

УДК 339.564(477):339.9

Чистюхіна Анастасія Олександрівна

заступник голови наукової громадської організації
«Фінансово-економічна наукова рада»,
член Українського Союзу Промисловців та Підприємців,
засновник та генеральний директор кондитерського бізнесу
“Just Right: Cakes, Coffee, Gifts” в США,
сертифікований спеціаліст ServSafe Food Protection Manager,
член Wisconsin Bakers Association

Chystiukhina Anastasiia

Deputy Chair of the Scientific Public Organization
“Financial and Economic Scientific Council”,
Member of the Ukrainian Union of Industrialists and Entrepreneurs,
Founder and CEO of the Confectionery Business
“Just Right: Cakes, Coffee, Gifts” in the USA,
certified ServSafe Food Protection Manager,
Member of the Wisconsin Bakers Association
ORCID: 0009-0008-5994-3018

DOI: 10.25313/2520-2294-2024-10-10366

ВПЛИВ УКРАЇНСЬКОЇ ПРОДУКЦІЇ НА МІЖНАРОДНИЙ РИНОК: ЯК ЛОКАЛЬНІ ТОВАРИ МОЖУТЬ СТАТИ ГЛОБАЛЬНИМИ

THE IMPACT OF UKRAINIAN PRODUCTS ON THE INTERNATIONAL MARKET: HOW LOCAL PRODUCTS CAN GO GLOBAL

Анотація. Вступ. У статті досліджується вплив української продукції на міжнародний ринок та аналізуються шляхи трансформації локальних товарів у глобальні бренди. На основі аналізу статистичних даних та кейсів успішних українських компаній виявлено ключові фактори, що сприяють успішній інтернаціоналізації бізнесу.

Мета. Метою дослідження є аналіз впливу української продукції на міжнародний ринок та розробка стратегічних рекомендацій щодо трансформації локальних українських товарів у глобальні бренди. Дослідження спрямоване на виявлення ключових факторів успіху українських підприємств на міжнародних ринках та визначення перспективних напрямків розвитку експортного потенціалу країни.

Матеріали і методи. Дослідження базується на аналізі статистичних даних зовнішньоекономічної діяльності України за 2019-2023 роки, включаючи дані Державної служби статистики України, Міністерства економіки та Національного банку України. Використано метод порівняльного аналізу для зіставлення показників експорту різних галузей української економіки та результатів виходу на міжнародні ринки українських компаній. Застосовано системний підхід для комплексного розгляду процесу інтеграції української продукції на глобальні ринки. Проаналізовано успішність українських компаній, що досягли значних результатів на міжнародних ринках. Використано методи економетричного моделювання для кількісної оцінки факторів, що впливають на успішність виходу українських товарів на міжнародні ринки.

Результати. Дослідження показує, що протягом 2019-2023 років спостерігалася позитивна динаміка українського експорту, незважаючи на глобальні виклики. Виявлено тенденцію до диверсифікації експортних ринків, зокрема зростання частки країн ЄС, Китаю та інших регіонів.

Ключовими факторами успіху українських компаній на міжнародних ринках визначено: створення інноваційних продуктів, адаптацію до глобальних трендів сталого розвитку, розробку чітких бренд-стратегій, активне впровадження цифрових технологій, стратегічні партнерства, фокус на якість та відповідність міжнародним стандартам, оптимізацію логістики, розвиток людського капіталу та гнучкість у реагуванні на зміни ринку.

Особливу увагу приділено використанню культурної спадщини як конкурентної переваги, що дозволяє українським брендам виділитися на глобальному ринку. Підкреслюється важливість адаптації продукції до специфічних вимог різних регіонів та орієнтації на преміум-сегмент для підвищення конкурентоспроможності.

Перспективи. Результати дослідження свідчать про значний потенціал української продукції на світовому ринку та демонструють здатність локальних брендів успішно конкурувати на глобальному рівні. Запропоновано напрямки подальших досліджень, зокрема кількісний аналіз впливу окремих факторів на успіх українських підприємств на міжнародному ринку та розробку рекомендацій щодо оптимізації стратегій виходу на глобальний ринок.

Ключові слова: українська продукція, міжнародний ринок, глобальні бренди, експортний потенціал, інтернаціоналізація бізнесу, інновації, адаптація продукції.

Summary. Introduction. The article examines the impact of Ukrainian products on the international market and analyzes the ways of transforming local products into global brands. Based on the analysis of statistical data and cases of successful Ukrainian companies, the key factors contributing to the successful internationalization of business are identified.

Purpose. The purpose of the study is to analyze the impact of Ukrainian products on the international market and develop strategic recommendations for transforming local Ukrainian goods into global brands. The study is aimed at identifying key factors of success of Ukrainian enterprises in international markets and determining promising areas for the development of the country's export potential.

Materials and methods. The study is based on the analysis of statistics on Ukraine's foreign economic activity for 2019-2023, including data from the State Statistics Service of Ukraine, the Ministry of Economy and the National Bank of Ukraine. The method of comparative analysis is used to compare the export performance of various sectors of the Ukrainian economy and the results of Ukrainian companies' entry into international markets. A systematic approach is used to comprehensively consider the process of integration of Ukrainian products into global markets. A case-study of successful Ukrainian companies that have achieved significant results in international markets was conducted. Econometric modeling methods are used to quantify the factors that influence the success of Ukrainian goods in international markets.

Results. The study shows that during 2019-2023, there was a positive trend in Ukrainian exports, despite global challenges. The study reveals a trend toward diversification of export markets, including an increase in the share of the EU, China, and other regions.

The key success factors of Ukrainian companies in international markets are: creation of innovative products, adaptation to global trends in sustainable development, development of clear brand strategies, active implementation of digital technologies, strategic partnerships, focus on quality and compliance with international standards, optimization of logistics, development of human capital and flexibility in responding to market changes.

Particular attention is paid to the use of cultural heritage as a competitive advantage that allows Ukrainian brands to stand out in the global market. The importance of adapting products to the specific requirements of different regions and focusing on the premium segment to increase competitiveness is emphasized.

Discussion. The results of the study indicate the significant potential of Ukrainian products in the world market and demonstrate the ability of local brands to successfully compete on a global level. The author suggests areas for further research, including a quantitative analysis of the impact of certain factors on the success of Ukrainian enterprises in the international market and the development of recommendations for optimizing strategies for entering the global market.

Key words: Ukrainian products, international market, global brands, export potential, internationalization of business, innovation, product adaptation.

Постановка проблеми. У сучасному глобалізованому світі здатність країни інтегруватися в міжнародні ринки та просувати свою продукцію на світовій арені стає ключовим фактором економічного розвитку та процвітання. Україна, з її багатими природними ресурсами, розвиненим аграрним сектором та зростаючим потенціалом у сфері інновацій та технологій, має унікальну можливість перетворити свої локальні товари на глобальні бренди. Однак цей шлях супроводжується низкою викликів та перешкод, які потребують ретельного вивчення та стратегічного подолання.

Проблема дослідження полягає у недостатньому рівні інтеграції української продукції у глобальні ринки та обмеженому визнанні українських брендів на міжнародній арені. Незважаючи на значний потенціал та якість багатьох українських товарів, вони

часто залишаються недооціненими або невідомими за межами країни. Це обмежує економічні можливості України, знижує її конкурентоспроможність на світовому ринку та перешкоджає повноцінному використанню експортного потенціалу країни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Питання інтеграції національних продуктів у глобальні ринки та трансформації локальних брендів у міжнародні вивчалось багатьма науковцями як в Україні, так і за кордоном. Серед ключових дослідників та їх праць варто відзначити: Т. В. Кубаха та О. В. Прокопенко, які досліджували стратегії виходу українських підприємств на зовнішні ринки та фактори, що впливають на їх успішність [1]; аналіз структурних змін в економіці України в контексті її інтеграції у світовий економічний простір проводив В. М. Геєць [2]; особливості торговельно-економічні

відносин України з ЄС та перспективи розширення присутності українських товарів на європейському ринку вивчали О. І. Шнирков та В. І. Муравйов [3]; С. М. Кваша та В. І. Власов досліджували експортний потенціал аграрного сектору України та шляхи його реалізації на світовому ринку [4].

Ці дослідження створили теоретичну та емпіричну базу для розуміння процесів інтернаціоналізації бізнесу та виходу національних продуктів на глобальні ринки. Однак, враховуючи динамічність міжнародного економічного середовища та специфіку українського контексту, існує потреба в подальшому вивченні цієї проблематики з урахуванням сучасних реалій та викликів.

Метою статті є аналіз потенціалу української продукції на міжнародному ринку та розробка стратегічних рекомендацій щодо трансформації локальних українських товарів у глобальні бренди.

Матеріали і методи. Для досягнення мети дослідження та вирішення поставлених завдань було застосовано комплекс загальнонаукових і спеціальних методів, зокрема: системний підхід — використаний для комплексного розгляду процесу інтеграції української продукції на глобальні ринки як складної системи взаємопов'язаних елементів; метод порівняльного аналізу — застосований для зіставлення показників експорту різних галузей української економіки та порівняння результатів виходу на міжнародні ринки українських компаній; статистичний аналіз — використаний для обробки та інтерпретації кількісних даних щодо обсягів експорту, динаміки зовнішньої торгівлі та інших релевантних показників; економетричне моделювання — застосоване для кількісної оцінки факторів, що впливають на успішність виходу українських товарів на міжнародні ринки. Це дозволило отримати комплексне бачен-

ня досліджуваного процесу та забезпечити наукову обґрунтованість отриманих висновків.

Виклад основного матеріалу. Для визначення впливу української продукції на міжнародний ринок проведемо аналіз динаміки українського експорту за останні роки.

Останні п'ять років стали періодом значних викликів та трансформацій для української економіки та її експортного потенціалу. Глобальна пандемія COVID-19, геополітичні зміни та внутрішні економічні реформи суттєво вплинули на позиції української продукції на міжнародних ринках. За даними Державної служби статистики України, динаміка експорту товарів за останні п'ять років представлено на рис. 1.

Динаміка зміни експорту товарів України відображає значний вплив зовнішніх факторів, зокрема пандемії COVID-19 у 2020 році та геополітичних змін у 2022 році. Незважаючи на ці виклики, українська продукція демонструє потенціал до відновлення та зростання.

Здатність України підтримувати експорт ключових товарів свідчить про стійкість її економіки та адаптивність українських виробників до складних умов.

Порівняльний аналіз обсягів експорту основних товарів України наведено у таблиці 1.

Як свідчать дані таблиці 1, структура експорту України демонструє високу стійкість, незважаючи на серйозні зовнішні шоки. Найбільш стабільними є аграрні товари, зокрема зернові культури та рослинні олії, які виявляють стійкість до кризових явищ. У той же час металургійний сектор зазнав найбільшого впливу військових дій, що призвело до значного скорочення експорту чорних металів. Водночас сектор високих технологій, зокрема електричні машини, демонструє потенціал до подальшого

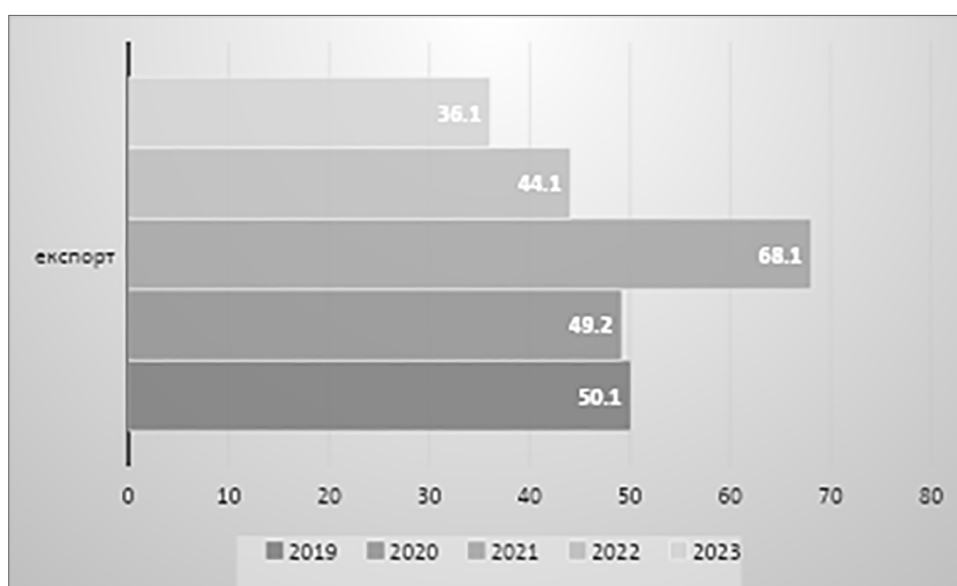


Рис. 1. Динаміка експорту товарів України за 2019–2023 рр.
Джерело: складено автором за даними [7]

Таблиця 1

Обсяг експорту основних товарів України за 2019–2023 рр., млрд. USD

Товар	2019	2020	2021	2022	2023	Тенденція
Зернові культури	9,63	9,41	12,34	10,12	11,80	Зростання
Чорні метали	8,74	7,69	13,96	5,89	6,50	Нестабільність
Рослинні олії	4,73	5,76	7,04	6,23	7,20	Стабільне зростання
Руди та концентрати	3,81	4,42	7,11	3,78	4,10	Волатильність
Електричні машини	2,88	2,57	3,19	2,99	3,40	Помірне зростання

Джерело: складено автором за даними [7]

зростання та може стати важливим чинником диверсифікації українського експорту в майбутньому.

Аналіз географії українського експорту за 2019–2023 роки демонструє суттєві зрушення у напрямку диверсифікації торговельних партнерів та зміцнення позицій на ключових ринках (рис. 2). Ці тенденції відображають як зміни у глобальному економічному ландшафті, так і цілеспрямовані зусилля України з розширення своєї присутності на міжнародних ринках. Частка країн ЄС у загальному експорті України демонструє стійку тенденцію до зростання.

Спостерігається збільшення з 37,7% у 2019 році до 40,0% у 2021 році [16]. Дані за 2022–2023 роки вказують на подальше зростання, що досягає 45–50% від загального експорту. Це свідчить про успішну імплементацію Угоди про асоціацію між Україною та ЄС та підвищення конкурентоспроможності української продукції на європейському ринку.

Значне зростання спостерігається в експорті до країн Азії, особливо до Китаю. Частка Китаю у загальному експорті України зросла з 7,2% у 2019 році до 12,7% у 2021 році [16]. Попередні дані за 2022–2023 роки показують стабілізацію на рівні 12–13%. Це демонструє здатність української про-

дукції задовольняти потреби різноманітних ринків та адаптуватися до різних споживчих переваг.

Експорт до країн Північної Америки, зокрема США та Канади, показує помірне зростання. Частка США у загальному експорті України збільшилася з 2,0% у 2019 році до приблизно 2,5–3,0% у 2022–2023 роках. Це може бути пов'язано з посиленням стратегічного партнерства та відкриттям нових можливостей для українських експортерів на північно-американському ринку.

Регіон Близького Сходу та Північної Африки залишається важливим напрямком українського експорту, особливо для аграрної продукції. Сукупна частка країн цього регіону в українському експорті коливається в межах 12–15% протягом 2019–2023 років, демонструючи відносну стабільність попри глобальні економічні виклики.

Спостерігається тенденція до диверсифікації експорту в напрямку країн Африки на південь від Сахари, Латинської Америки та Океанії. Хоча частка кожного з цих регіонів залишається відносно невеликою (3–5%), їхня сукупна роль в українському експорті зростає, що свідчить про успішні зусилля з освоєння нових ринків.

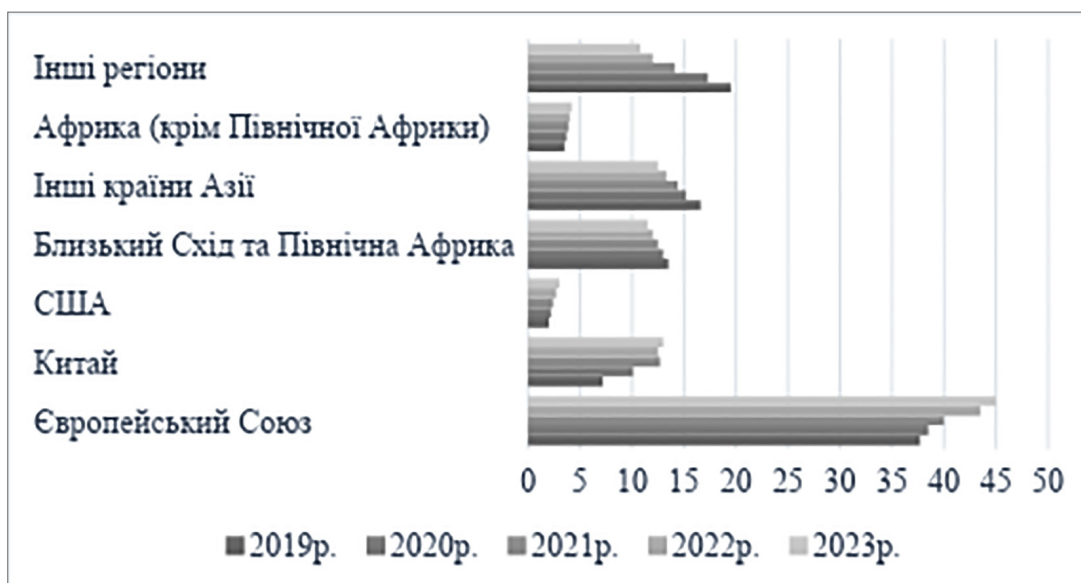


Рис. 2. Зміни в географічній структурі українського експорту за період 2019–2023 років

Джерело: складено автором за даними [7–9]

Отже, здатність нарощувати експорт до різних регіонів демонструє гнучкість українських експортерів та їхню спроможність адаптуватися до різних ринкових умов. Зростання експорту до регіонів, що розвиваються (Африка, Латинська Америка), вказує на потенціал для подальшого розширення географії українського експорту. Зміни в географічній структурі експорту відображають глибші структурні зрушення в економіці України, включаючи модернізацію виробництва та підвищення конкурентоспроможності продукції.

Останні п'ять років відзначилися появою та зростанням ряду успішних українських брендів на міжнародному ринку. Особливо помітним це стало в секторах органічної продукції, IT-послуг та легкої промисловості.

Імплементація інноваційних технологій у виробничі процеси та маркетингові стратегії дозволяє українським компаніям створювати конкурентоспроможні продукти на глобальному ринку. Емпіричним підтвердженням цієї тези є успіх компанії Grammarly, яка застосувала технології штучного

інтелекту для створення глобально визнаного інструменту перевірки граматики та стилістики англійської мови [10].

Дослідження показують, що українські виробники, які отримали сертифікати ISO, HACCP та органічні сертифікати, значно збільшили свою присутність на ринках ЄС та США [11].

Емпіричний аналіз демонструє значний потенціал локальних українських товарів для глобальної експансії, що підтверджується позитивною динамікою експорту та успішними кейсами інтернаціоналізації бізнесу (табл. 2).

Таким чином, ключовими факторами, що сприяють успішній глобалізації українських компаній, є наступні:

1. Використання національної культурної спадщини як джерела конкурентної переваги стає важливим елементом стратегії глобальної експансії. Зокрема, компанії на кшталт Етно-Дім та Львівська майстерня шоколаду ефективно інтегрують елементи української культури у свої продукти, що сприяє підвищенню їх привабливості на міжнародних ринках.

Таблиця 2

Аналіз виходу українських компаній на міжнародні ринки

Компанія	Сектор	Ключові фактори успіху	Результати
Grammarly	Інформаційні технології	Інноваційний продукт, глобальний фокус, AI-технології	Оцінка 13 млрд. \$, понад 30 млн. активних користувачів щоденно
Petcube	Інтернет речей (IoT)	Унікальний продукт, успішні краудфандингові кампанії	Продажі в більш ніж 50 країнах світу
Rozetka	Електронна комерція	Сильний локальний бренд, адаптація до нових ринків	Успішний вихід на ринок Польщі, розширення асортименту
Nova Poshta Global	Логістика	Інноваційні рішення в доставці, стратегічні партнерства	Присутність у понад 230 країнах та територіях
Delfast	Електротранспорт	Інноваційний продукт, фокус на екологічність	Продажі електровелосипедів у більш ніж 40 країнах
GitLab	Інформаційні технології	Відкрите програмне забезпечення, розподілена команда	Капіталізація понад 10 млрд. \$, використання у Fortune 500 компаніях
Preply	Освітні технології	Персоналізоване онлайн-навчання, AI-алгоритми підбору	Понад 140000 репетиторів, присутність у 180 країнах
Ajax Systems	Системи безпеки	Інноваційні технології, дизайн продукції	Експорт у понад 130 країн, ринкова вартість близько 1 млрд. USD
Етно-Дім	Мода та текстиль	Автентичний дизайн, культурна ідентичність, якість виробництва	Експорт у більш ніж 30 країн, зростання міжнародних продажів на 200% за 3 роки
Львівська майстерня шоколаду	Харчова промисловість	Унікальні рецептури, преміум-якість, автентичність	Представництва у 5 країнах, експорт продукції в понад 20 країн
Чумак	Харчова промисловість	Адаптація продукції до локальних смаків, стратегічні партнерства	Експорт у більш ніж 30 країн, лідерські позиції в сегменті кетчупів та соусів на ринках СНД
Jenni Kayne	Мода та лайфстайл	Мінімалістичний дизайн, фокус на якість, омніканальна стратегія	Річний дохід понад 100 млн. USD, успішні продажі в США та міжнародна експансія
Кернел	Агропромисловий комплекс	Вертикальна інтеграція, інновації в логістиці, сталий розвиток	Найбільший світовий експортер соняшникової олії, постачання у понад 80 країн світу

Джерело: складено автором за даними [10–19]

2. Важливість адаптації продукції відповідно до культурних і споживчих вподобань різних регіонів є ключовою для успішного виходу на міжнародні ринки. ТМ «Чумак» демонструє ефективність цієї стратегії, пропонуючи продукти, що відповідають специфічним вимогам та уподобанням різних споживчих груп.

3. Орієнтація на якість і фокус на преміум-сегменті дозволяє українським брендам досягати значних успіхів на міжнародних ринках. Бренди, такі як Jenni Kaune та Львівська майстерня шоколаду, підкреслюють значення цієї стратегії для збільшення конкурентоспроможності у глобальному середовищі.

4. Контроль над усім ланцюгом створення вартості, від виробництва до дистрибуції, є важливим чинником успішної глобалізації. Приклад компанії «Кернел» свідчить про те, що вертикальна інтеграція дозволяє досягати вищої ефективності та забезпечує стійку конкурентну перевагу на міжнародному рівні.

5. Зростаюча увага до екологічних стандартів і соціальної відповідальності є вагомим фактором успіху на світових ринках. Компанії Delfast та «Кернел» наочно демонструють, що сталий розвиток стає невід'ємною складовою глобальних бізнес-стратегій, що сприяє зміцненню позицій на міжнародних ринках.

Дослідження виявило, що ключовим фактором успіху українських підприємств на міжнародному ринку стала їх здатність створювати інноваційні продукти та виявляти унікальні конкурентні переваги. Інвестиції у НДДКР та захист інтелектуальної власності на міжнародному рівні забезпечили стійкість інновацій українських компаній.

Українські виробники продемонстрували високу адаптивність до глобальних трендів, зокрема у сфері сталого розвитку. Впровадження принципів циркулярної економіки та розвиток лінійок органічної продукції дозволили відповідати зростаючому попиту на екологічно чисті товари на міжнародному ринку.

Створення чітких та послідовних бренд-стратегій стало визначальним фактором успіху українських компаній. Особливо ефективним виявилось використання багатой історії та культурної спадщини України як частини брендової ідентичності, що дозволило виділитися на глобальному ринку.

Активне впровадження цифрових технологій та використання міжнародних платформ електронної комерції значно розширили можливості українських підприємств щодо виходу на глобальний ринок. Розвиток власних онлайн-каналів продажів та оптимізація бізнес-процесів суттєво підвищили їх конкурентоспроможність.

В процесі дослідження було з'ясовано, що стратегічні партнерства з міжнародними компаніями та активна участь у галузевих заходах світового рівня відіграли ключову роль у просуванні українських брендів на зовнішніх ринках. Співпраця з українською діаспорою також виявилася ефективним інструментом міжнародної експансії.

Особлива увага до якості продукції та відповідності міжнародним стандартам дозволила українським виробникам завоювати довіру глобальних споживачів. Інвестиції в системи управління якістю та отримання міжнародних сертифікатів стали запорукою успіху на висококонкурентних ринках.

Оптимізація ланцюгів поставок та впровадження сучасних технологій управління логістикою забезпечили ефективну дистрибуцію українських товарів по всьому світу, підвищуючи надійність та швидкість доставки продукції.

Аналіз показав, що використання інструментів державної підтримки експорту та участь у міжнародних програмах розвитку бізнесу надали додатковий імпульс для виходу українських підприємств на глобальний ринок.

Інвестиції в навчання персоналу та залучення фахівців з досвідом роботи на міжнародних ринках стали важливим фактором успіху українських компаній на глобальному рівні.

Дослідження виявило, що здатність українських підприємств швидко адаптуватися до змін глобальної кон'юнктури та ефективно переорієнтовуватися на нові ринки та продукти стала ключовим фактором їх конкурентоспроможності.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Результати дослідження демонструють, що українські підприємства успішно трансформували свої локальні продукти у глобальні бренди завдяки комплексному підходу, який включає інновації, адаптацію до глобальних трендів, розвиток сильних брендів, цифровізацію, стратегічні партнерства, фокус на якість та міжнародні стандарти, розвиток логістики та людського капіталу, а також гнучкість у реагуванні на зміни ринку.

Ці досягнення не лише зміцнили позиції України на міжнародному ринку, але й продемонстрували потенціал країни як надійного та інноваційного партнера у світовій торгівлі. Подальші дослідження можуть зосередитися на кількісному аналізі впливу окремих факторів на успіх українських підприємств на міжнародному ринку та розробці рекомендацій щодо оптимізації стратегій виходу на глобальний ринок для інших компаній, що розвиваються.

Література

1. Кубах Т. В., Прокопенко О. В. Стратегії виходу підприємств на зовнішні ринки. *Економіка і суспільство*. 2019. № 20. С. 300–307.
2. Геєць В. М. Економіка України: ключові проблеми і перспективи. *Економіка і прогнозування*. 2017. № 1. С. 7–22.
3. Шнирков О. І., Муравйов В. І. Україна — Європейський Союз: економіка, політика, право : монографія. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2016. 368 с.
4. Кваша С. М., Власов В. І. Експортний потенціал аграрного сектору економіки України. *Економіка АПК*. 2018. № 5. С. 70–78.
5. Johanson J., Vahlne J. E. The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*. 2009. Vol. 40, № 9. P. 1411–1431.
6. Bartlett C. A., Ghoshal S. *Managing across borders: The transnational solution*. Boston: Harvard Business Press, 2002. 391 p.
7. Зовнішньоекономічна діяльність. *Державна служба статистики України: вебсайт*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 06.10.2024).
8. Огляд економічної активності. *Міністерство економіки України: вебсайт*. URL: <https://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=010de307-2345-4162-b5e5-1dd8b2f81d10&tag=OgliadEkonomichnoiAktivnosti> (дата звернення: 06.10.2024).
9. Платіжний баланс України. *Національний банк України: вебсайт*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external> (дата звернення: 06.10.2024).
10. *About Grammarly. Grammarly: website*. URL: <https://www.grammarly.com/about> (date of access: 06.10.2024).
11. Дослідження експортного потенціалу України. *Європейська Бізнес Асоціація: вебсайт*. URL: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analituca/> (дата звернення: 06.10.2024).
12. Про нас. Етно-Дім: вебсайт. URL: <https://etnodim.com.ua/> (дата звернення: 06.10.2024).
13. *Міжнародна експансія Rozetka: вебсайт*. URL: <https://rau.ua/ru/news/logistiki-i-e-commerce-2024-5/> (дата звернення: 06.10.2024).
14. Наша історія. *Львівська майстерня шоколаду: вебсайт*. URL: <https://www.chocolate.lviv.ua/uk/company/news/> (дата звернення: 06.10.2024).
15. Ukrainian startups making waves globally. *TechCrunch: website*. URL: <https://techcrunch.com/2023/02/24/a-year-on-from-russias-invasion-ukrainian-startups-show-astounding-resilience> (date of access: 06.10.2024).
16. Експортні напрямки. *Чумак: вебсайт*. URL: <https://chumak.com/> (дата звернення: 06.10.2024).
17. The Rise of Eastern European Fashion Brands. *Forbes: website*. URL: <https://www.forbes.com/sites/josephdeacetis/2021/11/29/kyiv-art-fashion-days-accelerates-to-a-whole-new-global-platform/> (date of access: 06.10.2024).
18. Міжнародне співробітництво. *Державне космічне агентство України: вебсайт*. URL: <https://www.nkau.gov.ua/ua/> (дата звернення: 06.10.2024).
19. Річний звіт. *Кернел: вебсайт*. URL: <https://www.kernel.ua/> (дата звернення: 06.10.2024).

References

1. Kubakh, T. V., Prokopenko, O. V. (2019). Stratehii vykhodu pidpriemstv na zovnishni rynky [Strategies for enterprises entering foreign markets]. *Ekonomika i suspilstvo*, (20), 300–307 [in Ukrainian].
2. Heiets, V. M. (2017). Ekonomika Ukrainy: kliuchovi problemy i perspektvy [Economy of Ukraine: Key problems and prospects]. *Ekonomika i prohnouvanntia*, (1), 7–22 [in Ukrainian].
3. Shnyrkov, O. I., Muravjov, V. I. (2016). *Ukraina — Yevropeyskyi Soiuz: Ekonomika, polityka, pravo* [Ukraine — European Union: Economy, politics, law]. Kyiv: VPC “Kyivskiy universytet” [in Ukrainian].
4. Kvasa, S. M., Vlasov, V. I. (2018). Eksportnyi potentsial ahrarnoho sektoru ekonomiky Ukrainy [Export potential of the agricultural sector of Ukraine’s economy]. *Ekonomika APK*, (5), 70–78 [in Ukrainian].
5. Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411–1431 [in Ukrainian].
6. Bartlett, C. A., & Ghoshal, S. (2002). *Managing across borders: The transnational solution*. Boston: Harvard Business Press.
7. Zovnishnoekonomichna diialnist [Foreign economic activity]. *Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy — State Statistics Service of Ukraine*. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
8. Ohljad ekonomichnoi aktyvnosti [Review of economic activity]. *Ministerstvo ekonomiky Ukrainy — Ministry of Economy of Ukraine*. URL: <https://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&id=010de307-2345-4162-b5e5-1dd8b2f81d10&tag=OgliadEkonomichnoiAktivnosti> [in Ukrainian].
9. Platyzhnyi balans Ukrainy [Balance of payments of Ukraine]. *Natsionalnyi bank Ukrainy — National Bank of Ukraine*. URL: <https://bank.gov.ua/ua/statistic/sector-external> [in Ukrainian].
10. About Grammarly. *Grammarly website*. URL: <https://www.grammarly.com/about>.

11. Doslidzhennia eksportnoho potentsialu Ukrainy [Research of Ukraine's export potential]. *Yevropeiska biznes asociatsiia — European Business Association*. URL: <https://eba.com.ua/research/doslidzhennya-ta-analytyka/> [in Ukrainian].
12. Pro nas [About us]. *Etnodim*. URL: <https://etnodim.com.ua/> [in Ukrainian].
13. *Mizhnarodna ekspansiia Rozetka — International expansion of Rozetka*. URL: <https://rau.ua/novyni/logistiki-ta-e-commerce-2024-5/>.
14. Nasha istoriia [Our history]. *Lvivska maisternia shokoladu — Lviv Handmade Chocolate*. URL: <https://www.chocolate.lviv.ua/uk/company/news/> [in Ukrainian].
15. Ukrainian startups making waves globally. *TechCrunch: website*. URL: <https://techcrunch.com/2023/02/24/a-year-on-from-russias-invasion-ukrainian-startups-show-astounding-resilience>.
16. Eksportni napriamky [Export directions]. *Chumak: website*. URL: <https://chumak.com/> [in Ukrainian].
17. The rise of Eastern European fashion brands. *Forbes: website*. URL: <https://www.forbes.com/sites/josephdeacetis/2021/11/29/kyiv-art-fashion-days-accelerates-to-a-whole-new-global-platform/>.
18. Mizhnarodne spivrobotnytstvo [International cooperation]. *Derzhavne kosmichne ahentstvo Ukrainy — State Space Agency of Ukraine*. URL: <https://www.nkau.gov.ua/ua/> [in Ukrainian].
19. Richnyi zvit [Annual report]. *Kernel: website*. URL: <https://www.kernel.ua/> [in Ukrainian].