

# ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ

© 2019 ГОРБАЛЬ Н. І., ГРЕСЬКО В. В., ГУДИМА Р. В.

УДК 339.564

**Горбаль Н. І., Гресько В. В., Гудима Р. В. Тенденції та перспективи розвитку українського експорту**

Метою статті є дослідження сучасних особливостей і перспектив розвитку експорту товарів і послуг з України, зокрема в умовах євроінтеграції. Протягом останніх років конкурентоспроможність української продукції на зовнішніх ринках зростає. Трансформація зовнішньої торгівлі України відбулася після набуття членства в СОТ та укладення Угоди з Європейським Союзом про зону вільної торгівлі. Європейський Союз є сьогодні найбільшим торговельним партнером України. Констатовано, що експорт українських товарів до Європейського Союзу має добрі перспективи, хоча на сьогодні структура вітчизняного експорту – переважно сировинна. Водночас активно розвивається вітчизняна легка промисловість, транспортні, комунікаційні й ІТ-послуги. Прийнята Експортна стратегія України на 2017–2021 рр. має за мету перехід України до експорту наукоємкої інноваційної продукції для сталого розвитку й успішного виходу на світові ринки. Для подальшого активізування вітчизняного експорту необхідні ефективна регуляторна політика, адекватні стимули для залучення інвестицій, ефективне управління, покращення в транспортному секторі тощо.

**Ключові слова:** експорт, зовнішня торгівля, зовнішньоекономічна діяльність, євроінтеграція.

**Рис.:** 4. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 15.

**Горбаль Наталія Ігорівна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

**E-mail:** nataliahorbal2@gmail.com

**Гресько Володимир Валентинович** – магістрант, кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

**E-mail:** vova.hresko@gmail.com

**Гудима Роман Володимирович** – магістрант, кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності, Національний університет «Львівська політехніка» (вул. Степана Бандери, 12, Львів, 79013, Україна)

**E-mail:** roman.hudyma@gmail.com

УДК 339.564

UDC 339.564

**Горбаль Н. І., Гресько В. В., Гудима Р. В. Тенденции и перспективы развития украинского экспорта**

**Horbal N. I., Hresko V. V., Hudyma R. V. The Tendencies and Prospects of Development of the Ukrainian Exports**

Целью статьи является исследование современных особенностей и перспектив развития экспорта товаров и услуг из Украины, в частности в условиях евроинтеграции. В течение последних лет конкурентоспособность украинской продукции на внешних рынках растет. Трансформация внешней торговли Украины состоялась после обретения членства в ВТО и заключения Соглашения с Европейским Союзом о зоне свободной торговли. Европейский Союз сегодня является крупнейшим торговым партнером Украины. Констатировано, что экспорт украинских товаров в ЕС имеет хорошие перспективы, хотя на сегодня структура отечественного экспорта – в основном сырьевая. Вместе с тем активно развивается отечественная легкая промышленность, транспорт, связь и ИТ-услуги. Принятая Экспортная стратегия Украины на 2017–2021 гг. ставит перед собой цель перехода Украины к экспорту наукоёмкой инновационной продукции для устойчивого развития и успешного выхода на мировые рынки. Для дальнейшего активизирования отечественного экспорта необходимы эффективная регуляторная политика, адекватные стимулы для привлечения инвестиций, эффективное управление, улучшение в транспортном секторе и т. п.

The article is aimed at researching the modern features of and prospects for exports of goods and services from Ukraine, in particular in the conditions of European integration. During recent years the competitiveness of Ukrainian products in foreign markets was growing. Ukraine's foreign trade started to transform after the WTO membership and the Agreement with the European Union on the free trade zone. Today the European Union is the largest trading partner of Ukraine. It is stated that the exports of Ukrainian goods to the EU countries have good prospects, although the structure of national exports today consists mainly of raw materials. At the same time, the national light industry, transport, communication and IT-services are actively developing. The adopted export strategy of Ukraine for 2017-2021 aims at the transition of Ukraine to the exports of science-intensive innovative products for sustainable development and successful entry into the world markets. Effective regulatory policies, adequate incentives to attract investment, effective management, improvements in the transport sector, etc. are needed to further enhance of national exports.

**Keywords:** exports, foreign trade, foreign economic activity, European integration.

**Fig.:** 4. **Tbl.:** 1. **Bibl.:** 15.

**Horbal Nataliya I.** – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Department of Foreign Economic and Customs Activities, Lviv Polytechnic National University (12 Stepana Bandery Str., Lviv, 79013, Ukraine)

**E-mail:** nataliahorbal2@gmail.com

**Hresko Volodymyr V.** – Graduate Student, Department of Foreign Economic and Customs Activities, Lviv Polytechnic National University (12 Stepana Bandery Str., Lviv, 79013, Ukraine)

**E-mail:** vova.hresko@gmail.com

**Hudyma Roman V.** – Graduate Student, Department of Foreign Economic and Customs Activities, Lviv Polytechnic National University (12 Stepana Bandery Str., Lviv, 79013, Ukraine)

**E-mail:** roman.hudyma@gmail.com

**Ключевые слова:** экспорт, внешняя торговля, внешнеэкономическая деятельность, евроинтеграция.

**Рис.:** 4. **Табл.:** 1. **Библ.:** 15.

**Горбаль Наталія Ігорівна** – кандидат економічних наук, доцент, кафедра внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

**E-mail:** nataliahorbal2@gmail.com

**Гресько Владимир Валентинович** – магистрант, кафедра внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

**E-mail:** vova.hresko@gmail.com

**Гудима Роман Владимирович** – магистрант, кафедра внешнеэкономической и таможенной деятельности, Национальный университет «Львовская политехника» (ул. Степана Бандеры, 12, Львов, 79013, Украина)

**E-mail:** roman.hudyma@gmail.com

Здобувши незалежність, Україна, використовуючи свій потенціал, почала інтеграцію у світову економічну систему. Трансформація зовнішньої торгівлі відбулася після набуття членства в Світовій організації торгівлі та укладення Угоди з Європейським Союзом про зону вільної торгівлі, що відкрило нові можливості. Водночас призупинення з 1 січня 2016 р. дії Договору про зону вільної торгівлі РФ з Україною, обмеження РФ транзитного руху вантажів з України через територію Росії до третіх країн, Казахстану та Киргизстану призвело до суттєвого скорочення українського експорту не тільки до деяких країн СНД (країни Центральної Азії та Закавказзя), а й до інших країн Азії. Для збільшення обсягів ЗЕД Україні необхідно як активізувати експорт до ЄС, так і відновлювати позиції на традиційних ринках.

Тематика розвитку українського експорту досліджується багатьма вітчизняними науковцями, зокрема Тимошенко Н. Ю. вивчає експортно-імпорتنу діяльність вітчизняних промислових підприємств [1], Нездо-

йминого О. Є. акцентує на експорті аграрної продукції [2], а Замроз М. В. [3] – на експортному потенціалі харчової промисловості в умовах євроінтеграції, що також досліджуються в праці [4]. Проте ця проблематика потребує системних подальших досліджень. Отже, метою статті є аналіз сучасних тенденцій та перспектив розвитку українського експорту.

У січні-жовтні 2018 року експорт товарів склав 38,8 млрд дол. США (табл. 1) та зріс на 10,3 % проти аналогічного періоду 2017 р. [5]. Торгівлю товарами Україна здійснювала з партнерами з 223 країн, – експортувала до 201 країни, імпортувала – із 206 країн. Кількість підприємств, що здійснювали зовнішню торгівлю товарами, становила в експорті – 16,5 тис. од., в імпорті – 27,1 тис. од.

Найактивніше здійснювали ЗЕД підприємства м. Києва, Дніпропетровської, Донецької, Київської, Запорізької, Львівської, Одеської, Полтавської, Харківської, Закарпатської, Миколаївської та Волинської областей (рис. 1) [6].

Таблиця 1

Товарна структура зовнішньої торгівлі України\* за січень – жовтень 2018 р. [5]

Коди і назви товарів згідно з УКТЗЕД	Експорт			Імпорт		
	тис. дол. США	у % до січня – жовтня 2017 р.	у % до загального обсягу	тис. дол. США	у % до січня – жовтня 2017 р.	у % до загального обсягу
1	2	3	4	5	6	7
Усього	38797836,5	110,3	100,0	46747601,6	117,0	100,0
у тому числі						
I. Живі тварини; продукти тваринного походження	995336,7	112,0	2,6	728443,4	130,2	1,6
II. Продукти рослинного походження	7680691,3	102,9	19,8	1197277,6	114,1	2,6
III. 15 Жири та олії тваринного або рослинного походження	3637737,5	93,2	9,4	226945,6	104,9	0,5
IV. Готові харчові продукти	2357512,0	103,5	6,1	1872157,6	123,9	4,0
V. Мінеральні продукти	3577353,3	107,8	9,2	11655499,3	116,2	24,9
VI. Продукція хімічної та пов'язаних з нею галузей промисловості	3577353,3	107,8	9,2	11655499,3	116,2	24,9
VII. Полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них	606924,6	135,1	1,6	2975243,7	110,6	6,4
VIII. Шкури необроблені, шкіра вичинена	135616,3	114,8	0,3	241851,6	116,3	0,5
IX. Деревина і вироби з деревини	1278676,9	127,8	3,3	254641,8	124,8	0,5
X. Маса з деревини або інших волокнистих целюлозних матеріалів	465823,6	107,5	1,2	902882,1	116,3	1,9
XI. Текстильні матеріали та текстильні вироби	700462,3	112,9	1,8	1665973,7	116,1	3,6
XII. Взуття, головні убори, парасольки	176334,3	117,5	0,5	313419,9	135,4	0,7
XIII. Вироби з каменю, гіпсу, цементу	344475,7	113,2	0,9	646204,9	119,7	1,4
XIV. 71 Перли природні або культивовані, дорогоцінне або напівдорогоцінне каміння	38076,1	42,0	0,1	60368,9	141,8	0,1
XV. Недорогоцінні метали та вироби з них	9923215,5	122,7	25,6	2979463,2	120,7	6,4
XVI. Машини, обладнання та механізми; електротехнічне обладнання	3861352,5	114,0	10,0	9643775,6	121,8	20,6

1	2	3	4	5	6	7
XVII. Засоби наземного транспорту, літальні апарати, плавучі засоби	547591,0	106,8	1,4	3718062,1	107,9	8,0
XVIII. Прилади та апарати оптичні, фотографічні	117981,0	99,1	0,3	701733,7	125,8	1,5
XX. Різні промислові товари	686970,5	117,5	1,8	699691,9	123,9	1,5
XXI. 97 Твори мистецтва	777,4	428,5	0,0	1618,5	360,7	0,0
Товари, придбані в портах	5243,1	137,8	0,0	314038,6	211,3	0,7

\* **Примітка.** Без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях.

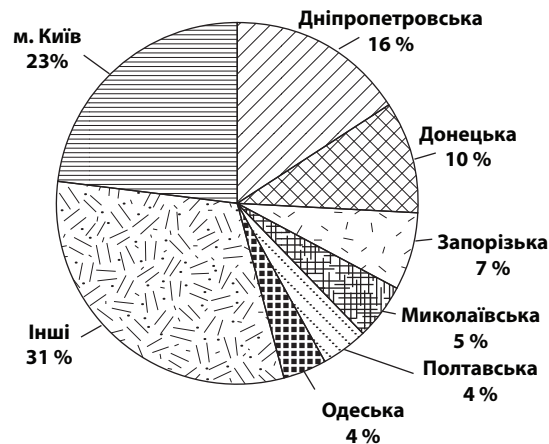


Рис. 1. Частка окремих регіонів України в експорті товарів у 2017 р. [6]

Структура експорту – переважно сировинна, – найбільша питома вага належить: продукції АПК і харчової промисловості (36,4 %); продукції металургійного комплексу (26,8 %); продукції машинобудування (11,8 %); мінеральним продуктам (9,1 %) [7]. Схожа ситуація і щодо експорту в ЄС (рис. 2) [8]. Та ринок сировини не є стабільним і високодохідним. Необхідно активізувати розвиток конкурентоспроможних на світовому ринку переробних підприємств. Для цього потрібна ефективна стратегія держави, зокрема підвищення іміджу українських товарів у світі.

Угода про асоціацію з ЄС, зокрема про зону вільної торгівлі, відкрила для українських товарів і послуг один із найбільших ринків у світі, що охоплює 28 країн та близько 500 млн потенційних споживачів. ЄС є сьогодні найбільшим торговельним партнером України. Частка ЄС в українському експорті у 2017 р. порівняно з 2016 р. збільшилась до 40,5 %, натомість в імпорті зменшилась до 41,9 % (у 2015 р. – 34,1 % і 40,9 %). За перші 7 міс. 2018 р. питома вага експорту товарів до ЄС у загальному експорті товарів з України склала 42,1 %. Окрім ЄС, Україна найбільше продавала товарів до Росії

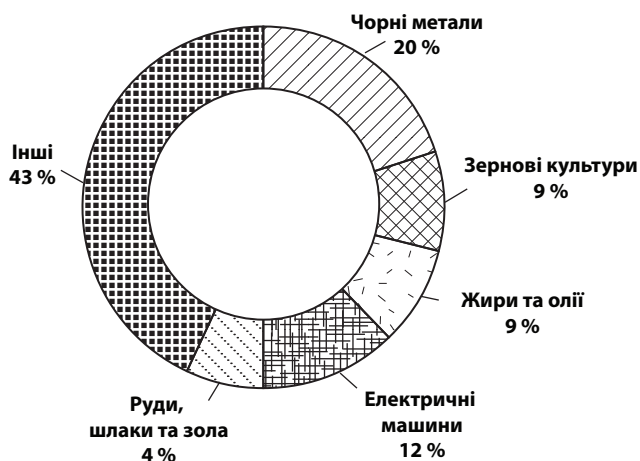


Рис. 2. Основні групи товарів, що експортувались до ЄС у 2017 р. [8]

(8 % від загального обсягу експорту), Туреччини (5,8 %), Індії (5,2 %), Китаю (4,2 %), Єгипту (4,1 %) [7].

Український аграрний експорт до країн ЄС у січні-листопаді 2018 р. збільшився на \$362,3 млн до \$5,6 млрд. Усього зовнішньоторговельний обіг аграрними та харчовими товарами між Україною та країнами ЄС за 11 місяців збільшився на \$778,6 млн та склав \$8,01 млрд.

**В**же кілька років поспіль до ключових торговельних партнерів України у сфері АПК серед країн ЄС входять: Нідерланди, до яких за 11 місяців 2018 р. експортовано української продукції АПК вартістю \$995,3 млн, Польща – \$602,1 млн, Німеччина – \$584,2 млн, Іспанія – \$882,6 млн, Італія – \$669,5 млн.

ТОП-10 товарних груп, які експортувались до країн ЄС у січні-листопаді 2018 р.: 1. Зернові злаки – \$1,8 млрд; 2. Насіння олійних культур – \$1,08 млрд; 3. Олія – \$998,3 млн; 4. Залишки і відходи харчової промисловості – \$460,2 млн; 5. М'ясо та харчові субпродукти свійської птиці – \$223 млн; 6. Плоди, горіхи та цедра – \$142,1 млн; 7. Овочі, рослини та коренеплоди – \$83,5 млн; 8. Шкіра із шкур ВРХ, овець, ягнят та інших тварин – \$81,1 млн; 9. Вироби із зерна та хлібних злаків – \$73,6 млн; 10. Мед – \$66,5 млн.

За даними НБУ, в листопаді 2018 р. зростання обсягів експорту продовольчих товарів прискорилося до 27,2 % р/р, досягнувши історичного рекорду (\$2,1 млрд) і забезпечивши майже 53 % усього експорту товарів з України [9].

Встановлення безмитних тарифних квот ЄС передбачено для 36 видів товарів (яловичина, свинина, м'ясо баранини, м'ясо птиці, молоко, вершки, йогурти, зернові, висівки, мед, цукор, крохмаль, гриби, часник, солод, виноградний і яблучний соки, вершкове масло, цигарки, етанол, яйця та альбуміни, інші). При цьому для м'яса свинини та птиці, грибів, яєць та альбумінів встановлено додаткові тарифні квоти. Крім того, для 18 товарів тарифні квоти передбачають збільшення обсягів впродовж 5 років з дати застосування торговельних положень Угоди. Так, однією з найбільш затре-

буваних тарифних квот – є квота на мед, яка зазвичай вичерпується українськими виробниками вже протягом першого місяця року. Фактичні обсяги експорту меду до ЄС перевищують розмір тарифної квоти у кілька разів. Так, у 2016 р. Україна поставила в ЄС 47 тис. т. меду на суму майже 81 млн євро. Україна – один із найбільших світових виробників меду, а також другий (після Китаю) найбільший експортер меду до ЄС. Зокрема, у 2017 р. частка України складала близько 19 % загального імпорту меду ЄС. Обсяги експорту українського меду до ЄС зросли більше ніж у чотири рази за останні п'ять років [10]; основні його споживачі: Польща, Німеччина, Франція, Бельгія, Угорщина. Конкуренти України на ринку ЄС – Китай, Аргентина, Мексика, Нова Зеландія.

Україна посіла третє місце у світі з експорту м'яса птиці в ЄС (після Таїланду і Бразилії). За даними Eurostat, за п'ять місяців поточного (2018 р.) Україна експортувала 50,1 тис. т. м'яса птиці в країни Євросоюзу, – на 90 % більше порівняно з аналогічним періодом 2017 р. (рис. 3) [8].

Угода про асоціацію між Україною та ЄС, зокрема відкриття кордонів, значно полегшили налагодження співпраці в освітньому, культурному, бізнесовому та багатьох інших секторах. На європейських ринках з'являється все більше «Made in UA».

Так, українська фешн-індустрія здійснила революцію протягом останніх трьох років і демонструє величезний потенціал на майбутнє. Зокрема, в межах інформаційної кампанії «Євроінтеграція: сила можливостей» інтернет-ресурс «Євроінтеграційний портал» [11] подав історію успіху таких вітчизняних підприємств, що змогли реалізуватися завдяки можливостям євроінтеграції:

- ★ компанія «Чайка» (м. Полтава), заснована у 2005 р., спеціалізується на моделюванні та пошитті одягу під власною торговою маркою Chaika. Серед партнерів «Чайки» є українські, а також німецькі, бельгійські, французькі компанії. «Чайка» випускає 120 моделей одягу, 3 тисячі одиниць трикотажних виробів та 2 тисячі суконь, блузок, костюмів на місяць. Сучас-

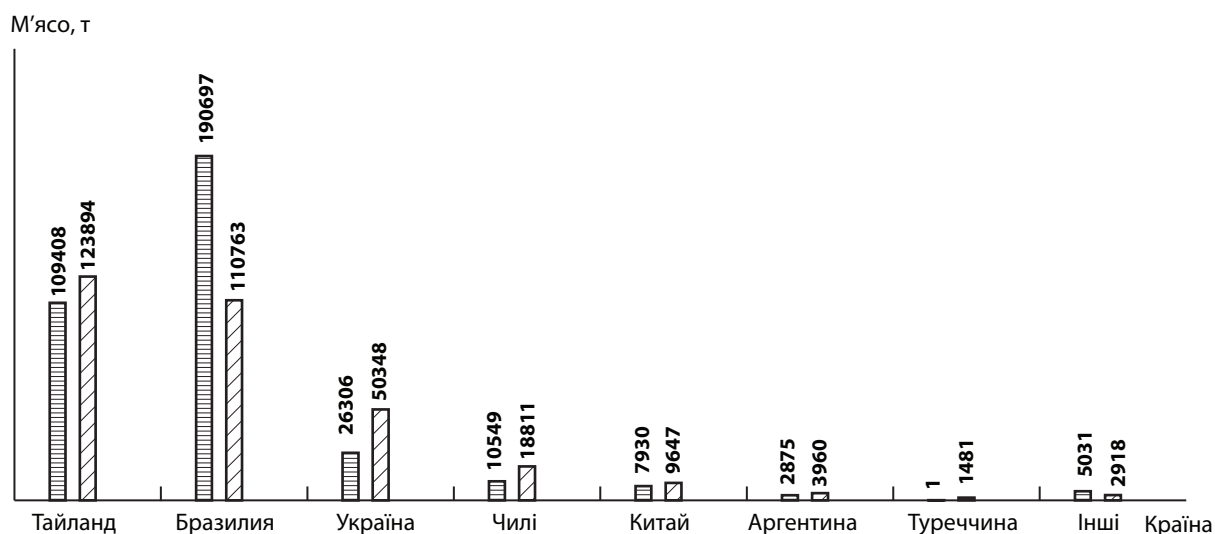


Рис. 3. Експорт м'яса птиці в країни ЄС за 5 місяців 2017 та 2018 років [8]

не устаткування з Німеччини, Японії й Китаю дозволяє забезпечувати європейську якість товарів;

- ✦ виробник жіночого одягу «Ворскла» здійснює моделювання та пошиття жіночого одягу на замовлення брендів з Німеччини, Італії, Франції, Бельгії, Японії. З 1992 року 100 % продукції виготовляється на експорт. На головному підприємстві у Полтаві працює 700 працівників та 250 працівників у 7 філіях в області. Постійно здійснюється інвестування в обладнання, технологічний контроль з боку компаній-замовників, щорічний незалежний аудит. Компанія випускає 60 моделей одягу і 50 тис. одиниць продукції на місяць, має сертифікат дотримання соціальних і екологічних стандартів;

**П**олтавське ПП «Луцишина» (бренд Lucky Tots), засноване у 2016 р., відразу почало працювати на експорт під англійським брендом. Спеціалізується на пошитті жіночого і дитячого одягу, медичної форми, зокрема і на давальницьких умовах. Потужності компанії дозволяють виготовляти 5 тис. од. одягу та 2 тис. од. медичної форми на місяць. Фабрика освоїла 159 видів продукції та щомісяця оновлює асортимент, збут здійснює через Інтернет.

Експерти впевнені, що експорт українських товарів до ЄС і надалі буде розвиватись. Українська продукція набагато дешевша та в багатьох випадках – більш екологічно чиста, що важливо для європейського споживача.

Ще один напрям, який демонструє за останні роки значне зростання на міжнародному ринку, це – комунікаційні та ІТ-послуги, обсяг яких збільшився із \$110 млн дол. у 2003 р. до \$3,6 млрд дол. у 2017 р. За результатами 2017 р., 12 українських компаній потрапили в рейтинг 100 кращих постачальників послуг аутсорсингу [12]. ІТ-галузь займає друге місце за рівнем експорту послуг (після транспортних). До переваг сектора можна віднести: здатність українських ІТ-компаній створювати складні продукти; високий рівень освіти фахівців; невисокі витрати на організацію та ведення бізнесу. Сектор має перспективи зростання вдвічі до 2020 р. за умови злагодженої взаємодії представників влади та бізнесу.

Прийнята в 2017 р. КМУ Експортна стратегія України на 2017–2021 рр. має за мету перехід України до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку й успішного виходу на світові ринки. Експортна стратегія визначає чіткі цілі та пріоритетні напрями підвищення конкурентоспроможності українського експорту [13]: 1) Створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту; 2) Розвиток послуг із підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема МСП; 3) Зміцнення навичок і компетенцій підприємств, зокрема МСП, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

18 вересня 2018 р. відбулася презентація Експортного бренду України (рис. 4), за допомогою якого пла-

нується підвищення впізнаваності та активізація просування українських товарів і послуг на міжнародних ринках [14].



**Рис. 4. Експортний бренд України, презентований 18.09.2018 р.**

За умови правильного використання бренд підвищить репутацію України як надійної та конкурентоспроможної країни-експортера.

Експортний бренд базується на бренді Ukraine Now [15], що відповідає політиці держави створювати стійкий емоційний та візуальний зв'язок між різними галузями та секторами. Бренд країни та Експортний бренд мають спільну тему, однак різні практичні завдання. Ukraine Now – загальний бренд країни, що формуватиме імідж України та українців у світі через комунікацію повідомлень про загальнонаціональні цінності, якість життя, інвестиційні можливості, культуру і туризм. Експортний бренд України презентує Україну як вигідного торгового партнера, що продає якісну, автентичну, інноваційну та креативну продукцію. До Експортного бренду висуваються також суттєві практичні вимоги. По-перше, Експортний бренд має передбачати виключно високий рівень адаптивності до галузі і товару. По-друге, він повинен працювати для брендування всіх типів виставкових площ: від найбільших і найдорожчих національних павільйонів до найменших виставкових стендів окремих виробників. По-третє, Експортний бренд має з часом трансформуватися у національну відзнаку якості «Made in Ukraine».

**В**ідповідно, українські експортери презентуватимуть Україну у світі системно й послідовно, забезпечуючи: єдине візуальне брендування експортерів на міжнародних ЕКСПО та галузевих виставках; послідовну комунікацію основних повідомлень Експортного бренду та характеристик українських товарів через маркетингові заходи; систематичне інформування про можливості, конкурентні переваги експортоорієнтованих галузей України.

## ВИСНОВКИ

Протягом останніх років конкурентоспроможність української продукції на зовнішніх ринках зростає. Та нові експортні ринки лише частково компенсували втрату традиційних для України. Значна частина з них має потенціал для розширення присутності українських товарів і послуг, особливо ринки таких країн, як ЄС, Китай, Японія, США, Канада, ЄАВТ, а також Азії та Африки. Трансформація зовнішньої торгівлі України відбулася після набуття членства в Світовій організації торгівлі та укладення Угоди з Європейським Союзом про зону вільної торгівлі. ЄС є сьогодні найбільшим торговельним партнером України. Експерти впевнені, що експорт українських товарів до ЄС має гарні перспективи, адже

вони – набагато дешевші та в багатьох випадках – екологічно чистіші, що важливо для європейського споживача. Та на сьогодні структура експорту – переважно сировинна, – найбільша питома вага належить продукції: АПК та харчової промисловості; металургійного комплексу; машинобудування; мінеральним продуктам. Водночас активно розвивається вітчизняна легка промисловість, транспортні, комунікаційні та ІТ-послуги.

У 2017 р. була прийнята Експортна стратегія України на 2017–2021 рр., що має за мету перехід України до експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку й успішного виходу на світові ринки. У вересні 2018 р. презентовано Експортний бренд України, за допомогою якого планується підвищення впізнаваності та активізація просування українських товарів і послуг на міжнародних ринках. Для подальшого активізування вітчизняного експорту необхідна ефективна регуляторна політика, адекватні стимули для залучення інвестицій, скоординоване управління, покращення в транспортному секторі тощо. ■

#### ЛІТЕРАТУРА

1. Тимошенко Н. Ю., Сологуб О. О. Аналіз експортно-імпоротної діяльності промислових підприємств України. *Молодий вчений*. 2017. № 6. С. 511–514.
2. Нездойминога О. Є. Розвиток експорту аграрної продукції в Україні. *Економіка та суспільство: електрон. наук. фах. вид.* 2017. Вип. 13. С. 108–113. URL: <http://economyandsociety.in.ua/journal-13/20-stati-13/1427-nezdojminoga-o-e>
3. Замроз М. В. Особливості формування експортного потенціалу харчової промисловості України в умовах євроінтеграції. *Ефективна економіка*. 2018. № 11. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6703>
4. Горбаль Н. І., Грудинський Ю. В., Руда М. В. Євроінтеграція у системі чинників забезпечення КСП України. *Економіка та суспільство: електрон. наук. фах. вид.* 2017. Вип. 13. С. 50–56. URL: <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-13>
5. Товарна структура зовнішньої торгівлі у січні–жовтні 2018 року. URL: [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/tsztt/tsztt\\_u/tsztt1018\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt1018_u.htm)
6. Аналіз тенденцій зовнішньої торгівлі товарами України за регіонами і товарними групами / Національний банк України. URL: <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=50356637>
7. Експорт товарів з України за перші 7 місяців 2018 року зріс на 12,7 % // Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/eksport-tovariv-z-ukrayini-za-pershi-7-misyaci-2018-roku-zris-na-12>
8. International Trade In Goods // Eurostat. URL: <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods/data/main-tables>
9. Оприлюднено ТОП-10 товарів аграрного експорту з України до ЄС. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/news/obnarodovan-top-10-tovariv-agrarnogo-eksporta-1547735335.html>
10. EU Trade Helpdesk. Statistics. URL: <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/statistics>
11. Історія успіху // Євроінтеграційний портал. URL: <https://eu-ua.org/istorii-uspikhu>
12. The 2017 Global Outsourcing 100. URL: <https://www.iaop.org/Content/19/165/4701>

13. Розпорядження КМУ «Про схвалення Експортної стратегії України на 2017–2021 роки» від 27.12.2017 № 1017-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p>

14. Відбулася презентація Експортного бренду України. URL: <http://i-ua.tv/index.php?newsid=14280>

15. Ukraine NOW. Новий брендинг України. URL: <http://banda.agency/ukrainenow/>

#### REFERENCES

- “Analiz tendentsii zovnishnyoi torhivli tovaramy Ukrainy za rehionamy i tovarnymy hrupamy” [Analysis of trends of foreign trade in goods of Ukraine by regions and product groups]. Natsionalnyi bank Ukrainy. <https://bank.gov.ua/doccatalog/document?id=50356637>
- “Eksport tovariv z Ukrainy za pershi 7 misiatsiv 2018 roku zris na 12,7%” [Exports of goods from Ukraine during the first 7 months of 2018 increased by 12.7%]. Kabinet Ministriv Ukrainy. <https://www.kmu.gov.ua/ua/news/eksport-tovariv-z-ukrayini-za-pershi-7-misyaci-2018-roku-zris-na-12>
- “EU Trade Helpdesk. Statistics”. <http://trade.ec.europa.eu/tradehelp/statistics>
- Horbal, N. I., Hrudynskyi, Yu. V., and Ruda, M. V. “Yevrointehratsiia u systemi chynnykiv zabezpechennia KSP Ukrainy” [Euro integration in the system of factors of providing PCB of Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2017. <http://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal-13>
- “International Trade In Goods”. Eurostat. <http://ec.europa.eu/eurostat/web/international-trade-in-goods/data/main-tables>
- “Istorii uspikhu” [Success stories]. Yevrointehratsiinyi portal. <https://eu-ua.org/istorii-uspikhu>
- [Legal Act of Ukraine] (2017). <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1017-2017-p>
- Nezdoimynoha, O. Ye. “Rozvytok eksportu ahrarnoi produktsii v Ukraini” [Development of export of agrarian products in Ukraine]. *Ekonomika ta suspilstvo*. 2017. <http://economyandsociety.in.ua/journal-13/20-stati-13/1427-nezdojminoga-o-e>
- “Opryliudneno TOP-10 tovariv aharnoho eksportu z Ukrainy do YeS” [The TOP-10 goods of agrarian export from Ukraine to the EU have been published]. <https://www.rbc.ua/ukr/news/obnarodovan-top-10-tovariv-agrarnogo-eksporta-1547735335.html>
- “The 2017 Global Outsourcing 100”. <https://www.iaop.org/Content/19/165/4701>
- “Tovarna struktura zovnishnyoi torhivli u sichni-zhovtni 2018 roku” [Commodity structure of foreign trade in January-October 2018]. [http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/tsztt/tsztt\\_u/tsztt1018\\_u.htm](http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2018/zd/tsztt/tsztt_u/tsztt1018_u.htm)
- Tymoshenko, N. Yu., and Solohub, O. O. “Analiz eksportno-impornoi diialnosti promyslovykh pidpriemstv Ukrainy” [Analysis of export-import activity of industrial enterprises of Ukraine]. *Molodyi vchenyi*, no. 6 (2017): 511–514.
- “Ukraine NOW. Novyi brendynh Ukrainy” [Ukraine NOW. New branding of Ukraine]. <http://banda.agency/ukrainenow/>
- “Vidbulasia prezentatsiia Eksportnoho brenda Ukrainy” [The presentation of the Export brand of Ukraine took place]. <http://i-ua.tv/index.php?newsid=14280>
- Zamroz, M. V. “Osoblyvosti formuvannia eksportnoho potentsialu kharchovoi promyslovosti Ukrainy v umovakh yevrointehratsii” [Features of the formation of the export potential of the food industry of Ukraine in the conditions of European integration]. *Efektivna ekonomika*. 2018. <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=6703>