

Оксана Олександрівна КАРПЕНКОЗаклад вищої освіти «Міжнародний науково-технічний університет
імені академіка Юрія Бугая»
ORCID ID: 0000-0003-2943-1982
e-mail: o.karpenko@istu.edu.ua**Дарія Олександрівна ПАРХОМЕНКО**Державний університет інфраструктури та технологій
e-mail: d.asha@ukr.net

ОСОБЛИВОСТІ ЕКСПОРТНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМСТВ УКРАЇНИ

Сфокусовано увагу на необхідності зміцнення позицій українських підприємств на конкурентному ринку Європейського Союзу (ЄС).

Детерміновано явні й неявні торговельні бар'єри входження українських виробників на європейський ринок. Явними бар'єрами можна вважати невідповідність українських технічних регламентів, стандартів, процедур, санітарних та фіто-санітарних заходів щодо безпеки харчових та нехарчових продуктів європейським регламентам, процедурам та стандартам, а також наявність ввізних мит на більшість товарів, що експортуються до ЄС. Прихованими торговельними бар'єрами слід вважати такі, що негласно заважають українським підприємствам здійснювати експортну діяльність. Це ризики, які теоретично може мати покупець із ЄС при співпраці з українським виробником та постачальником. І тут на перший план виходить недовіра європейського споживача до продукції, виготовленої в Україні.

Експортна діяльність сучасного українського підприємства вимагає завчасного запровадження змін в управлінні підприємством та якість продукції відповідно до міжнародних стандартів, ознайомлення з вимогами європейського законодавства в сфері експортно-імпоротної діяльності, сприйняття потреб, уподобань, тенденцій європейського ринку та загального підвищення компетентності в питаннях здійснення повноцінної зовнішньоекономічної діяльності.

Ключові слова: експортна діяльність, зовнішньоекономічна діяльність, ринок ЄС, торговельні бар'єри.

Oksana KARPENKO

Academician Yuriy Bugay International Scientific and Technical University

Dariia PARKHOMENKO

State University of Infrastructure and Technologies

PECULIARITIES OF EXPORT ACTIVITY OF UKRAINIAN MODERN ENTERPRISES

The article is focused on the need to strengthen the position of Ukrainian enterprises in the competitive market of the European Union (EU).

Explicit and implicit trade barriers to the entry of Ukrainian producers in the European market are determined. The explicit barriers can be considered inconsistency of Ukrainian technical regulations, standards, procedures, sanitary and phytosanitary measures of food and non-food safety with European regulations, procedures and standards, as well as the existence of import duties on most goods

exported to the EU. Implicit trade barriers should be considered as tacit barriers that prevent Ukrainian enterprises from export activities. These are risks which theoretically may be faced by EU buyers when cooperating with Ukrainian producers and suppliers. And here, the distrust of European consumer to products manufactured in Ukraine comes to the fore.

Export activity of a modern Ukrainian enterprise requires to introduce changes in enterprise management and product quality in accordance with international standards, familiarization with requirements of European legislation in the sphere of export and import activities, perception of needs, preferences, trends of European market and general increase of competence in matters of full-fledged foreign economic activity.

Keywords: *export activity, foreign economic activity, EU market, trade barriers.*

JEL Classification: F 23, M20

Постановка проблеми у загальному вигляді

та її зв'язок з науковими та практичними завданнями

Зовнішньоекономічна діяльність має велике значення для кожного вітчизняного виробничого підприємства, яке прагне стати частиною світової підприємницької спільноти та підвищити свою репутацію та репутацію своєї продукції серед споживачів у різних країнах світу. У сфері експорту багато українських виробників роблять основний акцент на ринок Європейського Союзу, оскільки місткість європейського ринку в рази перевищує місткість українського ринку. Однак, не дивлячись на суттєві позитивні зміни у взаємовідносинах між Україною та ЄС, можливості експорту для українських виробників і досі залишаються обмеженими, в тому числі, через явні та неявні торговельні бар'єри.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Багато наукових та дослідницьких робіт присвячено зовнішньоекономічній діяльності українських підприємств та їх експортній діяльності, зокрема Акименко О.Ю. [1], Дідківський М.І. [2], Дроздова Г.М. [3], Козак Ю.Г. [4-5], Астаф'єва В.А. [5], Шапоренко О.І. [6], Шкурупій О.В. [7].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується стаття

Проте з огляду на важливість органічного входження українських підприємств у систему світових господарських відносин питання експортної діяльності сучасних підприємств підлягає подальшому теоретичному осмисленню з метою напрацювання підходів для успішної реалізації наукових доробків у практиці таких підприємств.

Формування цілей статті

Метою статті є виявлення основних проблем експортної діяльності українських підприємств та окреслення напрямів, що уможливають для них доступ на ринок Європейського Союзу.

Виклад основного матеріалу дослідження

Найважливіше в процесі організації експортної діяльності для сучасних підприємств – це стратегічна направленість на зовнішній ринок. Очевидно, основним напрямом для українських виробників є наближення до ринку Європейського Союзу, який є найбільшим та найближчим для України. Наразі ринок Європейського Союзу відкритий, як ніколи, але водночас продовжує

існувати багато перепон щодо ведення бізнесу на ринку ЄС. Слід зазначити, що після певного пожевлення протягом 2016-2019 років економіка України у 2020 році зазнала негативного впливу глобальної економічної кризи, обтяженої пандемією COVID-19. Поширення вірусу мало несприятливий вплив на економічну діяльність в усьому світі, включаючи падіння на ринках капіталу, різке зниження цін на товари та послуги тощо. Попри це ринки ЄС мають беззаперечну перевагу і являють цікаву перспективу для виробників України.

З 01 січня 2016 року було розпочато тимчасове застосування Розділу IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС щодо поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі, що дало можливість деяким українським виробникам інтенсифікувати торгівлю з країнами ЄС. А вже 01 вересня 2017 року Угода набула чинності в повному обсязі [8].

Відповідно до положень Угоди про асоціацію для деяких секторів промисловості встановлені квоти на безмитне ввезення продукції до країн ЄС. Пільгові тарифні квоти визначають обсяг постачання певного товару із України в країні Європейського Союзу за нульовою ставкою. В рамках Угоди про зону вільної торгівлі безмитні тарифні квоти визначені для 36 видів товарів з України (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 інші). Для деяких видів продукції існують навіть додаткові пільгові квоти.

Щодо тарифних преференцій для косметичних засобів, вироблених в Україні та призначених для експорту до країн ЄС, то вітчизняні виробники мають можливість застосовувати сертифікат з перевезення (походження) товару форми EUR.1, що з 01 січня 2016 року видається митними органами на безоплатній основі на кожну партію товару та діє на протязі чотирьох місяців. Для прикладу - ПП «Фармацевтична фабрика «НВО «Ельфа» користується цією пільгою при експорті своєї продукції до ЄС, починаючи з моменту її запровадження.

Створення поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між Україною та Європейським Союзом, що є важливим елементом Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, буде здійснюватися поступово - протягом 10 років. Тобто до 2027 року процес гармонізації законодавства та стандартів України має бути приведений у відповідність до законодавчих регулювань та стандартів Європейського Союзу. Тож за планом поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі повноцінно почне діяти лише через 5 років. Це означає, що для багатьох вітчизняних підприємств доступ на ринок Європейського Союзу так і не буде відкритий у найближчі роки, підприємства не матимуть достатнього рівня можливостей розширювати свою присутність на європейських ринках та розвивати свій потенціал.

На міжнародному ринку Україна, в основному, популярна та конкурентоспроможна в агропромисловому та харчовому (ринок зернових, ринок жирів та олій, меду, м'яса птиці), металургійному (ринок чорних та кольорових металів, недорогоцінного металу) секторах та в секторі машинобудування. Протягом кількох останніх років товарних позицій саме в цих галузях було продано найбільше [9-11].

В інших секторах, як наприклад, виробництво косметичних засобів, українська продукція в ЄС попитом не користується. При цьому інтеграції України у європейські економічні ланцюги загалом та популяризації української

доглядової косметики зокрема в країнах ЄС заважають явні та приховані торговельні бар'єри (рис. 1).

Явними бар'єрами можна вважати невідповідність українських технічних регламентів, стандартів, процедур, санітарних та фіто-санітарних заходів щодо безпеки харчових та нехарчових продуктів європейським регламентам, процедурам та стандартам, а також наявність ввізних мит на більшість товарів, що експортуються до Європейського Союзу.

Для українських підприємств процес переходу до нових стандартів, регулювань та регламентів буде не таким болючим, якщо вже зараз їх керівництво самостійно розпочне впровадження на своїх підприємствах та у своїх виробничих процесах міжнародних стандартів, а саме, системи управління якістю – Quality Management Systems (ISO 9001), належних виробничих практик – Good Manufacturing Practices (ISO 22716), системи екологічного управління – Environmental Management Systems (ISO 14001), системи охорони праці та техніки безпеки – Occupational Health and Safety Management Systems (ISO 45001), системи управління ризиками підприємства – Enterprise Risk Management Systems (ISO 31000), проходження сертифікованих аудитів дотримання правил етичної торгівлі (SMETA–Sedex Members Ethical Trade Audit), аудитів соціальної відповідальності (URSA – Understanding Responsible Sourcing Audit) та інших в залежності від галузі здійснення підприємницької та виробничої діяльності.



Рис. 1. Явні та приховані торговельні бар'єри здійснення експортної діяльності українських підприємств до ЄС [авторська розробка]

Наприклад, для підприємств харчової промисловості та таких, що виробляють косметичні засоби, дуже важливим є приведення своїх виробництв щонайменше до відповідності міжнародним стандартам щодо належних виробничих практик (ISO 22716 – Good Manufacturing Practices). Водночас

більшістю європейських компаній, окрім сертифіката ISO 22716 (GMP) визнаються та навіть вимагаються й інші. Наприклад, International Featured Standard (IFS) та British Retail Consortium - Global Standard for Food Safety (BRC), які засвідчують безпеку харчових продуктів та косметичних засобів.

З серпня 2022 року буде введений в дію новий Технічний регламент на косметичну продукцію. Його текст вже доступний у мережі інтернет [12], що дає можливість та час виробничим підприємствам запустити процес впровадження змін, що стосуються інгредієнтів та рецептур та їх вплив на організм, маркування та інструкції із застосування, зовнішнього вигляду засобу, відповідальності за продукт, соціальної відповідальності, відповідності принципам належної виробничої практики (GMP) тощо. Новий Технічний регламент на косметичну продукцію має допомогти гармонізувати технічне регулювання косметичної продукції в Україні з європейським законодавством, усунути юридичні, адміністративні, технічні бар'єри в торгівлі з країнами Європейського Союзу.

Слід зважити на те, що впровадження міжнародних стандартів та проведення самих сертифікацій вимагають чималих інвестицій. Спочатку в процесі змін на виробництві щодо імплементації стандартів та їх дотримання (такі зміни можуть бути досить масштабними, довгостроковими, трудомісткими та високовартісними), а потім – при пошуку сертифікованих аудиторів та при проведенні самого аудиту. Також у подальшому підприємства мають регулярно проходити повторні аудити, або ресертифікації з метою засвідчити, що раніше прийняті стандарти так само функціонують на підприємстві. Принагідно зауважимо, що, наприклад, ПП «Фармацевтична фабрика «НВО «Ельфа» при проведенні аудитів користується послугами виключно європейських сертифікованих аудиторських компаній.

Керівництво кожного підприємства в рамках стратегічного планування має визначити певний вектор розвитку свого підприємства та прийняти рішення про необхідність або відкладання міжнародної сертифікації та отримання прибутку в результаті виходу зі своєю продукцією на європейський ринок.

З вищевказаного можна зробити висновок, що, не дивлячись на те, що українським виробникам і досі необхідно провести дуже багато змін, Україна поступово наближує законодавче регулювання до європейського.

Поряд із явними торговельними бар'єрами, існують ще й приховані. Прихованими торговельними бар'єрами слід вважати такі, що негласно заважають українським підприємствам здійснювати експортну діяльність. Це ризики, які теоретично може мати покупець із ЄС при співпраці з українським виробником та постачальником. І тут на перший план виходить недовіра європейського споживача до продукції, виготовленої в Україні. Це, звичайно, не стосується продукції агропромислової, харчової та металургійної галузей. А от щодо продукції інших галузей, зокрема косметики, то вона й досі не сприймається в Європі як безпечна, дієва, високотехнологічна. Таке сприйняття української косметики звичне для споживачів Європейського Союзу, і, з однієї сторони, Україна робить кроки для надання якісних продуктів та послуг, але з іншої сторони, ситуацію погіршує політична ситуація – нажаль, довіра до нестабільної держави та її продукції не може триматися на високому рівні.

Сумніви щодо якості послуг українських підприємств, серед яких вчасне виконання своїх договірних зобов'язань, взяття відповідальності у разі

затримки вантажу або його втрати, належне дотримання умов транспортування, температурних режимів та інше, також займають вагомe місце серед прихованих торговельних бар'єрів.

Прихованим торговельним бар'єром також є необхідність для покупця в ЄС займатися розмитненням вантажів, що прибувають з України. Якщо ця українська продукція не має відношення до лідируючого десятиліттями сектору промисловості, то європейський покупець не буде мати проблем із пошуком альтернативи серед пропозицій на ринку ЄС, бо банально немає сенсу ускладнювати процеси.

Цікаво те, що між партнерами всередині Європейського Союзу є нормальною практика страхування договорів постачання продукції, завдяки чому кожна сторона договірних відносин отримує певні гарантії. І тут постає інша проблема – неможливість застрахувати поставки продукції з України в ЄС. Часто цей фактор замовчується і український виробник отримує відмову у співпраці без видимої причини.

Виходом, спробою подолати ці бар'єри може бути офіційна реєстрація на території ЄС представництва, яке би представляло перед європейськими імпортерами вітчизняного виробника та виконувало би функції посередника-організатора зовнішньоекономічних зв'язків. Прийняття такого стратегічного рішення може істотно спростити багато процесів у співробітництві. Офіційне представництво (наприклад, торговий дім або інша юридично пов'язана особа) вирішує цілу низку питань. При укладанні договорів відповідальною особою з боку продавця є юридична особа – резидент ЄС, що само по собі передбачає наявність певних гарантії. Відповідальність за виконання договірних умов, розмитнення вантажів на території ЄС покладаються на представництво. За цих умов є можливість страхувати договори постачання між двома резидентами Європейського Союзу.

Єдиним, але дуже значним мінусом співпраці через посередника, є наявність додаткових витрат, а саме, витрат на утримання представництва, витрати на подвійне завантаження та розвантаження продукції спочатку на складі виробника, потім на складі пов'язаної юридичної особи, потім – перекомплектація товару під потреби певних клієнтів і далі – завантаження та доставка продукції безпосередньо до покупця, витрати на зберігання продукції та інше. В кінцевому результаті на підприємство накладаються додаткові витрати, а до клієнта готова продукція потрапляє за завищеною ціною, що автоматично робить її менш конкурентоспроможною.

Уже згадуване ПП «Фармацевтична фабрика «НВО «Ельфа» здійснює свою експортну діяльність на ринку ЄС через своїх пов'язаних осіб, які представлені іншими виробничими підприємствами, що входять у склад групи компаній Ельфа та знаходяться у Польщі та Словаччині. Керівництво підприємства саме так визначило шлях розвитку своєї зовнішньоекономічної діяльності та поступово розширює свої можливості. Основна стратегічна мета організації офіційного представництва на території ЄС для цього підприємства – налагодження зв'язків у європейському бізнес-середовищі та становлення привабливого іміджу українського виробника серед європейських споживачів.

Висновки з даного дослідження

і перспективи подальших розвідок у даному напрямку

Експортна діяльність сучасного українського підприємства, яка спрямована на зміцнення позицій на конкурентному ринку ЄС, до моменту введення в дію поглибленої та всеохоплюючої зони вільної торгівлі між

Україною та ЄС та гармонізації вітчизняного законодавства, стандартів, регламентів, процедур у відповідності до законодавчої бази Європейського Союзу вимагає від цих підприємств завчасного запровадження змін в управлінні підприємством та якістю продукції відповідно до міжнародних стандартів, ознайомлення з вимогами європейського законодавства в сфері експортно-імпортової діяльності, сприйняття потреб, уподобань, тенденцій європейського ринку та загального підвищення компетентності в питаннях здійснення повноцінної зовнішньоекономічної діяльності.

Література

1. Акименко О.Ю. Теоретична концептуалізація зовнішньоекономічної діяльності як вагомого фактора економічної стабілізації держави// Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 38(1). С. 37-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_38\(1\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_38(1)_9)
2. Дідківський М.І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства Навчальний посібник. К.: Знання, 2006. 462 с.
3. Дроздова Г. М. Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності підприємства. Навч. посіб. К.: ЦНЛ, 2004. 247 с.
4. Зовнішньоекономічна діяльність : навчальний посібник. Видання 6-те, перероб. та доп. / За ред. Козака Ю. Г. К.: «Центр учбової літератури», 2019. 292 с.
5. Козак Ю.Г., Астафьева В.А. Експортна діяльність підприємств: теоретичні аспекти дослідження. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf>
6. Шапоренко О. І. Зовнішньоекономічна діяльність підприємств як одна із ключових складових їх виробничо-господарської діяльності. Електронне наукове фахове видання. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 11. С. 85-89. URL: <http://global-national.in.ua/issue-11-2016/19-vipusk-11-cherven-2016-r/2066-shaporenko-o-izovnishnoekonomichna-diyalnist-pidpriemstv-yak-odna-iz-klyuchovikh-skladovikh-jikhvirobnicho-gospodarskoji-diyalnosti>
7. Шкурупій О.В., Гончаренко В.В., Артеменко І.А. та ін. Зовнішньоекономічна діяльність підприємства. Навч. посіб. К.: ЦУЛ, 2012. 248 с.
8. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/mu14097z>
9. Україна торгує з 228 країнами, експорт зріс на третину. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3315600-ukraina-torgue-z-228-krainami-eksport-zrisna-tretinu.html>
10. Зовнішня торгівля України: як змінювався експорт та імпорт. Аналітичний портал «Слово і діло». 31.08.2021. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/08/31/infografika/ekonomika/zovnishnya-torhivlya-ukrayiny-yakzminyuvavsya-eksport-ta-import>
11. Якими товарами та послугами Україна представлена в світі. Радіо Свобода. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/details/28697109.html>
12. Технічний регламент на косметичну продукцію (Проект, неофіційний текст). URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1866.html

References

1. Akymenko O.Iu. Teoretychna kontseptualizatsiia zovnishnoekonomichnoi diialnosti yak vahomoho faktora ekonomichnoi stabilizatsii derzhavy// Prychornomorski ekonomichni studii. 2019. Vyp. 38(1). S. 37-42. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_38\(1\)_9](http://nbuv.gov.ua/UJRN/bses_2019_38(1)_9)
2. Didkivskiy M.I. Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva Navchalnyi posibnyk. K.: Znannia, 2006. 462 c.
3. Drozdova H. M. Menedzhment zovnishnoekonomichnoi diialnosti pidpriemstva. Navch. posib. K.: TsNL, 2004. 247 s.
4. Zovnishnoekonomichna diialnist : navchalnyi posibnyk. Vydannia 6-te, pererob. ta dop. / Za red. Kozaka Yu. H. K.: «Tsentr uchbovoi literatury», 2019. 292 s.
5. Kozak Yu.H., Astafieva V.A. Eksportna diialnist pidpriemstv: teoretychni aspekty doslidzhennia. URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2018/09/229.pdf>
6. Shaporenko O. I. Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstv yak odna iz kliuchovykh skladovykh yikh vyrobnycho-hospodarskoi diialnosti. Elektronne naukove fakhove vydannia. Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. 2016. Vyp. 11. S. 85-89. URL: <http://global-national.in.ua/issue-11-2016/19-vipusk-11-cherven-2016-r/2066-shaporenko-o-izovnishnoekonomichna-diialnist-pidpriemstv-vak-odna-iz-ključovykh-skladovykh-ikh-vyrobnycho-gospodarskoi-diialnosti>
7. Shkurupii O.V., Honcharenko V.V., Artemenko I.A. ta in. Zovnishnoekonomichna diialnist pidpriemstva. Navch. posib. K.: TsUL, 2012. 248 s.
8. Uhoda pro asotsiatsiiu mizh Ukrainoiu, z odniiiei storony, ta Yevropeiskym Soiuzom, Yevropeiskym spivtovarystvom z atomnoi enerhii i yikhnimi derzhavamy-chlenamy, z inshoi storony. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/mu14097z>
9. Ukraina torhuie z 228 krainamy, eksport zris na tretynu. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3315600-ukraina-torque-z-228-krainami-eksport-zrisna-tretinu.html>
10. Zovnishnia torhivlia Ukrainy: yak zminiuvasia eksport ta import. Analitichniy portal «Slovo i dilo», 31.08.2021. URL: <https://www.slovoidilo.ua/2021/08/31/infografika/ekonomika/zovnishnya-torhivlya-ukrayiny-yak-zminiuvasia-eksport-ta-import>
11. Yakymy tovaramy ta posluhamy Ukraina predstavlena v sviti. Radio Svoboda. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/details/28697109.html>
12. Tekhnichniy rehlament na kosmetychnu produktsiiu (Proekt, neofitsiinyi tekst). URL: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/NT1866.html

Стаття надійшла до редакції 16.08.2021