

## КОНКУРЕНТНІ ПОЗИЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКОМУ РИНКУ

*Анотація.* У статті доведено, що сьогодні, відбулася зміна географічної структури українського експорту на користь збільшення його обсягів до країн ЄС. Однак, не зважаючи на те, що ЄС є найбільшим торговим партнером України, наша країна займає лише 1% торгового ринку ЄС. Підписання Україною Угоди про асоціацію з Європейським Союзом та його державами-членами відкрило широкі інтеграційні перспективи перед нашою державою, але не забезпечило достатнього рівня конкурентоспроможності вітчизняним підприємствам. Відзначається, що управління міжнародною конкурентоспроможністю на українських підприємствах повинно сприяти покращенню основних якісних характеристик товарів, що дозволить зайняти гідні позиції на європейському ринку. Автором підкреслено, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на європейському ринку, вітчизняним підприємствам необхідно не тільки володіти конкурентним перевагами на національному ринку, ефективно використовувати всі свої ресурси та можливості, підвищувати рівень технологічності товарів, а й отримувати міжнародні сертифікати якості продукції.

У статті наголошується на тому, що для забезпечення умов, які б сприяли підвищенню рівня конкурентоспроможності українських підприємств на європейських ринках, необхідно у рамках загальнонаціональної програми сформувати відповідний пакет заходів, спрямований на фінансове, інвестиційно-інноваційне та інтелектуальне

---

<sup>1</sup> кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри економіки та міжнародних економічних відносин Маріупольського державного університету.

забезпечення необхідних змін в економіці та приведення у відповідність (гармонізацію) національних стандартів вимогам ЄС, усунення розбіжностей між торговельним режимом ЄС та режимом встановленим Угодою про асоціацію.

**Ключові слова:** конкурентоспроможність підприємства, промислова продукція, агропромислова продукція, Європейський Союз, інновації, Угода про асоціацію

**Annotation.** We prove that geographical structure of Ukrainian export has changed to the increasing of its total to the EU countries. However, despite the fact the EU is the largest trading partner of Ukraine, our country's export total occupies only 1% of the EU trade market. The Ukraine–European Union Association Agreement opens up the integration prospects for our state, but does not ensure the sufficient level of competitiveness for our domestic enterprises. It is noted the Ukrainian enterprises' international competitiveness management should as it will allow to take a decent position in the European market. It was emphasized that to ensure a stable competitive position of Ukrainian goods in the EU market, domestic enterprises need not only to have competitive advantages in the national market, effectively use all their resources and capabilities, improve the level of manufacturability of goods, but they should also collect international of product quality certificates.

It is underlined that to ensure the increasing level of competition conducive for Ukrainian enterprises in EU market, it is necessary to work out the national program to form an appropriate financial, investment-innovative and intellectual package to support the necessary changes in the economy and for conditioning Ukrainian standards to EU requirements. That will resolve differences between the EU trade regime and the regime established by Ukraine–European Union Association Agreement

**Keywords:** *enterprise competitiveness, industrial products, agro-industrial products, European Union, innovations, Ukraine–European Union Association Agreement.*

**Аннотация.** *В статье доказано, что сегодня, произошло изменение географической структуры украинского экспорта в сторону увеличения его объемов в страны ЕС. Однако, несмотря на то, что ЕС является крупнейшим торговым партнером Украины, наша страна занимает лишь 1% торгового рынка ЕС. Подписание Украиной Соглашения об ассоциации с Европейским Союзом и его государствами-членами открыло широкие интеграционные перспективы перед нашим государством, но не обеспечило достаточного уровня конкурентоспособности отечественных предприятий. Автором отмечается, что управление международной конкурентоспособностью на украинских предприятиях должно способствовать улучшению основных качественных характеристик товаров, что позволит занять достойные позиции на европейском рынке. Автором подчеркнуто, что для обеспечения устойчивых конкурентных позиций на европейском рынке, отечественным предприятиям необходимо не только обладать конкурентными преимуществами на национальном рынке, эффективно использовать все свои ресурсы и возможности, повышать уровень технологичности товаров, но и получать международные сертификаты качества продукции.*

*В статье отмечается, что для обеспечения условий, способствующих повышению уровня конкурентоспособности украинских предприятий на европейских рынках, необходимо в рамках общенациональной программы сформировать соответствующий пакет мер, направленный на финансовое, инвестиционно-инновационное и интеллектуальное обеспечение необходимых изменений в экономике, приведение в соответствие (гармонизацию) национальных стандартов*

*требованиям ЕС, устранение разногласий между торговым режимом ЕС и режимом установленным Соглашением об ассоциации.*

**Ключевые слова:** конкурентоспособность предприятия, промышленная продукция, агропромышленная продукция, Европейский Союз, инновации, Соглашение об ассоциации.

**Постановка проблеми.** Конкурентоспроможність, як багаторівневе комплексне явище завжди була і залишається ваговою складовою формули успіху будь-якого підприємства. Кожне підприємство, незважаючи на галузеву приналежність, досить ретельно і систематично займається дослідженням чинників, що впливають на рівень його конкурентоспроможності як на внутрішньому так і на зовнішніх ринках. Питання міжнародної конкурентоспроможності є досить актуальним для тих українських підприємств, сфера торговельної та виробничої діяльності яких розповсюджується на зарубіжні країни. При цьому, ключову роль у забезпеченні конкурентоспроможності продукції та послуг відіграє зовнішньоекономічна діяльність підприємства, функція якої як фактора економічного зростання в новітніх умовах постійно зростає.

**Мета статті.** Стаття має на меті розглянути теоретичні і практичні аспекти управління міжнародною конкурентоспроможністю українських підприємств в умовах реалізації положень Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблема конкурентоспроможності підприємства є об'єктом ґрунтовного і поглибленого вивчення широкого кола як зарубіжних, так і вітчизняних учених економістів. Основою досліджень теоретичних та практичних аспектів конкурентоспроможності виступають праці таких вчених, як І. Ансофф [1], М. Портер [2], А. Стрікленд [3], А. Томпсон [3], Дж. М. Хіггінс [4], Х. Виссем [5], Г. Азоев [6], Л. Балабанова [7], В. Геєць [8], І.

Піддубний [9], І. Должанський [10], І. Сіваченко [11], Р. Фатхудинов [12] та ін.

Важливі аспекти формування та розвитку теоретичної, методичної і практичної бази для управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємств в умовах становлення ринкових відносин та формування зони вільної торгівлі в рамках асоціації між Україною та Європейським Союзом потребують подальших досліджень.

#### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

Конкурентоспроможність в першу чергу характеризує можливість або спроможність підприємства використовувати свої порівняльні переваги у виробництві і реалізації товарів або послуг по відношенню до виробників і постачальників подібних товарів і послуг. Можливість підприємства конкурувати на певному товарному ринку залежить насамперед від конкурентоспроможності товару, тобто ефективності використання наявних трудових, матеріальних і фінансових ресурсів.

Для оцінки рівня міжнародної конкурентоспроможності українських підприємств доцільно визначити їх позиції на європейському ринку.

Найбільш передбачуваним підсумком 2016 року для вітчизняної зовнішньої торгівлі є той факт, що ЄС продовжує закріплюватися у ролі головного торговельного партнера України. Так, експорт товарів до ЄС зріс за відповідний період на 49,3% і тепер становить 37,2% від загального обсягу експорту (табл. 1). Імпорт, хоча й зростає меншими темпами – 40%, – однак, досяг позначки 43,97 % в структурі українського імпорту з тенденцією до зниження. Тому очевидним є те, що відбувається зміна географічної структури українського експорту на користь збільшення його обсягів до країн ЄС. Однак, не зважаючи на те, що ЄС є найбільшим торговим партнером України, наша країна займає лише 1% торгового ринку ЄС.

**Питома вага країн світу у загальних обсягах торгівлі товарами  
України, % [13]**

Рік	Країни світу за регіонами						
	Країни ЄС (28)	Країни СНД	Азія	Африка	Америка	Європа, окрім ЄС	Австралія і Океанія
<b>Експорт</b>							
2012	24,9	36,8	25,7	3,8	3,8	0,4	0,07
2013	26,5	34,9	26,6	3,4	3,4	0,5	0,06
2014	31,6	27,6	28,5	2,5	2,5	0,2	0,04
2015	34,2	20,5	32,5	2,1	2,1	0,6	0,04
2016	37,2	16,6	32,6	2,0	2,0	0,8	0,05
Показники зростання, %	49,3	-54,9	26,8	-47,4	-47,4	100	-28,6
<b>Імпорт</b>							
2012	31,0	40,7	20,2	1,0	5,2	1,6	0,2
2013	35,2	36,3	19,8	1,0	5,6	2,0	0,1
2014	38,7	31,8	19,9	1,3	5,6	2,4	0,3
2015	40,9	28,0	19,3	1,6	6,2	3,6	0,5
2016	43,7	21,8	22,7	1,4	6,6	3,4	0,3
Показники зростання, %	40,9	-46,5	12,3	40	26,9	106,2	50

Отже, режим вільної торгівлі зміцнив структурні тенденції, які наростали в торгівлі Україна - ЄС в останні роки під загальним вектором – сировина в обмін на машини.

В сучасних умовах товари з України є відносно конкурентоспроможними лише на ринках сировини і напівфабрикатів, про що свідчить аналіз товарної структури експорту з України в країни ЄС. З огляду на це, дуже важливим є виявлення причин низької конкурентоспроможності вітчизняних виробників на ринках країн ЄС для подальшої розробки заходів щодо поліпшення кількісних і якісних показників експорту.

Згідно з проведеними розрахунками, Україна залишається чистим експортером сільськогосподарської продукції. Коефіцієнт покриття імпорту експортом в групі сільськогосподарських товарів (коди 1-24 УКТ ЗЕД) перевищує 200%. Аналіз регіональної структури експорту України за результатами на кінець 2016 р. демонструє, що вітчизняний експорт

сільськогосподарської продукції переважно спрямований на азійський ринок (приблизно 43%), у той час, коли на країни ЄС доводиться 32% експорту вітчизняних сільськогосподарських товарів. Тут варто підкреслити, що в результаті геополітичного вибору України переорієнтації вітчизняного експорту суттєво не відбулося. Помилково стверджувати, що ринок ЄС компенсував втрату, наприклад, ринку Російської Федерації, оскільки на російський ринок Україна експортувала в основному продукцію важкого, легкого машинобудування, а в країни ЄС – аграрну продукцію. Основні обсяги поставок до ЄС Україна забезпечує за рахунок товарів агропромислових підприємств, а саме: зернових і олійних культур, а також соняшникової олії та макухи. У свою чергу, Україна імпортує з ЄС зернові культури, насіння олійних, какао-боби і шоколад, різні харчові продукти, спирт і алкогольні напої, відходи переробної промисловості та тютюнові вироби. Структура економіки України в 2016 році порівняно з 2015 роком значно змінилася. Частка сільського господарства у ВВП зросла з 9% до 12%. Тобто, роль агрокомплексу значно підвищилася. І тут важливо відзначити, що це не тільки завдяки вирощуванню зернових, а й — тваринництву, харчовій промисловості, роздрібним мережам, експорту, який формує приплив валютного виторгу. Якщо дивитися на структуру українського експорту за 2016 рік (за даними Держстату, 36,36 млрд. дол. США), то впливає така карта експортних продуктів. Велику частку в структурі зовнішніх продаж групи зернових займають: пшениця (33%, 2,72 млрд. дол. США, 17,92 млн. т), кукурудза (33%, 2,65 млрд. дол. США, 17,28 млн. т) і ячмінь (8,2%, 0,66 млрд. дол. США, 4,8 млн. т). У масложировому експорті 93% припадає на соняшкову олію.

В цілому, якщо брати за основу весь експорт сільськогосподарської продукції та продуктів її переробки, то у 2016 році цей показник склав 42%. Ліва частина — це зернові та соняшникова олія. Для

порівняння, у 2013 році частка продукції агропромислових підприємств становила всього 26,8%, а в 2007 році — 9,3% [18].

Велика Британія є «фокусним ринком» для українського експорту згідно з Експортною стратегією України. У структурі експорту товарів з України до Великої Британії переважали поставки неблагородних металів – 43 %, продукції агропромислового комплексу (гр. 1-24 УКТЗЕД) – 40 %, устаткування – 6 %, деревини – 3 %. У структурі імпорту товарів з Великобританії до України переважали поставки хімічної продукції – 23%, у т.ч. фармацевтичної продукції – 10%, наземних засобів транспорту – 21%, устаткування – 17%, палива мінерального – 15%, харчової продукції – 7%

До Німеччини експортується не тільки насіння (13,2%), руда (7,5%), метали (5,1%) і вироби з них (5,3%), але і одяг (7,9%), деревина і вироби з неї (5,9%). Особливо добре в на ринку Німеччини продаються українські кабелі для автопромисловості та інші деталі з кольорових металів (22,7%). [14]. До Польщі експортуються чорні метали (16,5%), дроти (11,8%), залізна руда для місцевої металургії (10,7%), деревина та вироби з неї (8,1%) і меблі (7,2%).

Польща і Німеччина продають Україні російський газ й інші мінеральні продукти (16,4% і 16,7% відповідно), а також продукцію машинобудування (8,9% і 17,5%), електричні машини (8,6% і 6,6%) і різний наземний транспорт, за винятком залізничного (5% і 14,4%). Крім того, з Німеччини завозять пластмаси і полімери (5,9%), фармацевтику (5,6%) і хімію (4,6%) [14]. Особливість торгівлі з Нідерландами обумовлюється тим, що це європейський офшор. До Нідерландів Україна наростила поставки зернових, насіння олійних культур і м'яса [15]. В абсолютних цифрах це небагато, проте така динаміка показує, наскільки мінливий експорт обмеженої номенклатури сировинних товарів. Крім перерахованих вище позицій, соняшникової олії і чорних металів, в Нідерланди Україна фактично більше нічого не експортує. Серед інших



країн-членів ЄС активність у зовнішній торгівлі, зокрема експорті, проявляє Швейцарія. Імпорт з Швейцарії майже повністю (на 77,8%) складається з російського газу. Така структура зовнішньоторговельних відносин між Україною та ЄС тільки підкреслює наявність асиметричності у взаєминах через доволі низьку конкурентоспроможність українських підприємств.

Низькі конкурентні позиції українських підприємств на європейському ринку підтверджуються низкою перешкод в аграрному секторі економіки, серед яких [16].

- низька ефективність галузі порівняно з іншими країнами характеризує істотний спад рентабельності основних видів продукції сільськогосподарства України, що є загрозою для продовольчої безпеки;
- структура українського експорту не відповідає попиту країн ЄС на сільськогосподарську продукцію;
- значна кількість сільськогосподарської продукції (близько 60%) виготовляється дрібними індивідуальними домогосподарствами, які обмежені фінансовими, матеріальними, технологічними, інформаційними ресурсами.

Ще однією важливою складовою низьких конкурентних позицій переважної більшості сільськогосподарських підприємств України на європейському ринку є негармонізованість національних та європейських стандартів, через що українські виробники були фактично усунені від участі в торгах на ринках аграрної продукції інших країн. Чимало українських підприємств не мають міжнародних сертифікатів якості. Найбільшу частку вітчизняної агропромислової продукції, яка не завжди відповідає стандартам якості та вимогам щодо безпеки в рамках угод СОТ та ЄС, виробляють дрібні домогосподарства. За даними Української аграрної конфедерації, лише 7% українських виробників отримали міжнародні сертифікати якості ISO і HACCP [16].

Проте, Голова Державної служби України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів під час Українського інноваційного агропромислового форуму, який відбувся в рамках XXVIII Міжнародної агропромислової виставки «АГРО 2016», наголосив, що у переважній більшості випадків українська продукція за показниками безпеки та якості не поступається продукції, яка виробляється у Європі.

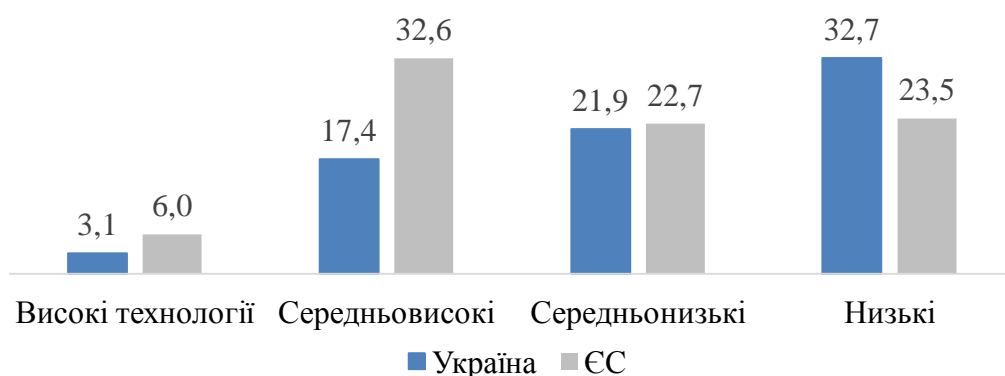
Він зауважив, що проблема полягає у тому, щоб переконливо донести інформацію щодо безпеки продукції до міжнародних партнерів. Для того, щоб подати заявку на експорт до ЄС м'яса великої рогатої худоби, потрібно впровадити в Україні програму моніторингу, прогнозування і оцінки ризику появи губчастоподібної енцефалопатії ВРХ, вартістю 35 млн. грн. в рік. Через існуючі фінансові обмеження процес визнання української продукції на закордонних ринках збуту фактично затримується [17].

Розглядаючи перспективи експорту високотехнологічної продукції з України в країни ЄС, слід зазначити, що на сьогоднішній момент більшість вітчизняної продукції є неконкурентоспроможною на європейських ринках збуту через використання застарілих технологій.

Рівень конкурентоспроможності продукції все більше визначається швидкістю впровадження технологічних новацій і гарантіями якості. Для України (з її відсталою технологічною базою) така трансформація пріоритетів представляє серйозну проблему. Нарощування та ефективне використання інноваційного потенціалу є найбільш вагомим чинником, що зумовлює довгостроковий тренд конкурентоспроможності національної економіки. Водночас, у структурі українського експорту промислової продукції впродовж останнього двадцятирічного періоду не відбулося якісних структурних зрушень у напрямі підвищення рівня його технологічності, частка висотехнологічної продукції не перевищує 3,1%. Основним покупцем української висотехнологічної продукції є Росія, яка

навіть за умов гострого політичного конфлікту з Україною продовжує посідати перше місце у переліку країн, до яких експортується зазначена продукція [18]. Питома вага середньо високотехнологічної продукції в Україні також не демонструє тенденції до зростання і складає 17,4%, у той час, в країнах ЄС на подібну продукцію приходиться більше третини усієї промислової продукції.

На частку низькотехнологічних та середньо низькотехнологічних виробництв в Україні припадає дві третини від загального обсягу експортних поставок промислової продукції. В останні роки простежується тенденція до збільшення питомої ваги низькотехнологічних виробництв (32,7%), за рахунок скорочення частки середньо низькотехнологічних, що пов'язано із зменшенням експорту продукції металургійного виробництва (рис. 1).



**Рис. 1 Структура промисловості за рівнем технологічності виробництва, %.**

З країн ЄС найбільшим покупцем високотехнологічної української продукції є лише Угорщина, але в останні роки її вагомість як імпортера знижується. Натомість зростають позиції Китаю, Куби, Узбекистану [19].

З кожним роком Україні все складніше наздогнати розвинені країни, адже частка високотехнологічної продукції в українському виробництві поступово знижується. За показниками експорту високотехнологічної продукції ми відстаємо від Польщі майже у 8 разів. [18]. Введення

технологічних інновацій в процес виробництва для українських підприємств вимагає значних фінансових коштів на закупівлю обладнання, нематеріальних активів та перекваліфікації персоналу, і це лише в разі, якщо підприємства не займаються власними науково-технічних розробками, оскільки тоді процес введення інновацій вимагає не тільки фінансових витрат, але і витрат часу. Разом з тим, для тих підприємств, які використовують у виробництві інновації, вихід на ринки країн ЄС ускладнений через присутність значної конкуренції на нішах ринків, зайнятих місцевими виробниками.

Ще одним вагомим чинником підвищення рівня конкурентоспроможності українських виробників на європейських ринках є не тільки підвищення якості та інноваційності продукції, а й усунення розривів виділених у частині зближення національного законодавства України з нормами ЄС відносно застосування технічних бар'єрів у торгівлі, санітарних і фітосанітарних заходів, а також влагодження питань митного регулювання.

**Висновки.** Отже, управління міжнародною конкурентоспроможністю на українських підприємствах повинно сприяти покращенню основних якісних характеристик товарів, що дозволить зайняти гідні позиції на європейському ринку. Необхідно підкреслити, що для забезпечення стійких конкурентних позицій на європейському ринку, підприємствам необхідно не тільки володіти конкурентним перевагами на національному ринку, ефективно використовувати всі свої ресурси та можливості, підвищувати рівень технологічності товарів, а й отримувати міжнародні сертифікати якості продукції. Перешкодами в аграрному секторі економіки, які лише закріплюють низькі конкурентні позиції українських підприємств на європейському ринку є низька ефективність аграрного сектору економіки України порівняно з іншими країнами, не відповідність попиту країн ЄС структурі пропозиції українського експорту сільськогосподарської продукції, обмеженість у фінансових, матеріальних,

технологічних, інформаційних ресурсах дрібних індивідуальних домогосподарств, які виготовляють близько 60% сільськогосподарської продукції.

Запорукою успішного функціонування підприємств є формування стратегії розвитку. Говорячи про сучасний стан конкурентоспроможності більшості вітчизняних підприємств слід констатувати їх неспроможність успішно конкурувати з європейськими компаніями. Тому необхідно у рамках загальнонаціональної програми сформувати відповідний пакет заходів, спрямований на фінансове, інвестиційно-інноваційне та інтелектуальне забезпечення необхідних змін в економіці та приведення у відповідність (гармонізація) національних стандартів вимогам ЄС, усунення розбіжностей між торговельним режимом ЄС та режимом встановленим Угодою про асоціацію. Це сприятиме успішному входженню України до європейського ринку і досягненню на ньому високого рівня міжнародної конкурентоспроможності вітчизняних підприємств.

#### **Список використаних джерел:**

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия / И. Ансофф. – СПб.: Изд-во "Питер", 1999. - 416 с.
2. Портер М. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость; пер. з англ. / М. Портер. – 3-е изд. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2008. – 715 с.
3. Томпсон А. А. Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: учебник для вузов: пер. с англ. / А. А. Томпсон, А. Д. Стрикленд; пер. под ред. Л. Г. Зайцева, М. И. Соколовой. – М.: ЮНИТИ, 1998. - 576 с.
4. Higgs J. M. Organizational Policy and Strategic Management : Text and Cases/J. M. Higgs. - 2nd ed. - Homewood : Richard D. Irwin, 1983. - P. 3-56.

5. Виссема Х. Менеджмент в подразделениях фирмы (предпринимательство и координация в децентрализованной компании): пер. с англ. / Х. Виссема. – М.: ИНФРА–М, 1996. – 288 с.
6. Азоев Г. Л. Конкурентные преимущества фирмы. Учебное пособие. / Г. Л. Азоев, А.П. Челенков. – М.: Типография "Новости", 2000. – 255 с.
7. Балабанова Л.В. Управління конкурентоспроможністю підприємств на основі маркетингу: монографія [Текст] /Л.В. Балабанова, А.В. Кривенко. – Донецьк: Дон ГУЕТ ім. Туган-Барановського, 2004. – 147 с.
8. Геєць В.М. Пріоритети національного економічного розвитку в контексті глобалізаційних викликів: монографія: у 2 ч. – Ч. 1 / за ред. В.М. Геєця, А.А. Мазаракі. – К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2008. – 389 с.
9. Піддубний І. О. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства: Навчальний посібник / За ред. проф. І. О. Піддубного. – Х.: ВД "ІНЖЕК", 2004. – 264 с.
10. Должанський І.З. Конкурентоспроможність підприємства: [навчальний посібник] / І.З. Должанський, Т.О. Загорна. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 384 с.
11. Управління міжнародною конкурентоспроможністю підприємства (організації): навчальний посібник / ред. І. Ю. Сіваченко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 186 с.
12. Фатхутдинов Р. А. Конкурентоспособность: экономика, стратегия, управление: учебное пособие / Р. А. Фатхутдинов. – М.: ИНФРА–М. – 2000. – 312 с.
13. Динаміка географічної структури зовнішньої торгівлі товарами / Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
14. Зовнішня торгівля окремими видами товарів за країнами світу / Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

15. Географічна структура зовнішньої торгівлі товарами / Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>

16. Пазізіна С. Гармонізація українських стандартів якості з європейськими як механізм підвищення конкурентоспроможності продукції агропромислового комплексу [Електронний ресурс] / С. Пазізіна, К. Пазізіна. // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. – Вип. 19, ч. 1. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://unmsm.tneu.edu.ua/index.php/unmsm/article/view/170>

17. Володимир Лапа: Якість української продукції не поступається європейській // Офіційний сайт Міністерства аграрної політики та продовольства України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://minagro.gov.ua/node/21560>

18. У 2016 році агросектор забезпечив понад 28% надходжень валюти. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [agropolit.com/interview/278-andriy-shevchishin-u-2016-rotsi-agrosektor-zabezpechiv-ponad-28-nadhodjen-valyuti](http://agropolit.com/interview/278-andriy-shevchishin-u-2016-rotsi-agrosektor-zabezpechiv-ponad-28-nadhodjen-valyuti)

19. Шинкоренко Т.П. Структурні диспропорції українського експорту товарів до країн ЄС та напрями їх подолання / Т.П. Шинкоренко, О.Г. Білоцерківець. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/%D0%A8%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE\\_%D0%91%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C-2015.doc.pdf](http://ief.org.ua/wp-content/uploads/2015/11/%D0%A8%D0%B8%D0%BD%D0%BA%D0%BE%D1%80%D0%B5%D0%BD%D0%BA%D0%BE_%D0%91%D1%96%D0%BB%D0%BE%D1%86%D0%B5%D1%80%D0%BA%D1%96%D0%B2%D0%B5%D1%86%D1%8C-2015.doc.pdf). – С. 1-19.

20. Економічні тенденції та прогноз на 2017 рік. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://icps.com.ua/ekonomichnyy-analiz-ekonomichni-tendentsiyi-ta-prohnoz-na-2017-rik/>

21. Україна-2016: здобутки і проблеми на шляху трансформації Прогнози-2017. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://razumkov.org.ua/uploads/article/2016-2017\\_Pidsumky.pdf](http://razumkov.org.ua/uploads/article/2016-2017_Pidsumky.pdf)