

УДК 339.5

Хадарцев О.В.
*асистент кафедри економіки підприємства
та управління персоналом
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка*

Шикіло А.В.
*студентка фінансово-економічного факультету
Полтавського національного технічного університету
імені Юрія Кондратюка*

ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

PROBLEMS OF THE UKRAINIAN ENTERPRISES PROMOTION TO EUROPEAN MARKET

АНОТАЦІЯ

У статті досліджено існуючі перешкоди, що обмежують експорт продукції вітчизняних підприємств на ринок Євросоюзу. Визначено склад та систему нетарифних обмежень щодо експорту продукції у країни ЄС, розглянуто механізм подолання даних бар'єрів. Розроблено рекомендації щодо процедури виконання відповідності продукції українських підприємств вимогам Євросоюзу.

Ключові слова: ринок ЄС, конкурентоспроможність, експорт, митний тариф, нетарифні бар'єри, сертифікація продукції.

АННОТАЦИЯ

В статье исследованы существующие преграды, ограничивающие экспорт продукции отечественных предприятий на рынок Евросоюза. Определены состав и система нетарифных ограничений экспорта продукции в страны ЕС, рассмотрен механизм преодоления данных барьеров. Разработаны рекомендации по процедуре выполнения соответствия продукции украинских предприятий требованиям Евросоюза.

Ключевые слова: рынок ЕС, конкурентоспособность, экспорт, таможенный тариф, нетарифные барьеры, сертификация продукции.

ANNOTATION

In the article explores existing barriers exist, that limit the export of domestic enterprises in the EU market. The composition and the system of non-tariff restrictions on exports to the EU are considered, and a technique to overcome these barriers. Recommendations for execution procedures of Ukrainian enterprises are made to accordance with the requirements of the European Union.

Keywords: EU market, competitiveness, exports, customs tariffs, non-tariff barriers, product certification.

Постановка проблеми. Умови економічного спаду та істотне зниження платоспроможності українського споживача спонукають вітчизняних підприємств до пошуку нових ринків збуту. Підписання економічної частини Угоди про асоціацію України та ЄС передбачає створення глибокої та всеосяжної зони вільної торгівлі, тому все більше українських підприємств розглядають можливість просування своїх товарів саме на просторах Євросоюзу. За цих умов українському виробникові належить познайомитися з європейським споживачем, проаналізувати ринок та провести оцінку конкурентоспроможності свого товару, оскільки сильні та слабкі сторони продукції підприємства, визначені у процесі оцінювання конкурентоспроможності,

дають змогу виявити та мобілізувати приховані можливості для отримання вигідних позицій на ринку.

Тому важливим питанням нині є визначення перспектив просування продукції українських підприємств на європейський ринок та завоювання на ньому конкурентних переваг. При цьому вихідною точкою є структура української економіки та існуючі пропозиції продукції вітчизняних підприємств, що потенційно здатна зацікавити європейського споживача.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження проблеми інтеграції та співпраці України із зовнішніми контрагентами приділяли увагу такі автори, як І.М. Грабинський, Т.О. Окландер, Т.В. Романчик, В.С. Філоніч, Н.З. Мерза, О.Ю. Молчанова, та багато інших. Результати їхніх досліджень стосуються головним чином окремих аспектів функціонування та потенційних можливостей і наслідків вибору партнерських відносин з Європейським Союзом.

Виділення не вирішених раніше частин загальної проблеми. Нині істотною перешкодою зростання експорту у ЄС навіть тієї української продукції, що має потенційний попит, є нетарифні обмеження та невідповідності технічних вимог і регламентів. Залишається недостатньо зрозумілим механізм процедури приведення у відповідність нормативно-технічної документації для повноти реалізації експортного потенціалу України.

Мета статті – дослідити існуючі перешкоди, що обмежують експорт продукції вітчизняних підприємств на ринок Євросоюзу для розроблення рекомендацій щодо подолання нетарифних бар'єрів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Можна виділити такі критерії оцінки конкурентоспроможності продукції на зовнішньому ринку:

- наявність потенційних споживачів товару;
- відповідність продукції параметрам (стандартам якості, безпечності, соціальній адрес-

ності, інформативності та ін.), встановленим на зовнішньому ринку;

– ціна товару.

Головна умова виживання виробничого підприємства у ринкових умовах – підвищення конкурентоспроможності продукції. Це складна проблема для підприємства навіть в умовах вітчизняного ринку, особливо при відкритості його для товарного імпорту. Ще складнішим це завдання стає при виході вітчизняного товаровиробника на ринки розвинених країн. На вітчизняному ринку можливе регулювання рівня конкурентоспроможності шляхом застосування такого важелю, як ціна. При виході вітчизняних виробників на зовнішні ринки вони стають учасниками конкурентної боротьби іншого рівня. Щонайменше їхня продукція мусить відповідати аналогам ринка за показниками якості і за цінами, що сформувався на цьому ринку.

Важкою перешкодою для експорту українських товарів до європейського простору є їхня невідповідність стандартам якості, прийнятим в ЄС. Лише 52% українських стандартів для сільськогосподарської продукції гармонізовано з міжнародними, для харчової промисловості показник становить 29%. При цьому необхідно виходити з того факту, що:

- за витратами вітчизняне виробництво значно програє країнам з розвинутою економікою;
- наразі на перші позиції у світовій товарній конкуренції виходять нецінові чинники, а саме якість товарів, їхня новизна, наукоємність виробництва;
- конкурентоспроможність вітчизняної промислової продукції низька;
- більшість вітчизняних промислових підприємств перебувають у важкому фінансовому стані, мають високий рівень зносу основних фондів, використовують застарілі технології;
- недостатньо розвинені вітчизняні системи сертифікації і контролю якості експортної продукції на фоні значного підсилення в останні часи вимог до споживчих і екологічних характеристик, а також до безпеки продукції, яка реалізується на ринках промислово розвинених країн;
- спостерігається нестача спеціальних знань і досвіду роботи в сфері експорту в більшості українських підприємств, а також недостатня координованість їх діяльності на зовнішніх ринках;
- рейтинг надійності України для кредитів та інвестицій низький, що ускладнює використання іноземних фінансових ресурсів для розвитку експортного потенціалу країни.

Варто зазначити, що основна розбіжність в принципах стандартизації полягає в тому, що в Україні питання стандартизації, до останнього часу, залишалися прерогативою держави, а встановлені державними органами стандарти носять обов'язковий характер. Тоді як у країнах ЄС (як і в багатьох інших промислово розвину-

тих країнах світу у розробленні стандартів (які загалом мають добровільний характер) приймають участь усі зацікавлені сторони, а держава визначає обов'язковими лише засадничі параметри безпечності продукції. Стандарти ж виробляють недержавні установи, які мають статус міжнародних неприбуткових організацій.

При цьому необхідно враховувати, що в ЄС існують вимоги до технічної документації на конкретні види продукції: вона повинна містити описи і креслення, протоколи випробувань і оцінку ризиків, тобто те, що дозволяє контролюючим органам у разі потреби оцінити аспекти безпечності продукції, але, зверніть увагу, не її якості. Ця документація повинна перебувати на території ЄС в уповноваженого представника закордонного виробника або в офіційного імпортера продукції до ЄС.

Водночас звертає на себе увагу певна невідповідність стандартам ЄС в підході до «приватизації» процесу сертифікації (стандартизації), оскільки в Європейському Союзі надання цих функцій приватним установам передбачає не тільки їхню прозорість та високу репутацію, але й відсутність конфлікту інтересів (тобто незаангажованість цих установ у виробництво або продаж продукції, яка підлягає стандартизації згідно до встановлених ними норм), а також широке представництво серед засновників такої організації усіх основних зацікавлених акторів. Тобто такі функції повинні передаватися скоріше спеціалізованим установам з відкритим доступом до складу засновників-акціонерів або союзам (асоціаціям) виробників відповідної продукції.

Нині фонд національних стандартів налічує 27,5 тис. документів, у тому числі 7436 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими стандартами. У 2014 році прийнято 30 національних стандартів, з них 27 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими стандартами.

Сьогодні відкриття європейських ринків для українських товарів може стати для них першим кроком у завоюванні певного рівня конкурентоспроможності на світовому ринку та ефективним інструментом зміцнення економіки країни. Однак для того, щоб ці кроки були успішними, необхідно вивчити досвід інших країн, що вже працюють на ринку ЄС, визначити основні проблеми, з якими вони стикалися та врахувати особливості економічного стану України.

У рамках угоди про співпрацю України з ЄС скасовані мита на 94,7% експортного обсягу українських промислових товарів, 83,4% сільськогосподарських товарів. Навіть висококонкурентні на європейському ринку товари, українські підприємства можуть експортувати в ЄС, не сплачуючи мито [1].

Проте збільшення обсягу експорту та просування продукції українських підприємств вимагатиме здійснення певних реформ. За экс-

пертними розрахунками, існуючі нетарифні обмеження між ЄС та Україною еквівалентні митним тарифам у розмірі 11,8% – для продукції аграрного сектору та 3,2% – для промислової продукції. Тобто фактично саме нетарифні бар'єри нині виступають у ролі головного обмеження у розвитку українського експорту до країн ЄС [2].

Нетарифні торгові бар'єри – обмежувальні заходи в міжнародній торгівлі, зокрема, дискримінація пропозицій іноземної компанії або встановлення виробничих стандартів, дискримінаційних щодо товарів іноземної.

Процедури отримання сертифікатів для українців спростили. Головне правило входу на ринок ЄС – дотримання вимог безпеки продукції. Держава зі свого боку відповідає за контроль безпеки, виробники – за розробку стандартів і контроль якості. Для гармонізації законодавства України з європейськими нормами парламент у червні 2014 року скасував 113 дозволів, а також створив Державну метрологічну інспекцію і Національний орган стандартизації.

У країнах Європейського Союзу створена система технічного регулювання внутрішнього ринку ЄС на основі «Директив Нового підходу» та «Глобального підходу». Вони спрямовані на усунення технічних бар'єрів на вільне переміщення товару і послуг всередині Європейського Союзу, шляхом єдиних вимог з безпеки до продукції та процедур оцінки відповідності. Директиви Нового підходу визначають єдині вимоги до продукції з безпеки, з єдиною нормативною базою. Глобальний підхід, ґрунтуючись на вимоги Директив Нового підходу, встановлює загальні процедури оцінки відповідності продукції гармонізованого законодавства.

Для кожного типу продукції передбачена процедура, яка забезпечує виконання відповідних вимог безпеки, викладених у відповідній Директиві або Технічному Регламенті – оцінка відповідності (conformity assessment).

Оцінка відповідності – це доказ того, що задана вимога (specified requirement) до продукту по встановленим нормативним документам, такими як Технічні регламенти в Україні або Директиви в Європі, гармонізовані стандарти і технічні умови, до продукції виконана [3].

Оцінка відповідності продукції включає декілька елементів: випробування, контроль та сертифікація товарів (рис. 1).

Для продукції, яка підпадає під сертифікацію ЄС та маркування знаком СЕ, а також для української продукції, яка потрапляє у сферу Технічних регламентів, потрібно нанести національний знак відповідності. Виробнику потрібно виконати такі кроки:

– визначити, під дію якої Директиви або Директив РЄ підпадає продукція;

– визначити процедуру проведення оцінки (схема сертифікації) відповідності продукції;

– визначити гармонізовані європейські стандарти (EN standards), під які підпадає продукція;

– перевірити, чи існує в країні, до якої буде поставлятися продукція, особливі вимоги за національними стандартами, маркування та упаковки, утилізації;

– провести лабораторні випробування в акредитованій по ISO / IEC 17025 лабораторії;

– аудит технічної документації нотифікованим органом з сертифікації;

– аудит виробництва та системи управління якістю нотифікованим органом по сертифікації (за необхідності);

– провести сертифікацію продукції;

– (за потребою) випустити ЄС Декларацію Відповідності і нанести маркування СЕ;

– проведення наглядного аудиту (раз на 1-3 роки) – підтвердження відповідності продукції заявленим стандартам.

В ЄС і в Україні існує перелік видів продукції, які потрапляють під дію Директив (Сертифікацію ЄС) або Технічних Регламентів. На сьогодні в Європі під сертифікацію потрапляють усі види промислового виробництва, окрім хімічного, косметичного, фармацевтичного та харчового. До продукції цієї промисловості виставлені інші не менш жорсткі вимоги.

Міністерство економічного розвитку і торгівлі України підготувало проект «Стратегії розвитку технічного регулювання на період до 2018 року», яким передбачено «вихід на ринок ЄС для українських виробників на таких же умовах, що і для виробників держав – членів ЄС».

Безпека продукції для людини і навколишнього середовища в країнах Європейського Союзу прирівняна за значущістю до національної безпеки кожної з країн ЄС. Потрібно бути готовим до того, що Глобальний підхід до ЄС визначає, що виробники завжди несуть повну відповідальність за свою продукцію Декларацією про відповідність (Declaration of Conformity). При цьому виробник самостійно вибирає гарантовані методи визначення відповідності при різних видах ризиків, пов'язаних з продукцією.

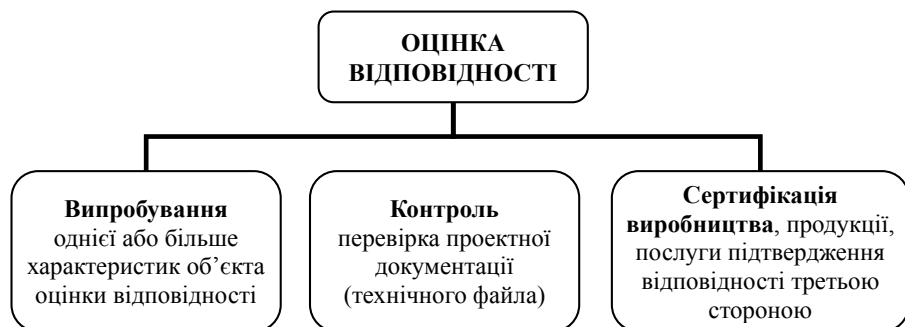


Рис. 1. Складові елементи процедури оцінки відповідності

Якщо продукція підпадає під дію Директив Європейського Союзу, які визначають правила нанесення маркування СЕ, досить провести процедуру сертифікації в будь-якій країні Європейського Союзу. Протоколи випробувань, ЄС Сертифікати відповідності та ЄС Декларації Відповідності будуть визнані всіма країнами ЄС. Немає необхідності проводити процедуру оцінки відповідності в кожній країні.

Митний тариф на ввезення певної продукції в ЄС змінюється залежно від щільності ринку. Водночас звертає на себе увагу певна невідповідність стандартам ЄС в підході до «приватизації» процесу сертифікації (стандартизації), оскільки в Європейському Союзі надання цих функцій приватним установам передбачає не тільки їхню прозорість та високу репутацію, але й відсутність конфлікту інтересів, а також широке представництво серед засновників такої організації усіх основних зацікавлених сторін. Тобто такі функції повинні передаватися, скоріше, спеціалізованим установам з відкритим доступом до складу засновників-акціонерів або союзам (асоціаціям) виробників відповідної продукції.

Також не варто забувати, що в Європі існують ще й приватні стандарти ритейлерів, і якщо компанія хоче продавати товар у конкретній торговій мережі, стандартів, викладених в угоді, буде недостатньо – вона повинна виконати певні вимоги продавця.

Висновки. Таким чином, для виходу на європейський ринок українським підприємствам необхідно здійснити такі кроки:

- провести оцінку експортного потенціалу підприємства;
- дослідити зовнішній ринок та розробити експортний план;
- за необхідності змінити бізнес-модель підприємства, враховуючи смаки та цінності споживачів на даному ринку;
- визначити продукцію для експорту в ЄС;
- зібрати необхідну інформацію по продукції: відповідність вимогам Директив, відповідність систем менеджменту міжнародним стандартам, упевнитися, що продукція спроектована і виготовлена відповідно до вимог гармонізованих стандартів і Директив Європейського Союзу;

- обрати нотифікований орган для сертифікації даної продукції;
- визначити процедуру оцінки відповідності (в Директивах наведено перелік методів оцінки);
- випустити ЄС Декларацію Відповідності;
- провести сертифікацію продукції і нанести маркування СЕ (знак СЕ);
- пошук партнерів, покупців (у тому числі через бізнес-асоціації);
- для отримання преференцій потрібен сертифікат походження EUR 1. Його видає Торгово-промислова палата України та її регіональні підрозділи. ЄС залишає можливість експорту в рамках режиму GSP, який діє нині для України і для використання якого необхідно отримати сертифікат форми А, який теж видає торгово-промислова палата.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Кочерженко Л. Что нужно знать украинским производителям для выхода на рынки ЕС [Електронний ресурс] / Людмила Кочерженко // delo.ua. – 2014. – Режим доступу : <http://statuspress.com.ua/competitors/chto-nuzhno-znat-ukrainskim-proizvoditelyam-dlya-vyhoda-na-rynki-es.html>.
2. Шаров О.М. «Щодо економічних ринків, пов'язаних з існуванням неторгових бар'єрів у відносинах між Україною та Європейським Союзом». Аналітична записка [Електронний ресурс] / О.М. Шаров, І.В. Ус // Відділ економічної безпеки. – 2014. – Режим доступу : <http://www.niss.gov.ua/articles/1733/>.
3. Годнев Є.В. Что необходимо выполнить для выхода на рынки ЕС (наш опыт) [Електронний ресурс] / Є.В. Годнев // Евроконсалтинг. – 2015. – Режим доступу : <http://www.ek-ua.com/consulting-law-firm-ukraine.htm>.
4. Окландер Т.О. Проблеми інтеграції українських підприємств до ринку Європейського Союзу [Електронний ресурс] / Т.О. Окландер. – 2001. – Режим доступу : http://storage.library.opu.ua/online/periodic/opu_2001_2/7-2.html.
5. Романчик Т.В. Розвиток інтеграційних процесів: проблеми та перспективи українських товаровиробників / Т.В. Романчик // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2014. – № 46. – С. 207-210.
6. Вишняков В.М. Європейське співробітництво як шлях до підвищення конкурентноздатності української продукції / В.М. Вишняков, Д.О. Кайнара // Вісник Запорізького національного університету. – 2014. – № 1(21). – С. 160-167.