визначити

небезпеку зі сторони зовнішнього оточення, а сильні сторони – використовувати можливості зовнішнього середовища. Зазвичай, для цього і здійснюється SWOT-аналіз підприємства, що надає оцінку можливостей і загроз діяльності на зовнішньому ринку [2].

Активне застосування методів щодо стимулювання збуту продукції на сьогодні є продуктивним і порівняно з іншими, дешевим способом приваблення потенційних споживачів. Стимулювання сприятиме збільшенню обсягів продажів за короткий період, виведенню товару на новий ринок, підтримці інших інструментів просування. Доцільно зазначити, що стимулювання збуту є найефективнішим, якщо його застосовувати разом із рекламними засобами.

Фахівці зазначають, що якщо підприємство прагне впроваджувати ефективну зовнішньоекономічну політику, то доцільно, насамперед, удосконалити маркетингову складову своєї діяльності [2].

Для цього потрібно здійснювати найбільш ефективні, з точки зору експертів, маркетингові заходи. Зокрема, до них відносяться:

1. Direct Mail — це відправлення потенційним покупцям рекламних даних фірми (прайс-листів) у вигляді бізнес-пропозицій. У цьому випадку робота менеджера включає візити на фірми, що отримали бізнес-пропозиції за допомогою електронної або звичайної пошти, з метою одержання попередніх замовлень. При такому розкладі менеджери виступають у ролі посередників, акцентуючи увагу покупців на вигодах, які вони отримують при підписанні довгострокової угоди з їхньою фірмою. Спеціалісти з цієї справи вказують на те, що такий метод зацікавлення споживачів у співпраці з компанією виявляється досить ефективним, а також допомагає розвивати комерційні зв'язки, привертати увагу та інтерес покупців до запропонованої продукції, і цим самим поповнювати інформаційну базу фірми додатковою інформацією про потенційних споживачів.

2. Заочна участь у майбутніх закордонних виставках. Заочна участь у виставках передбачає розповсюдження рекламних матеріалів підприємства всім відвідувачам та учасникам виставки. Інформація про підприємство знаходиться на інформаційних стендах організаторів, у довіднику виставки, на стійках реєстрації тощо. Такий спосіб участі у професійних закордонних виставках є найбільш зручним для середніх та малих підприємств. У зв'язку з тим, що вартість заочної участі у міжнародних виставках значно нижча, ніж стаціонарна, і цілком виправдовує витрачені на неї кошти [2].

3. Пошук бізнес-партнерів, з метою створення спільних підприємств або використання посередників. Створення спільного підприємства чи співпраця з посередниками (дистрибуторами, дилерами, брокерами і т.д.) за межами країни здається перспективним, про те разом з цим виникає велика кількість проблем пов'язана із: вибором надійного бізнес-партнера, збільшенням незапланованих витрат, розбіжностями в стратегічних цілях із новим партнером, а також розподіл доходів (у разі створення спільного підприємства). Але з часом така форма організації зовнішньоекономічної діяльності приносить свої результати: прихильність споживачів до продукції фірми, зниження витрат, зростання прибутків, відкриваються нові можливості діяльності на закордонному ринку, бізнес-організації проявляють все більший інтерес до співпраці, і тоді використання посередників вже є неактуальним. Фірма може власними зусиллями завойовувати бажані позиції на ринку, а також будувати стратегічні плани на довгострокову перспективу[2].

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, серед головних можливих заходів щодо удосконалення системи управління зовнішньоекономічною діяльністю підприємств Вінницької області можна виділити наступне:

- створення окремої бізнес-одиниці з метою контролю за успішним управлінням зовнішньоекономічною діяльністю підприємства;
- маркетингове дослідження нових ринків з метою пошуку та вивчення потреб споживачів для розширення ринків збуту продукції підприємства;
- детальний вибір закордонних партнерів для продуктивної співпраці у сфері зовнішньоекономічної діяльності та збір необхідної інформації про них;
- проведення SWOT-аналіз з метою удосконалення діяльності підприємств та розвитку компанії на перспективу;
- розробка та реалізація відповідних стратегій розвитку підприємства для виходу на нові ринки збуту;
- удосконалення механізму господарської діяльності підприємства на підставі чинного законодавства для успішного здійснення зовнішньоекономічної діяльності згідно із законом «Про зовнішньоекономічну діяльність».

#### **Список використаної літератури.**

1. Аграрне інформаційне агентство «Agravery». Обсяги виготовленої продукції «Аграна Фрут Україна» за 2017 рік. [Електронний ресурс]. –

Режим доступу: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrana-frut-ukraina-v-2017-vigotovila-162-tis-tonn-produkcii>

2. Блажкун О.Ю., Тимошенко Н.Ю. Шляхи удосконалення зовнішньоекономічної діяльності підприємства / О.Ю. Блажкун, Н.Ю. Тимошенко // Збірник наукових праць молодих вчених факультету

менеджменту та маркетингу Київського політехнічного інституту імені Сікорського. Серія: Актуальні проблеми науки та управління – Київ, 2016. – Випуск № 10. – С. 218-224.

3. Головне управління статистики у Вінницькій області. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/>

4. Інформаційне агентство «Економічна правда». Експорт Roshen зростає на 30% в рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/07/9/638522/>

5. Інформаційна організація «Телевізійна служба новин(TSN)». Nemiroff Premium визнали найкращою українською горілкою World Drinks Awards в Лондоні. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru.tsn.ua/svit/nemiroff-premium-deluxe-nagrazhden-zolotoy-medalyu-international-spirits-challenge-2017-882195.html>

6. Інформаційний сайт компанії «The industrial group VIOIL». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://vioil.com/ua/news/>

7. Мисик Г.І., Римарева Л.М. Проблеми ефективної зовнішньоекономічної діяльності України. / Г.І. Мисик, Л.М. Римарева // Збірник наукових праць Вінницького торговельно-економічного інституту Київського національного торговельно-економічного університету. Серія: Економічні науки – Вінниця, 2015. – Випуск № 8. – С. 124-134.

8. Новинний портал України «Delo.ua». Випуск нової торгової марки «Вінницькі курчата» виробником «Нашої Ряби». [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://delo.ua/business/proizvoditel-nashej-rjaby-vypustil-novuju-torgovuju-marku-343248/>

9. Полеся В.М., Томчук О.В. Сучасний стан та шляхи розвитку зовнішньоекономічної діяльності у Вінницькій області / В.М. Полеся, О.В. Томчук // Збірник наукових праць Вінницького національного аграрного університету. Серія: Економічні науки – Вінниця, 2017. – Випуск № 6. – С. 116-132.

10. Красняк О. П. Маркетингові складові формування та функціонування інфраструктури регіонального ринку цукру / О. П. Красняк, Ю. В. Довгань. // Економіка. Фінанси. Право. – 2017. – №12 – С. 30–35.

11. Файловий архів студентів «StudFiles». Сучасні особливості виходу підприємств на зовнішні ринки. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://studfiles.net/preview/2399495/>

#### References.

1. Agrarian news agency “Agravery” (2017), “Volumes of manufactured products "Agran Fruit Ukraine" for 2017”, available at: <https://agravery.com/uk/posts/show/agrana-frut-ukraina-v-2017-vigotovila-162-tis-tonn-produkcii> (Accessed 10 November 2018).

2. Blazhkun O.Yu. and Tymoshenko N.Yu. (2016), “Ways of improvement of foreign economic activity of the enterprise”, *Collection of scientific works of young scientists of the faculty of management and marketing of the Kiev Polytechnic Institute named after Sikorsky*, vol. 10, pp. 218-224.

3. The Main Department of Statistics in Vinnytsia Region (2018), available at: <http://www.vn.ukrstat.gov.ua/> (Accessed 8 November 2018).

4. Information agency "Economic Truth" (2018), “Exports Roshen grows by 30% in year, available at: <https://www.epravda.com.ua/news/2018/07/9/638522/> (Accessed 10 November 2018).

5. Information organization "Television News Service (TSN)" (2017), Nemiroff Premium was recognized as the best Ukrainian vodka in the World Drinks Awards in London, available at: <https://ru.tsn.ua/svit/nemiroff-premium-deluxe-nagrazhden-zolotoy-medalyu-international-spirits-challenge-2017-882195.html> (Accessed 10 November 2018).

6. Information site of the company “The industrial group VIOIL” (2018), available at: <http://vioil.com/ua/news/> (Accessed 10 November 2018).

7. Misik G.I and Rymareva L.M. (2015), “Problems of effective foreign economic activity of Ukraine”, *Collection of scientific works of the Vinnytsia Trade and Economic Institute of Kyiv National University of Trade and Economics. Economic Sciences*, vol. 18, pp. 124-134.

8. News portal of Ukraine «Delo.ua» (2018), “Issue of the new brand “Vinnytsia chicken” producer “Nasha Ryaba”, available at: <https://delo.ua/business/proizvoditel-nashej-rjaby-vypustil-novuju-torgovuju-marku-343248/> (Accessed 10 November 2018).

9. Polesya V.M and Tomchuk O.V. ( 2017), “The current state and ways of development of foreign economic activity in the Vinnytsia region”, *Collection of scientific works of Vinnytsia National Agrarian University. Economic Sciences*, vol. 6, pp. 116-132.

10. Krasnyak O. P. ( 2017), “Marketing components of the formation and functioning of the regional sugar market infrastructure”, *Economy. Finances. Law*, vol. 12, pp. 30-35.

11. Student File Archive “StudFiles”(2015), “Modern features of the exit of enterprises to foreign markets”, available at: <https://studfiles.net/preview/2399495/> (Accessed 8 November 2018).

Стаття надійшла до редакції 16.11.2018 р.