

Шпедько А.К.
Житомирський державний технологічний університет
Науковий керівник – **Шиманська К.В., к.е.н., доцент**
доцент кафедри міжнародної економіки
Житомирський державний технологічний університет

РИНКИ ТОВАРІВ І ПОСЛУГ ЄС ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВХОДЖЕННЯ НА НИХ УКРАЇНИ

1 січня 2016 року стало знаковим для України в плані євроінтеграції, адже саме цього дня стала чинною Угода про зону вільної торгівлі між Україною та ЄС. Згідно з цією угодою, європейський ринок товарів та послуг повинен стати доступним для українських підприємців. Для економіки України та вітчизняних виробників внутрішній ринок ЄС є дуже перспективним, оскільки налічує близько 500 мільйонів потенційних споживачів.

Торгівля з країнами Європи відбувається в основному по таких напрямках: сільське господарство, металургія та переробка сировини. За підсумками 2014 р. у зв'язку з військовими діями на Донбасі, де розміщено багато промислових потужностей, знизилась частка продукції машинобудування та хімічної промисловості. Цього ж року відбувся певний перерозподіл в частках поставок українських товарів за напрямками. Так, зменшилась частка металургії, при цьому відбулась переорієнтація на продукцію харової промисловості. Причинами цього є високий урожай зернових культур, а також торгові преференції ЄС, за допомогою яких, хоч не повністю, але все ж вдалось компенсувати обмежений доступ на ринок Росії. Обсяг експорту в ЄС у 2014 р. склав \$1 млрд, а обсяг падіння дорівнював 31%.

Серед інших товарів, які Україна поставляє на ринок ЄС, є: органічна продовольча продукція, мед, соки, вино, алюмінієві упаковки для продуктів, прасувальні дошки, устаткування для виміру рівня радіації. Великою популярністю користується український мед. За минулий рік експорт цього продукту склав близько 20 тис. т. Найбільшими імпортерами стали Польща, Німеччина та Іспанія. Перспективу в плані імпорту мають і наші соки, але вони не настільки популярні. За рекомендаціями експертів, що зайняти вільні ніші у поставці соків, необхідно розвиватись у преміум-сегменті.

Стосовно органічної продукції, то на її поставку на ринок ЄС встановлені нульові ставки мита, а також відсутні квоти, що робить вигідним експорт такої продукції. Інша ситуація з поставкою алюмінієвих упаковок, адже на європейському ринку наявні національні виробники цієї продукції, тому нашим підприємцям варто звернути увагу на ринки східноєвропейських країн. На цих ринках конкурувати приходиться з імпортерами, а значить на рівних умовах. Також з України в Європу везуть дитячі іграшки, поліграфію. Ці типи продукції не є стандартними для глобального експорту. В ЄС досить високий розвиток має ринок поліграфії та супутньої продукції. Але через науково-технічний прогрес, використання нових девайсів та надання переваги Інтернету, ситуація в цьому сегменті ринку не найкраща. Масове використання Інтернету спричиняє витіснення книг, газет, журналів, тому даний ринок з кожним роком скорочується. Не зважаючи на це, українські поліграфічні підприємства мають шанс налагодити постачання до Австрії, Чехії та Польщі.

Що стосується експорту-імпорту між ЄС та Україною, то тут торговельні потоки мають суттєві відмінності: з України більше продається сільгоспсировина, а купуються машини та устаткування. Країнами-імпортерами української сільськогосподарської сировини є Німеччина, Італія, Франція, Іспанія, Польща, Нідерланди, Бельгія.

Разом з тим, повного доступу до європейських ринків Україна не має. Обмеженнями виступають встановлені квоти на імпорт українських продуктів. Введено тарифні квоти на 36 видів продукції (борошно, мед, крупи, м'ясо птиці, молочні продукти та сухе

молоко, гриби) [2]. Встановлення квот означає, що наші виробники можуть експортувати на ринок ЄС продукцію лише в певних обсягах. Після того, як ці обсяги використані, виробники змушені платити мито на подальші поставки.

За інформацією Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, у 2015 році квота на яйця використана всього на 5%, на цукор – 98,9%, на м'ясо птиці, кукурудзу, пшеницю і борошно, овес, ячмінну крупу, мед, оброблені томати квоти використані на 100%. Порівняно з цим український ринок є більш доступним для європейських виробників. Україна ввела лише три квоти для підприємців Європи – на цукор, свинину і м'ясо птиці [2]. Тобто, вітчизняні виробники знаходяться у менш вигідному становищі, ніж європейські. На перший квартал 2016 року була встановлена квота на м'ясо птиці в розмірі 4 тис. т (на рік – 16 тис. т). При цьому попит на українську курятину є набагато вищим, становить приблизно 100 тис. т. Після повного використання квоти, експортерам доводиться платити мито в 1024 євро за кожну наступну тонну [3]. При такій ставці мита практично нереально конкурувати з європейськими виробниками. Зважаючи на ці факти, для зростання українського експорту велике значення має скорочення ввізних мит та створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі (ПВЗВТ).

В Польщі попитом користуються послуги, які можна надавати онлайн: ІТ-послуги, переклади, послуги у сфері дизайну і реклами, які надаються українськими компаніями або фрілансерами в режимі віддаленого доступу [1]. Перешкодою для тіснішої взаємодії у цьому напрямку є недостатній рівень володіння іноземними мовами, зокрема англійською та польською, з української сторони. Попит польських компаній на такого роду послуги, зумовлений перш за все ціною, в Україні ці послуги порівняно дешевші ніж на внутрішньому ринку Польщі. Також є попит на будівельні послуги та проектування. Польські торгові центри також являються основним ринком збуту для української випічки. Враховуючи те, що пекарні та ринок збуту мають знаходитись на короткій відстані, основними експортерами випічки є західно-українські компанії. Деякі з цих компаній виготовляють та продають продукцію під торгову марку торгових центрів-імпортерів.

Досить високим попитом користуються давальницькі послуги. Наприклад, з пошиття одягу. В країнах ЄС законодавством встановлені досить високі заробітні плати для швачок, тому більшість компаній віддають переваги аутсорсингу у цій сфері. Українські компанії з пошиття працюють на ринок Німеччини, Франції, Італії. За даними Державної служби статистики, за обсягами експорту найбільші показники у 2014 році мають виробники із Закарпатської, Волинської, Львівської, Івано-Франківської, Тернопільської областей [1].

Розширення Угоди про вільну торгівлю з ЄС сприятиме не тільки збільшенню експорту, але й підвищенню імпорту європейських товарів до України. Вітчизняні виробники будуть змушені витримувати конкуренцію як на ринку Європи так і на внутрішньому ринку. У зв'язку з цим інфраструктурна модернізація економіки України пришвидшить процес не формальної, а реальної інтеграції нашої держави у європейський економічний простір на основі стандартизації виробничих процесів, впровадження екологічних технологій та технічних інновацій. Це дозволить виробляти продукцію високої якості, здатну конкурувати на європейських ринках.

Список використаних джерел

1. Глобальні ринки. Які товари чекають у ЄС. // Мій бізнес. - 7 липня 2015 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://msb.aval.ua/news/?id=24820>
2. Литвин О. ЗВТ і квоти: що заважає Україні "завоювати" ринок Європи / О. Литвин // Сегодня. - 4 Лютого 2016 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://ukr.segodnya.ua/economics/enews/zst-i-kvoty-chto-meshaet-ukraine-zavoevat-rynok-evropy-688572.html>

3. Литвин О. Україна більше не може без мит продавати в ЄС курятину, мед, цукор: як працюють квоти / О. Литвин // Сегодня. - 19 Березня 2016 р. [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://ukr.segodaya.ua/economics/enews/zst-i-kvoty-hto-meshaet-ukraine-zavoevat-rynok-evropy-688572.html>