

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ СЕМЕНА КУЗНЕЦЯ**

ЗАТВЕРДЖЕНО

на засіданні кафедри
підприємництва, торгівлі
та туристичного бізнесу
Протокол № 1 від 20.08.2025 р.

ПОГОДЖЕНО

Проректор з навчально-методичної роботи

Каріна НЕМАШКАЛО



МІЖНАРОДНА ТОРГІВЛЯ

робоча програма навчальної дисципліни (РПНД)

Галузь знань
Спеціальність
Освітній рівень
Освітня програма

**D «Бізнес, адміністрування та право»
D7 «Торгівля»
перший (бакалаврський)
«Підприємництво, торгівля та біржова діяльність»**

Статус дисципліни

обов'язкова

Мова викладання, навчання та оцінювання

українська

Розробник:
к.е.н., доцент

Аліна ЛИТВИНЕНКО

Завідувач кафедри
підприємництва, торгівлі
та туристичного бізнесу

Марина САЛУН

Гарант програми

Аліна ЛИТВИНЕНКО

Харків
2025

ВСТУП

У сучасних умовах міжнародна торгівля виступає одним із ключових елементів глобальної економіки та невід'ємною складовою підприємницької діяльності. Вона не лише забезпечує обмін товарами та послугами між країнами, а й формує конкурентні переваги компаній на світовому ринку. Глобалізація, розвиток цифрових технологій, зростання електронної комерції та інтеграційні процеси створюють нові можливості та виклики для підприємців.

Сьогодні підприємства активно використовують міжнародну торгівлю для розширення ринків збуту, диверсифікації джерел доходів та оптимізації ланцюгів постачання. Значну роль відіграють глобальні торговельні платформи (Amazon, Alibaba, eBay), що дозволяють малому та середньому бізнесу ефективно виходити на міжнародні ринки без значних інвестицій у фізичну інфраструктуру.

Разом із тим міжнародна торгівля в сучасному підприємництві характеризується високою динамічністю та підвищеним рівнем ризиків. Підприємства стикаються з різноманітними торговельними бар'єрами, валютними коливаннями, правовими відмінностями між країнами, а також необхідністю дотримання стандартів сталого розвитку та етичних норм. Тому успішне ведення міжнародної торгівлі вимагає від підприємців стратегічного мислення, ефективного управління ризиками, інноваційних підходів до логістики та маркетингу, а також здатності швидко адаптуватися до змін зовнішнього середовища.

Інтеграція сучасних технологій, аналітичних інструментів та принципів соціальної відповідальності у міжнародну торговельну діяльність сприяє підвищенню конкурентоспроможності підприємств, зміцненню їх репутації на світових ринках та створенню умов для сталого розвитку бізнесу. Таким чином, міжнародна торгівля стає не лише механізмом економічного обміну, а й стратегічним ресурсом для розвитку підприємницької діяльності в глобальному масштабі.

Дисципліна «Міжнародна торгівля» є ключовою складовою підготовки здобувачів вищої освіти у сфері підприємництва та торгівлі. Мета навчальної дисципліни полягає у формуванні системного розуміння закономірностей розвитку національної та світової торгівлі, особливостей організації торговельної діяльності в умовах глобалізації та цифровізації економіки, а також сучасних викликів сталого розвитку.

Засвоєння курсу дозволяє здобувачам здобути знання та практичні навички щодо організації та регулювання міжнародної торгівлі, адаптації бізнес-діяльності до глобальних економічних змін, а також формування соціально відповідального бізнес-середовища. Отримані результати навчання сприятимуть підготовці висококваліфікованих фахівців, здатних ефективно діяти у сфері міжнародного бізнесу та приймати обґрунтовані управлінські рішення в умовах динамічної світової економіки.

Об'єктом вивчення навчальної дисципліни є процеси та явища, що відбуваються у сфері міжнародної торгівлі та підприємницької діяльності, зокрема

організація торговельних операцій, взаємодія суб'єктів господарювання на національних і міжнародних ринках, розвиток торговельних інфраструктур і глобальних платформ, а також управлінські та правові аспекти ведення бізнесу в умовах глобалізації та цифровізації економіки. Предметом є методи, форми, механізми та інструменти організації та регулювання міжнародної торгівлі у підприємницькій сфері, включаючи:

- організацію оптової та роздрібної торгівлі;
- форми та методи міжнародної торгівлі;
- функціонування товарних ринків і цінові стратегії;
- правове регулювання підприємництва та електронної комерції;
- використання глобальних торговельних платформ;
- інноваційні, цифрові та ESG-підходи в міжнародному бізнесі.

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна визначено в табл. 1.

Таблиця 1

Результати навчання та компетентності, які формує навчальна дисципліна

| Результати навчання | Компетентності, якими повинен оволодіти здобувач вищої освіти |
|---------------------|---|
| PH5 | ЗК6, СК5 |
| PH6 | ЗК7 |
| PH7 | ЗК8, ЗК10, СК7 |
| PH11 | ЗК2, ЗК10, СК1, СК9 |
| PH13 | ЗК7, СК3 |
| PH15 | ЗК2, СК5 |
| PH16 | ЗК11, СК6 |
| PH17 | ЗК8, СК7 |
| PH19 | ЗК2, СК9 |

де, ЗК 2. Здатність застосовувати отримані знання в практичних ситуаціях.

ЗК 6. Здатність до пошуку, оброблення та аналізу інформації з різних джерел.

ЗК 7. Здатність працювати в команді.

ЗК 8. Здатність виявляти ініціативу та підприємливість.

ЗК 10. Здатність діяти відповідально та свідомо.

ЗК 11. Здатність реалізувати свої права і обов'язки як члена суспільства, усвідомлювати цінності громадянського (вільного демократичного) суспільства та необхідність його сталого розвитку, верховенства права, прав і свобод людини і громадянина в Україні.

СК 1. Критичне осмислення теоретичних засад підприємницької та торговельної діяльності.

СК 3. Здатність здійснювати діяльність у взаємодії суб'єктів ринкових відносин.

СК 5. Здатність визначати та оцінювати характеристики товарів і послуг в підприємницькій та торговельній діяльності.

СК 6. Здатність здійснювати діяльність з дотриманням вимог нормативно-правових документів у сфері підприємницької та торгівлі.

СК 7. Здатність визначати і виконувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур.

СК 9. Здатність до організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких і торговельних структур.

РН5. Організувати пошук, самостійний відбір, якісну обробку інформації з різних джерел для формування банків даних у сфері підприємництва та торгівлі.

РН6. Вміти працювати в команді, мати навички міжособистісної взаємодії, які дозволяють досягати професійних цілей.

РН7. Демонструвати підприємливість в різних напрямках професійної діяльності та брати відповідальність за результати.

РН11. Мати концептуальні наукові та практичні знання у сфері підприємництва та торгівлі, необхідні для подальшого використання на практиці.

РН13. Використовувати знання форм взаємодії суб'єктів ринкових відносин для забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур.

РН15. Оцінювати характеристики товарів і послуг у підприємницькій та торговельній діяльності за допомогою сучасних методів.

РН16. Знати нормативно-правове забезпечення діяльності підприємницьких та торговельних структур і застосовувати його на практиці.

РН17. Вирішувати професійні завдання з організації діяльності підприємницьких та торговельних структур і розв'язувати проблеми у кризових ситуаціях з урахуванням зовнішніх та внутрішніх впливів.

РН19. Застосовувати знання й уміння для забезпечення ефективної організації зовнішньоекономічної діяльності підприємницьких та торговельних структур з урахуванням ринкової кон'юнктури і діючих правових норм.

ПРОГРАМА НАВЧАЛЬНОЇ ДИСЦИПЛІНИ

Зміст навчальної дисципліни

Змістовий модуль 1. Теорія та практика організації національної й міжнародної торгівлі.

Тема 1. Торгівля як вид підприємницької діяльності.

1.1. Поняття, сутність і структура торгівлі.

1.2. Оптова та роздрібна торгівля: тенденції розвитку.

1.3. Торговельна інфраструктура в умовах ринкової економіки.

Тема 2. Форми та методи міжнародної торгівлі.

2.1. Форми міжнародної торгівлі та ключові відмінності.

2.2. Методи міжнародної торгівлі в сучасних умовах глобалізації.

2.3. Фактори, що впливають на вибір конкретної форми та методу міжнародної торгівлі компанією.

Тема 3. Товарні ринки: класифікація та особливості функціонування.

3.1. Основні типи товарних ринків (локальні, національні, міжнародні).

3.2. Механізм функціонування товарних ринків.

3.3. Цінові стратегії та ринкові дисбаланси.

Змістовий модуль 2. Сучасні виклики міжнародної торгівлі: право, цифровізація та відповідальність бізнесу.

Тема 4. Правове регулювання підприємництва та електронної торгівлі.

4.1. Законодавча база в Україні та ЄС.

4.2. Електронні контракти та захист прав споживачів.

4.3. Кібербезпека у сфері е-комерції.

Тема 5. Міжнародна торгівля та глобальні платформи.

5.1. Основи міжнародної торгівлі.

5.2. Електронні торговельні платформи (Amazon, Alibaba, eBay).

5.3. Торгові бар'єри та міжнародна логістика.

Тема 6. Сталій розвиток та відповідальне підприємництво.

6.1. ESG-підходи у торгівлі.

6.2. Етичне підприємництво.

6.3. Зелені інновації та сертифікація.

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань за навчальною дисципліною наведено в табл. 2

Таблиця 2

Перелік практичних (семінарських) та / або лабораторних занять / завдань

| Назва теми та / або завдання | Зміст |
|---|--|
| Тема 1. Практичне заняття. Завдання. | <i>Завдання:</i> Проаналізувати структуру торгівлі конкретного підприємства (оптового або роздрібногo) та скласти схему його торговельних потоків, визначивши основні складові та функції. <i>Завдання:</i> Порівняти сучасні тенденції розвитку оптової та роздрібногo торгівлі в Україні та світі, підготувати презентацію з прикладами інноваційних рішень у цих сегментах. <i>Завдання:</i> Скласти карту торговельногo інфраструктури свого регіону, визначити ключові центри, логістичні вузли та проаналізувати їх вплив на ефективність підприємницькогo діяльності. |
| Тема 2. Практичне заняття. Завдання. | <i>Завдання:</i> Підготувати порівняльну таблицю основних форм міжнародногo торгівлі (експорт, імпорт, франчайзинг, ліцензування) та визначити їх переваги й ризики для компанії. <i>Завдання:</i> Розробити приклад вибору оптимальногo методу виходу на міжнародний ринок для конкретного продукту |

| | |
|---|--|
| | компанії, обґрунтувати рішення з урахуванням ринкових умов. <i>Завдання:</i> Провести SWOT-аналіз для компанії, яка планує вийти на новий міжнародний ринок, визначивши ключові внутрішні та зовнішні фактори впливу. |
| Тема 3. Практичне заняття. Завдання. | <i>Завдання:</i> Скласти класифікацію товарних ринків за типами для обраного товару та визначити ринкові особливості кожного сегменту. <i>Завдання:</i> Проаналізувати механізм формування цін на конкретному товарному ринку (локальному або міжнародному) та підготувати графік зміни цінових рівнів. <i>Завдання:</i> Розробити пропозиції щодо цінової стратегії підприємства для стабілізації ринку та зменшення дисбалансів попиту і пропозиції. |
| Тема 4. Практичне заняття. Завдання. | <i>Завдання:</i> Порівняти нормативно-правові акти України та ЄС, що регулюють підприємницьку діяльність, та підготувати аналітичний звіт із ключовими відмінностями. <i>Завдання:</i> Скласти приклад електронного контракту для онлайн-продажу та проаналізувати механізми захисту прав споживачів. <i>Завдання:</i> Розробити рекомендації з кібербезпеки для інтернет-магазину, визначивши основні загрози та способи їх мінімізації. |
| Тема 5. Практичне заняття. Завдання. | <i>Завдання:</i> Провести аналіз міжнародних торговельних угод і визначити їхній вплив на діяльність компаній певного сектору. <i>Завдання:</i> Підготувати порівняльний аналіз основних електронних платформ, визначити їхні можливості для малого та середнього бізнесу. <i>Завдання:</i> Проаналізувати логістичні та митні бар'єри для експорту конкретного товару та запропонувати шляхи їх подолання. |
| Тема 6. Практичне заняття. Завдання. | <i>Завдання:</i> Підготувати кейс-аналітику щодо впровадження ESG-підходів у діяльності торговельної компанії. <i>Завдання:</i> Обговорити та запропонувати практичні дії компанії для дотримання етичних стандартів у веденні бізнесу. <i>Завдання:</i> Розробити пропозиції щодо впровадження «зелених» технологій і сертифікації товарів у торговельній компанії. |

Перелік самостійної роботи за навчальною дисципліною наведено в табл. 3
Таблиця 3

Перелік самостійної роботи

| Назва теми | Зміст |
|------------|--|
| Тема 1 - 6 | Вивчення лекційного матеріалу |
| Тема 1 - 6 | Підготовка до практичних занять |
| Тема 1 - 6 | Виконання індивідуальних навчально-дослідних завдань |
| Тема 1 - 6 | Підготовка до екзамену |

Кількість годин лекційних, практичних (семінарських) та годин самостійної роботи наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

МЕТОДИ НАВЧАННЯ

У процесі викладання навчальної дисципліни для набуття визначених результатів навчання, активізації освітнього процесу передбачено застосування таких методів навчання, як:

Словесні лекції (Лекція – Тема 2 «Форми та методи міжнародної торгівлі». Лекція проблемного характеру – Тема 1 «Торгівля як вид підприємницької діяльності»; Тема 3 «Товарні ринки: класифікація та особливості функціонування»; Тема 5 «Міжнародна торгівля та глобальні платформи». Міні-лекція – Тема 4 «Правове регулювання підприємництва та електронної торгівлі»; Тема 6 «Сталий розвиток та відповідальне підприємництво».

Наочні (Демонстрація – усі теми (1–6): використання презентацій, схем міжнародних торговельних операцій, прикладів електронних платформ, кейсів щодо сталого розвитку.).

Практичні (Практична робота – Теми 1–6: аналіз ринків, розробка цінових стратегій, складання електронних контрактів, аналіз міжнародної логістики тощо. Робота в малих групах – Теми 4, 5, 6: обговорення кейсів із правового регулювання, аналіз діяльності міжнародних платформ, розробка ESG-рішень. Презентації (виступи перед аудиторією) – Теми 2, 5, 6: представлення результатів групових та індивідуальних досліджень, моделювання виходу компанії на міжнародний ринок, обґрунтування стратегій сталого розвитку.

ФОРМИ ТА МЕТОДИ ОЦІНЮВАННЯ

Університет використовує 100 бальну накопичувальну систему оцінювання результатів навчання здобувачів вищої освіти.

Поточний контроль здійснюється під час проведення лекційних, практичних та семінарських занять і має на меті перевірку рівня підготовленості здобувача вищої освіти до виконання конкретної роботи і оцінюється сумою набраних балів: максимальна сума – 60 балів; мінімальна сума, що дозволяє здобувачу вищої освіти скласти екзамен (іспит) – 35 балів.

Підсумковий контроль включає семестровий контроль та атестацію здобувача вищої освіти.

Семестровий контроль проводиться у формі семестрового екзамену (іспиту). Складання семестрового екзамену (іспиту) здійснюється під час екзаменаційної сесії.

Максимальна сума балів, яку може отримати здобувач вищої освіти під час екзамену (іспиту) – 40 балів. Мінімальна сума, за якою екзамен (іспит) вважається складеним – 25 балів.

Підсумкова оцінка за навчальною дисципліною визначається: сумуванням всіх балів, отриманих під час поточного контролю.

Під час викладання навчальної дисципліни використовуються наступні контрольні заходи:

Поточний контроль: практичні та семінарські завдання за темами 1, 2, 3, 4, 5, 6 (по 5 балів), індивідуальне навчально-дослідне завдання за темою 5 (10 балів), практикум за темою 6 (10 балів), письмова контрольна робота (10 балів).

Семестровий контроль: Екзамен.

Більш детальну інформацію щодо системи оцінювання наведено в робочому плані (технологічній карті) з навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета та критерії оцінювання для навчальної дисципліни.

Приклад екзаменаційного білета

Харківський національний економічний університет імені Семена Кузнеця
Перший (бакалаврський) рівень вищої освіти Спеціальність D7 Торгівля
Освітньо-професійна програма «Підприємництво, торгівля та біржова діяльність» Навчальна дисципліна «Міжнародна торгівля»

ЕКЗАМЕНАЦІЙНИЙ БІЛЕТ № 1

Тести (15 балів, по 3 бали за кожен)

1. Основна відмінність між оптовою та роздрібною торгівлею полягає у:

- a) рівні прибутковості
- b) обсягах товарообігу та колі споживачів
- c) формі власності торгових підприємств
- d) наявності міжнародних контрактів

Правильна відповідь: b

2. Яка з форм міжнародної торгівлі передбачає участь третьої сторони?

- a) Ліцензування
- b) Прямий експорт
- c) Непрямий експорт
- d) Франчайзинг

Правильна відповідь: c

3. Який з наведених методів міжнародної торгівлі є нетрадиційним?

- a) Лізинг
- b) Біржова торгівля
- c) Бартер
- d) Торгівля через електронні платформи

Правильна відповідь: d

4. До факторів PEST-аналізу належать:

- a) Політичні, економічні, соціальні, технологічні
- b) Природні, фінансові, організаційні
- c) Економічні, організаційні, культурні
- d) Юридичні, виробничі, управлінські

Правильна відповідь: a

5. Який із принципів ESG найбільше стосується «зелених інновацій»?

- a) Governance (управління)
- b) Social (соціальна відповідальність)
- c) Environmental (екологія)
- d) Етичне підприємництво

Правильна відповідь: c

Діагностичне завдання (10 балів):

Проаналізуйте приклад: українська компанія планує експортувати органічні продукти харчування до Німеччини.

Визначте можливі бар'єри для виходу на ринок (правові, логістичні, культурні).

Запропонуйте способи їх подолання.

Евристичне завдання (15 балів):

Уявіть, що ви консультант міжнародної компанії ТОВ «GreenTrade», яка прагне вийти на ринок Південно-Східної Азії.

Використовуючи SWOT-аналіз, визначте сильні та слабкі сторони компанії, можливості й загрози на новому ринку.

Розробити стратегічні рекомендації щодо:

оптимального вибору форми міжнародної торгівлі;

застосування інноваційних логістичних рішень;

забезпечення ESG-стандартів у діяльності компанії.

Критерії оцінювання екзаменаційного білету

1. Тести (разом 15 балів, по 3 бали кожен)

3 бали – правильна відповідь.

1–2 бали – частково правильна відповідь (наприклад, студент назвав 2 із 3 правильних елементів у комбінованому варіанті).

0 балів – неправильна відповідь або відсутність відповіді.

2. Діагностичне завдання (10 балів) (аналіз бар'єрів виходу на ринок та способів їх подолання).

Критерії:

Визначення бар'єрів (правові, логістичні, культурні) – 0-4 бали

4 – усі три категорії розкриті з прикладами.

3 – 2 категорії розкриті правильно.

1-2 – 1 категорія або поверхневе пояснення.

0 – не вказано бар'єрів.

Пропозиції щодо подолання – 0-4 бали

4 – кожен тип бар'єра має конкретні способи вирішення.

3 – 2 із 3 бар'єрів мають обґрунтовані рішення.

1-2 – 1 спосіб або поверхневе обґрунтування.

0 – відсутні пропозиції.

Логіка викладу, аргументованість – 0-2 бали

2 – відповідь структурована, логічна.

1 – відповідь має неточності або хаотичну подачу.

0 – відсутня аргументація.

Разом: 10 балів.

3. Евристичне завдання (15 балів)

(SWOT-аналіз і стратегічні рекомендації для виходу на ринок Південно-Східної Азії)

Критерії:

SWOT-аналіз (сильні, слабкі сторони, можливості, загрози) – 0-6 балів

6 – усі чотири складові розкриті, наведені приклади.

4-5 – три складові розкрито детально, одна поверхнево.

2-3 – розкриті лише 1–2 складові.

0–1 – відсутність аналізу.

Стратегічні рекомендації – 0-7 балів

7 – усі три напрямки (форма торгівлі, логістика, ESG) розкриті повністю, із практичними пропозиціями.

5-6 – два напрями розкриті докладно, третій – поверхнево.

3-4 – одна частина розкрита детально, інші – поверхово.

1-2 – лише загальні ідеї без аргументів.

0 – відсутні пропозиції.

Стиль викладу, аргументація, інноваційність ідей – 0-2 бали

2 – чітка структура, аргументи, креативні пропозиції.

1 – загалом логічно, але є слабкі місця.

0 – хаотична або неструктурована відповідь.

Разом: 15 балів.

Сумарна шкала (40 балів)

36-40 балів – відмінно (глибокі знання, самостійні висновки, креативність).

30-35 балів – добре (повні знання, але частково бракує аргументів або прикладів).

22-29 балів – задовільно (знання загалом є, але багато поверхневих моментів).

15-21 балів – посередньо (фрагментарні знання, слабкий аналіз).

0-14 балів – незадовільно (відсутність розуміння теми).

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

Основна

1. Литвиненко А. О. Підприємництво та торгівля у цифрову добу: від традиційних ринків до електронної комерції : навчальний посібник. Таллінн : Teadmus, 2026. 115 с. – Режим доступу: https://api.teadmus.org/storage/published_books/Entrepreneurship_Trade_Digital_Age/monograph.pdf
2. Проноза П. В. Забезпечення фінансової стабільності в умовах глобальних викликів: навчальний посібник [Електронний ресурс] / П. В. Проноза, І. М. Чмутова, М. М. Берест. – Харків : ХНЕУ ім. С. Кузнеця, 2021. – 203 с. – Режим доступу : <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28181>

Додаткова

3. Литвиненко А. О. Трансформація світового ринку в умовах глобалізації / А. О. Литвиненко, О. Д. Литвиненко // Міжнародні економічні та суспільні відносини: стан, проблеми, перспективи розвитку : монографія / за ред. Л. М. Савчук, М. В. Корнєєва. – Дніпро: Пороги, 2021. – С. 69-110. – Режим доступу: <http://www.repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26918>
4. Литвиненко А. О. Формування міжнародної конкурентоспроможної стратегії підприємства / А. О. Литвиненко, О. Д. Литвиненко // Economic strategies for the development of society: collective monograph / Illiashenko K., Bezverkhnia Y., – etc. – International Science Group. – Boston : Primedia eLaunch, 2020. – Розд. 12.3. – С. 312 – 332. – Режим доступу: http://www.repository.hneu.edu.ua/bitstream/123456789/26080/1/1_Формування_між_народної_конкурентоспроможної_стратегії_підприємства.pdf
5. Литвиненко А. О. Забезпечення торгівельної безпеки в умовах розвитку електронної комерції / А. О. Литвиненко, О. Д. Литвиненко // Сучасні проблеми моделювання соціально-економічних систем : матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції Conference MPSESM-XVI, 22 – 23 квітня 2025 р. – Харків, 2025. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/35808>
6. Литвиненко А. О. Міжнародна торгівля в умовах цифровізації глобальної економіки / А. О. Литвиненко, О. Д. Литвиненко // Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». Серія: «Економічні науки». – 2022. – №9. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28368>
7. Салун М. М. Гібридний ритейл (Hybrid Retail) як нова парадигма розвитку роздрібної торгівлі: теоретичні основи, порівняльний аналіз і національні перспективи / М. М. Салун // Актуальні питання економічних наук. – 2025. - (14). – Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/37091>
8. Тимошенко К. В. Цифрові платформи як бізнес модель сталого розвитку малих і середніх підприємств у сфері e-commerce / К.В. Тимошенко // Економічний простір. – 2025. - № 206. - С. 311-316. – Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/37734>

9. The business ecosystem: entrepreneurship, e-commerce, sustainable development: monograph / A. O. Lytvynenko. – Kyiv: Internauka Publishing House, «SBA Print», 2026. – 128 p. – <https://doi.org/10.25313/978-617-8829-43-8>. Режим доступу: <https://www.inter-nauka.com/archive/reference-1/>

10. Lytvynenko A., Matkobozhyk S. Digital platforms and e-commerce as strategic drivers of international entrepreneurship. International scientific journal «Internauka.» Series: «Economic Sciences». 2026. № 1. <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/38723>

11. Lytvynenko O. D. Impact of digital economy on business development in Ukraine / O. D. Lytvynenko, A. O. Lytvynenko, N. L. Morozova // Бізнес-інформ. – 2025. – № 5. – С. 176-183. Режим доступу: <https://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/37136>

12. Lytvynenko A. O. International trade as a key factor in economic development [Електронний ресурс] / A. O. Lytvynenko, O. D. Lytvynenko // Матеріали Першої віртуальної міжнародної конференції зі сталого розвитку SDL 2021 by the Non-Governmental Organization «Sustainable Development Landmarks (sdl.org.ua) and Vasyl Stefanyk Precarpathian National University (pnu.edu.ua) under the support of the Ministry of Education and Science of Ukraine (mon.gov.ua). (23-25.04.2021)», 2021. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/26068>

14. Otenko I. The Impact of the Covid-19 Pandemic on the Dynamics of Financial Instruments in the World Trade // I. Otenko, I. Hrabynskyi, A. Lytvynenko and other // WSEAS Transactions on Business and Economic / – 2022. – Vol.19. – P. 1748-1763. – Режим доступу: <http://repository.hneu.edu.ua/handle/123456789/28367>

Інформаційні ресурси

15. Державна митна служба України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.customs.gov.ua

16. Державна служба статистики України. URL [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/

15. Державний інформаційно-аналітичний центр моніторингу зовнішніх товарних ринків [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.ukrdzi.com

17. Закон України «Про зовнішньоекономічну діяльність» від 16.04.91 р. №959-ХІІ (в редакції Закону України від 03.01.2017 р. № 1724-19) (із змінами та доповненнями) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/959-12>

18. Міністерство закордонних справ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.mfa.gov.ua