

ЗДОБУТКИ І ВТРАТИ ВІД ІНТЕГРАЦІЇ ДО ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ ДЛЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ВИРОБНИКІВ НАПОЇВ І КОНДИТЕРСЬКИХ ВИРОБІВ¹

CONSEQUENCES OF EUROPEAN INTEGRATION FOR UKRAINIAN DRINK AND CONFECTIONERY PRODUCERS

Володимир ОЛЕФІР,
кандидат економічних наук,
Інститут економіки і прогнозування
НАН України, Київ



Volodymyr OLEFIR,
PhD in Economics,
Institute for Economics and Forecasting,
Ukrainian NAS, Kyiv

Перед економікою України стоїть непросте завдання адаптування до європейських стандартів і норм у контексті курсу на євроінтеграцію. Як свідчить світовий досвід, членство в міжнародному інтеграційному об'єднанні дає національній економіці багато переваг від вільного доступу на ринки товарів, капіталів, робочої сили, інноваційних розробок тощо. Разом з тим вступ до міжнародного інтеграційного об'єднання накладає на економіку низку обмежень, оскільки вона підпадає під єдині митні та регуляторні правила, стандарти, технічні регламенти та інші норми, які розробляються наднаціональними керівними органами інтеграційного об'єднання. Тому прийняттю політичних рішень щодо стратегії й тактики євроінтеграції повинно передувати ґрунтовне дослідження всіх здобутків і втрат для економіки від процесу євроінтеграції як у короткочасній, так і у віддаленій перспективі.

Проблеми інтеграції економіки України до структур Європейського Союзу присвячено багато наукових праць [1-4]. Особливістю цих публікацій є застосування переважно макроекономічних підходів і моделей до оцінки можливих наслідків. При цьому докладне висвітлення здобутків і втрат від євроінтеграції для окремих видів діяльності ще не знайшло повного відображення в науковій літературі. На нашу думку, розв'язання проблеми мінімізації втрат від євроінтеграції буде більш комплексним, якщо його доповнити дослідженнями на рівні ринків і окремих підгалузей.

Метою статті є оцінка здобутків і втрат для вітчизняних виробників кондитерських виробів, алкогольних і безалкогольних напоїв унаслідок інтеграції до ЄС у контексті торговельних відносин з країнами Митного союзу. Для аналізу вибрані товарні групи, які мають велику частку в зовнішній торгівлі й відносяться до товарів кінцевого споживання з відносно великим обсягом доданої вартості.

Для оцінки позитивних результатів і негативних наслідків у процесі інтеграції до ЄС для вітчизняних виробників напоїв і кондитерських виробів було проаналізовано динаміку торгівлі України з ЄС цими товарами після вступу України до Світової організації торгівлі у 2008 році. Лібералізація зовнішньої торгівлі посприяла збільшенню вітчизняного експорту до країн ЄС,

а також експансії імпорту з ЄС на внутрішньому ринку України. На основі цієї інформації було зроблено оцінку конкурентоспроможності вітчизняних виробників кондитерських виробів, алкогольних і безалкогольних напоїв у контексті укладання угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС. При дослідженні використані такі інформаційні джерела: статистичні дані Держстату України, документи щодо асоціації між Україною та ЄС, нормативну базу ЄС.

Інтеграція до ЄС, зокрема в рамках угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС, матиме ряд як позитивних здобутків, так і негативних наслідків для вітчизняних виробників напоїв і кондитерських виробів. По-перше, будуть знижені ставки ввізного мита на напої та кондитерські вироби з ЄС (на окремі види – одразу після набуття чинності угоди, на інші – після перехідного періоду впродовж 3-5 років). Роздрібна ціна на імпортовані напої та кондитерські вироби знизяться, а обсяги продажу відповідно зростуть. Одночасно в більшій чи меншій мірі зменшиться попит на аналогічні товари вітчизняного виробництва, що ускладнить фінансове становище вітчизняних виробників.

По-друге, угода передбачає відкриття внутрішнього ринку ЄС для експортерів вітчизняних напоїв і кондитерських виробів. По-третє, угода вимагає від української сторони захисту торговельних марок алкогольних напоїв з ЄС на внутрішньому ринку України, що зменшить обсяг контрафактної продукції. Теоретично від набуття чинності угоди про вільну торгівлю виграють виробники конкурентоспроможної продукції і споживачі, а програють – виробники неконкурентоспроможної продукції. Виробники конкурентоспроможної продукції отримують більший доступ на європейський ринок, споживачі виграють від зниження цін на імпортовані товари й від зменшення на ринку частки контрафактної продукції, а виробники неконкурентоспроможної продукції вимушені будуть частково згортати виробництво й змінювати профіль діяльності.

Серед усієї номенклатури продукції для аналізу взято такі товарні групи: печиво солодке і вафлі (код за Номенклатурою промислової продукції (НПП) – 10.72.12.99.99, код за Українською класифікацією товарів зовнішньоекономічної діяльності (УКТ ЗЕД) – 1905); шоколад (код за НПП – 10.82.22, код за УКТ ЗЕД – 1806); вироби кондитерські з цукру (код за НПП – 10.82.23, код за УКТ ЗЕД – 1704); міцні алкогольні напої (коди за НПП – 15.91.10.211, 15.91.10.600, 15.91.10.800, код за УКТ ЗЕД – 2208); вино (коди за НПП – 15.93.12.999, 15.93.11.300,

Оцінено позитивні результати й негативні наслідки для вітчизняних виробників напоїв і кондитерських виробів від інтеграції до ЄС. Визначено масштаби імпортової експансії напоїв і кондитерських виробів з ЄС на внутрішньому ринку України. Досліджено експортні можливості вітчизняних виробників напоїв і кондитерських виробів на ринку ЄС у контексті укладання угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС.

Favourable and negative consequences of European integration for Ukrainian producers of drinks and confectionery are analysed. Scale of import expansion of drinks and confectionery at the domestic market of Ukraine is determined. Export capacity of Ukrainian producers of drinks and confectionery at the domestic market of European Union at context of a Deep and Comprehensive Free Trade Area between Ukraine and the European Union are studied.

¹ Публікацію підготовлено за НДР відомчої тематики «Формування структури базових ринків України: державне регулювання в нових умовах лібералізації та протекціонізму в торгівлі» (Протокол № 8 Бюро Відділення економіки НАН України від 21 липня 2011 р.), № держреєстрації 0112U000045

Таблиця 1. Динаміка виробництва кондитерських виробів, алкогольних і безалкогольних напоїв

Продукція	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Печиво солодке і вафлі, тис. т	373	339	367	374	392	384	103
Шоколад, тис. т	346	330	352	344	341	328	95
Вироби кондитерські з цукру, тис. т	250	266	252	229	221	197	79
Міцні алкогольні напої, млн. дал	66	59	56	50	50	44	67
Вино, млн. дал	25	27	34	21	16	17	67
Пиво, млн. дал	320	300	310	306	299	274	86
Соки фруктові і овочеві, тис. т	920	710	749	712	761	738	80
Води натуральні мінеральні, млн. дал	155	131	143	132	136	125	81
Інші напої безалкогольні, млн. дал	173	147	148	145	145	133	77

Джерела: Статистичний щорічник України за 2012 р. / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; Виробництво промислової продукції за видами в Україні / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

Таблиця 2. Динаміка експорту кондитерських виробів, тис. т

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Печиво солодке і вафлі							
Всього	125	117	136	153	159	161	129
в т.ч. до: країн МС	74	67	79	87	96	97	131
країн ЄС	6	6	6	7	7	6	107
інших країн	45	44	51	59	56	58	129
Шоколад							
Всього	175	177	200	196	195	166	95
в т.ч. до: країн МС	118	115	138	131	134	107	90
країн ЄС	4	7	9	7	7	6	153
інших країн	53	55	53	58	54	53	100
Вироби кондитерські з цукру							
Всього	74	89	101	89	85	80	107
в т.ч. до: країн МС	37	44	56	51	45	37	100
країн ЄС	3	6	10	7	8	7	257
інших країн	34	39	35	31	32	36	106

Джерела: Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

Таблиця 3. Динаміка імпорту кондитерських виробів в Україну, тис. т

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Печиво солодке і вафлі							
Всього	24	14	19	22	19	24	100
в т.ч. з: країн МС	16	8	9	10	8	13	79
країн ЄС	7	6	10	12	10	11	146
інших країн	0	0	0	0	1	1	134
Шоколад							
Всього	57	38	31	73	38	46	81
в т.ч. з: країн МС	25	18	24	26	28	34	136
країн ЄС	30	19	6	45	9	10	34
інших країн	2	1	1	2	1	2	100
Вироби кондитерські з цукру							
Всього	7	5	13	20	20	21	298
в т.ч. з: країн МС	3	2	9	14	12	14	466
країн ЄС	3	2	2	2	4	3	116
інших країн	1	1	2	4	4	4	400

Джерела: Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

код за УКТ ЗЕД – 2204); пиво (код за НПП – 15.96.10, код за УКТ ЗЕД – 2203); соки фруктові й овочеві (коди за НПП – 10.32.00.99.99.A, 10.32.17.00.A, код за УКТ ЗЕД – 2009); води натуральні мінеральні (коди за НПП – 11.07.11.30.10, 11.07.11.30.20, код за УКТ ЗЕД – 2201); інші напої безалкогольні (код за НПП – 11.07.19.99.99, код за УКТ ЗЕД – 2202).

Кондитерська галузь належить до провідних виробництв вітчизняної харчової промисловості. Серед продуктів харчування за обсягами реалізованої продукції вона поступається тільки олійно-жировій і м'ясо-молочній галузі. Підприємства з виробництва кондитерських виробів залучили значні обсяги інвестицій і мають великий експортний потенціал. Після вступу України до СОТ вітчизняні виробники отримала додаткові можливості для розширення експорту, а також зіткнулися з конкуренцією з боку імпорту на внутрішньому ринку.

Щоб спрогнозувати те, наскільки вітчизняні виробники кондитерських виробів спроможні протистояти експансії імпорту з ЄС і наскільки корисним буде для них відкриття європейського ринку, необхідно проаналізувати сучасний стан виробництва і збуту цієї продукції в Україні.

Виробництво кондитерських виробів упродовж 2008-2013 років мало тенденцію до скорочення. Якщо у 2008 загальне виробництво печива солодкого, вафель, шоколаду, виробів кондитерських із цукру становило 969 тис. т, то у 2013 – 909 тис. т (табл. 1). Для порівняння: упродовж 2003-2008 років виробництво цієї продукції зросло із 770 тис. т до 969 тис. т. Таким чином, у 2008 зростання виробництва фактично припинилось, оскільки у всі наступні роки його рівень був переважно нижчим за 2008 рік.

Експорт кондитерських виробів упродовж 2008-2013 років як у натуральних, так і у вартісних показниках у цілому зростає, але незначними темпами і не постійно (табл. 2). Слід також зазначити, що, починаючи з 2010 року, щорічно зменшувались обсяги експорту шоколаду і виробів кондитерських із цукру. Тобто не можна констатувати, що зростання експорту впродовж 2008-2013 років за всіма експортними напрямками (країни Митного союзу (МС), країни Європейського Союзу (ЄС), інші країни світу) відбувалось стабільними темпами і вітчизняні кондитери мали надійні зовнішні ринки збуту.

Експорт кондитерських виробів до ЄС упродовж 2008-2013 років мав загальну тенденцію до зростання. У всіх трьох групах товарів обсяг експорту у 2013 році не відставав від показників 2008, а експорт виробів кондитерських із цукру за шість років збільшився більш ніж удвічі.

Слід зазначити, що динаміка зростання експорту впродовж 2008-2013 років була непостійною. Після відносно швидкого зростання експорту протягом 2008-2010 в наступні роки помітного приросту експортних поставок зафіксовано не було. На нашу думку, причиною такої динаміки було загострення боргової кризи в ЄС.

Слабким місцем експортних поставок до ЄС була незначна географічна диверсифікація. Упродовж 2008-2013 років експорт кондитерських виробів здійснювався переважно тільки до країн Балтії та Німеччини. Збільшити експортні поставки до інших країн ЄС після набуття членства в СОТ поки що не вдалося.

Імпорт кондитерських виробів в Україну протягом 2008-2013 мав тенденцію до повільного зростання (табл. 3). Загальний обсяг імпортованих кондитерських виробів усіх видів збільшився у 2013 році порівняно з 2008 у вартісних одиницях на 50%, у фізичних одиницях – на 4%. У вартісних одиницях зростання імпорту відбулось у всіх видах кондитерських виробів, що можна пояснити загальним зростанням світових цін на продовольчі товари у 2008-2013 роках. У фізичних одиницях помітне зростання імпорту спостерігалось тільки

щодо виробів кондитерських із цукру, тоді як імпорту печива солодкого і вафель залишався практично на одному рівні.

Суттєвого зростання фізичного імпорту кондитерських виробів з ЄС у 2008-2013 роках зафіксовано не було. Стосовно окремих видів кондитерської продукції, зокрема шоколадних виробів, мало місце навіть зменшення імпорتنних поставок. На нашу думку, це свідчить про відносно велику конкурентоспроможність вітчизняної продукції у порівнянні з продукцією з ЄС на внутрішньому ринку.

Виробництво алкогольних напоїв протягом 2008-2013 років мало тенденцію до скорочення, особливо після 2010 (табл. 1). Для порівняння: у 2003-2007 роках виробництво міцних напоїв збільшилось із 34 до 66 млн. дал, вина – з 19 до 24 млн. дал, пива – зі 170 до 316 млн. дал. Після вступу України до СОТ можна було очікувати подальшого зростання виробництва за рахунок відкриття зовнішніх ринків. Однак більш потужними факторами виявились світова фінансова криза 2008-2009 років і пов'язане з нею посилення податкового тиску на вітчизняних виробників алкогольних напоїв, що стримало зростання виробництва.

У зовнішній торгівлі основними експортними ринками для вітчизняних алкогольних напоїв залишались країни Митного союзу (табл. 4). Упродовж 2008-2013 частка країн МС в експорті міцних напоїв коливалася в межах 64-75%, вина – 84-93%, пива – 82-87%. Частка країн ЄС в експорті міцних напоїв не перевищувала 12 %, вина – 7 %, пива – 3 %. Крім того, слід додати, що в межах самого Європейського Союзу ці мінімальні обсяги експорту розподілялись нерівномірно. Експортні поставки здійснювались переважно тільки до п'яти країн: Німеччини, Польщі, Латвії, Литви, Естонії.

Більше значення країни ЄС відігравали в імпорті алкогольних напоїв в Україну (табл. 5). Серед міцних напоїв частка країн ЄС перевищувала в імпорті частку країн МС і сягала 45%. Імпорт вина з країн ЄС у 2008-2013 роках зростав абсолютно і відносно, у 2013 його частка в загальному імпорті дорівнювала 34%. Серед міцних напоїв і вина серйозну конкуренцію для продукції з країн ЄС на внутрішньому ринку України становили алкогольні напої з інших країн, зокрема з Грузії та Молдови.

У цілому імпорту алкогольних напоїв до України у 2008-2013 роках мав тенденцію до зростання, особливо це стосується міцних напоїв і пива. Географія імпорتنних поставок була більш широкою, ніж експортних. Якщо серед країн ЄС продукція з України експортувалась тільки до 5 країн, то імпорту надходив практично від усіх провідних європейських виробників. Міцні напої імпортувались з Франції, Великобританії, Німеччини, Ірландії; вино – з Італії, Франції, Іспанії, Португалії; пиво – з Бельгії, Німеччини, Чехії, Нідерландів.

У разі відкриття внутрішнього ринку імпорту алкогольних напоїв із країн ЄС може становити серйозну конкуренцію місцевим виробникам. Про це свідчить досвід колишньої югославської республіки Македонії, з якою було укладено угоду про вільну торгівлю у 2001 році. Імпорт вина з цієї республіки мав велику питому вагу в загальному імпорті у 2008-2013 роках, тоді як експорт вітчизняних алкогольних напоїв до колишньої югославської республіки Македонії був мінімальним.

Позитивним моментом від укладання угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС повинно стати посилення інтеграційних зв'язків між вітчизняними виробниками алкогольних напоїв та європейськими фірмами. Вітчизняна лікєро-горілчана, виноробна, пивоварна галузі потребують сучасних технологій та обладнання, якими в достатній кількості володіє Європейський Союз. А Україна має унікальні природно-кліматичні умови для вирощування й переробки технічних сортів винограду і просування на світовому ринку відповідних сортів вина, що може

Таблиця 4. Динаміка експорту алкогольних напоїв

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Міцні напої, млн. дал 100% спирту							
Всього	3,43	2,76	3,01	2,31	2,44	2,35	69
в т.ч. до: країн МС	2,55	1,94	2,11	1,47	1,68	1,77	69
країн ЄС	0,30	0,25	0,29	0,28	0,24	0,22	74
інших країн	0,58	0,57	0,61	0,56	0,52	0,36	63
Вино, млн. дал							
Всього	2,48	6,67	6,37	3,32	4,48	6,10	246
в т.ч. до: країн МС	2,17	6,21	5,86	2,79	4,11	5,63	260
країн ЄС	0,17	0,15	0,12	0,13	0,11	0,10	59
інших країн	0,14	0,31	0,39	0,40	0,26	0,37	253
Пиво, млн. дал							
Всього	35,1	34,0	29,9	26,2	29,3	24,2	69
в т.ч. до: країн МС	28,8	29,3	25,9	22,5	25,1	20,1	70
країн ЄС	0,4	0,4	0,9	0,3	0,4	0,7	183
інших країн	5,9	4,3	3,1	3,4	3,8	3,4	57

Джерела: Експорт-імпорту окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

Таблиця 5. Динаміка імпорту алкогольних напоїв в Україну

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Міцні напої, млн. дал 100% спирту							
Всього	1,58	1,29	1,83	2,99	3,00	3,62	229
в т.ч. з: країн МС	0,17	0,10	0,27	0,61	0,68	0,91	523
країн ЄС	0,19	0,25	0,58	1,33	1,10	1,04	554
інших країн	1,22	0,94	0,98	1,05	1,22	1,67	137
Вино, млн. дал							
Всього	4,09	1,68	3,28	5,00	3,33	3,47	85
в т.ч. з: країн МС	0,07	0,00	0,00	–	0,00	0,00	0
країн ЄС	0,27	0,28	0,43	0,76	0,93	1,18	430
інших країн	3,75	1,40	2,85	4,24	2,40	2,29	61
Пиво, млн. дал							
Всього	1,91	1,45	2,37	3,46	3,97	4,66	244
в т.ч. з: країн МС	0,89	0,81	1,37	1,98	2,10	2,60	292
країн ЄС	0,95	0,43	0,90	1,35	1,70	1,93	203
інших країн	0,07	0,21	0,10	0,13	0,17	0,13	192

Джерела: Експорт-імпорту окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

бути цікавим для європейського бізнесу. Таким чином, якщо укладання угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС буде доповнене комплексом заходів щодо поліпшення інвестиційного клімату (послаблення податкового тягаря, зменшення надмірної регламентації галузі тощо), то позитивний ефект від лібералізації торгівлі буде тільки зростати.

Невідповідність вітчизняної продукції вимогам європейських споживачів за якісними параметрами є, на нашу думку, головною перешкодою щодо просування вітчизняної продукції на ринки ЄС. Імпортне мито практично не впливає на цінову конкурентоспроможність. Наприклад, чинна митна ставка для міцних напоїв і пива, які постачаються з України в ЄС, становить 0%, для ігристих вин – 0,32 євро / л, для інших вин у середньому – 0,17 євро / л [5]. Для порівняння: експорт міцних напоїв з України до МС обкладається митом у розмірі 2 євро / л 100% спирту; вин (ігристих і неігристих) – 20%; пива – 0,6 євро / л. Таким чином, укладання угоди про вільну торгівлю України з ЄС практично не поліпшить цінову конкурентоспроможність вітчизняних алкогольних напоїв на ринку ЄС. Основною проблемою є покращення нецінової конкурентоспроможності.

Ступінь експортної орієнтації та масштаби експансії імпорту на внутрішньому ринку алкогольних напоїв характеризують такі

Таблиця 6. Зміни в експортній орієнтації виробництва та експансії імпорту на внутрішньому ринку, %

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008
Міцні напої							
Частка експорту у виробництві	13	12	13	12	12	13	0
Частка імпорту у внутрішньому споживанні	6	6	9	14	15	19	+13
Вино							
Частка експорту у виробництві	10	24	19	16	28	36	+26
Частка імпорту у внутрішньому споживанні	15	8	11	22	22	24	+9
Пиво							
Частка експорту у виробництві	11	11	10	9	10	9	-2
Частка імпорту у внутрішньому споживанні	1	1	1	1	1	2	+1

Джерела: Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; Статистичні щорічники України за 2008-2012 рр. / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; Виробництво промислової продукції за видами в Україні / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

Таблиця 7. Динаміка експорту соків, мінеральних вод та інших безалкогольних напоїв

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Соки фруктові і овочеві, тис. т							
Всього	80	76	86	58	108	144	181
в т.ч. до: країн МС	48	34	46	39	57	60	124
країн ЄС	11	27	29	9	43	75	682
інших країн	21	15	11	10	8	9	43
Води натуральні мінеральні, млн. дал							
Всього	1,4	1,1	1,0	0,8	0,8	0,7	52
в т.ч. до: країн МС	0,8	0,6	0,3	0,2	0,6	0,2	18
країн ЄС	0,1	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	88
інших країн	0,5	0,5	0,7	0,6	0,2	0,5	100
Інші безалкогольні напої, млн. дал							
Всього	16	11	12	11	11	14	84
в т.ч. до: країн МС	8	5	6	5	5	6	84
країн ЄС	2	2	1	1	1	1	69
інших країн	6	4	5	5	5	7	117

Джерела: Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>>; розрахунки.

показники, як частка експорту у виробництві й частка імпорту у внутрішньому споживанні (табл. 6). Як видно з даних табл. 6, серед алкогольних напоїв найбільш експортноорієнтованим було виробництво вина. Так само на внутрішньому ринку вина спостерігалась найбільша експансія імпорту. А виробництво пива навпаки у 2008-2013 роках було орієнтовано переважно на внутрішній ринок і в найменшій мірі потерпало від конкуренції з боку імпорту. Міцні алкогольні напої щодо експортної орієнтації та конкурентоспроможності займали, так би мовити, проміжні позиції. Подібна ситуація склалася після лібералізації зовнішньої торгівлі внаслідок приєднання до СОТ. З певним ступенем імовірності можна очікувати, що подібні наслідки будуть і після укладання угоди про вільну торгівлю з ЄС.

Кожний сегмент ринку алкогольних напоїв (міцні напої, вино, пиво) має свої особливості, які визначають його реакцію на зовнішні шоки, до яких можна віднести й укладання угоди про вільну торгівлю. Ці особливості стосуються як технології

виробництва, сировинної бази, контингенту споживачів, так і податкового тиску, захисту від конкуренції з боку імпорту, наявності прямих іноземних інвестицій, рівня монополізму тощо. Зокрема, виробництво алкогольних напоїв в Україні характеризується високим рівнем концентрації, а за своїми ознаками ринок алкогольних напоїв наближається до олігополії.

Великий рівень концентрації виробництва створює сприятливі умови для діяльності транснаціональних корпорацій. З огляду на значний аграрно-сировинний потенціал України їх присутність у вітчизняній харчовій промисловості є досить вагомим. Своєю діяльністю вони охоплюють увесь регіон Центральної та Східної Європи і в залежності від поточної кон'юнктури на конкретному ринку віддають перевагу або виробництву, або імпорту готової продукції. Укладання угоди про вільну торгівлю між Україною і ЄС безумовно буде мати вплив на їх діяльність, але навряд чи змінить її принципово. Можна очікувати збільшення імпорту готових виробів, зокрема алкогольних напоїв, з країн ЄС в Україну і зростання поставок сировинної продукції у протилежному напрямі.

Враховуючи високі споживчі стандарти в країнах ЄС, гостру конкуренцію на європейському ринку, навряд чи можна очікувати, що скасування бар'єрів для торгівлі автоматично суттєво збільшить обсяги продажу вітчизняних алкогольних напоїв на європейському ринку. Принаймні це вимагає від вітчизняних компаній проведення суттєвої модернізації виробництва й посилення маркетингової діяльності у західному напрямі.

Від укладання угоди найбільш імовірно виграють вітчизняні виробники, які вже знайшли свої ніші на європейському ринку, а також вітчизняні споживачі, які отримають додатковий захист від контрафактної продукції та доступ до продукції європейського рівня якості. Є підстави сподіватися, що укладання угоди про вільну торгівлю між Україною і ЄС сприятиме збільшенню прямих іноземних інвестицій із країн ЄС у вітчизняну лікєро-горілчану, виноробну й пивоварну галузі та зростанню експортного потенціалу щодо країн Митного союзу.

Виробництво безалкогольних напоїв (як і виробництво алкогольних напоїв) у 2008-2013 роках мало загальну тенденцію до скорочення (табл. 1). Суттєве зменшення виробництва відбулось у всіх видах безалкогольних напоїв у 2009 році під час світової фінансової кризи. У посткризовий період рівень виробництва коливався із загальною тенденцією до скорочення.

Значного зростання загального експорту безалкогольних напоїв протягом 2008-2013 років зафіксовано не було, крім соків фруктових і овочевих, експорт яких збільшився на 81% (табл. 7). Основним експортним ринком для безалкогольних напоїв у 2008-2013 роках залишався Митний союз. Серед безалкогольних напоїв важливе значення щодо експорту в ЄС відігравали тільки фруктові й овочеві соки. Експорт мінеральних вод та інших безалкогольних напоїв мав незначні обсяги та загальну тенденцію до скорочення.

Загальний імпорт соків фруктових і овочевих у 2008-2013 роках щорічно зменшувався і в підсумку за шість років скоротився на 53% (табл. 8). Натомість імпорт вод натуральних мінеральних щорічно зростає і у 2013 році перевищив рівень 2008 на 83%. Так само у 2010-2013 роках зростає й імпорт інших безалкогольних напоїв.

Як видно з табл. 8, імпорт фруктових і овочевих соків з ЄС до України у 2008-2013 роках скоротився на 45%; інших безалкогольних напоїв – на 71%, а мінеральних натуральних вод залишився без змін. Таким чином, експансії імпорту безалкогольних напоїв з ЄС на внутрішньому ринку України протягом 2008-2013 років зафіксовано не було. Збільшення імпорту відбувалося з інших країн світу завдяки більш конкурентній ціні.

Таблиця 8. Динаміка імпорту соків, мінеральних вод та інших безалкогольних напоїв

Показники	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013 до 2008, %
Соки фруктові і овочеві, тис. т							
Всього	67	43	41	37	31	31	47
в т.ч. з: країн МС	6	3	3	4	4	5	92
країн ЄС	19	14	14	12	10	10	55
інших країн	42	26	24	21	17	16	38
Води натуральні мінеральні, млн. дал							
Всього	3,2	2,4	3,9	4,5	5,8	5,9	183
в т.ч. з: країн МС	0,4	0,3	0,6	0,7	1,1	1,6	388
країн ЄС	0,5	0,2	0,3	0,4	0,5	0,5	101
інших країн	2,3	1,9	3,0	3,4	4,3	3,8	165
Інші безалкогольні напої, млн. дал							
Всього	4,1	1,7	1,0	1,3	2,2	2,2	54
в т.ч. з: країн МС	2,1	0,9	0,3	0,5	0,8	1,1	50
країн ЄС	1,8	0,4	0,4	0,4	0,6	0,5	29
інших країн	0,2	0,4	0,3	0,4	0,8	0,6	300

Джерела: Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України [Електронний ресурс]. – Доступний з: <<http://www.ukrstat.gov.ua>> ; розрахунки.

ВИСНОВКИ

1. Позитивним результатом євроінтеграції для вітчизняних виробників напоїв і кондитерських виробів буде залучення до передових європейських технологій, сучасного менеджменту й маркетингу. Однією з основних умов вступу до Європейського Союзу є спроможність витримувати конкурентний тиск на внутрішньому ринку Співтовариства. Тому євроінтеграція є потужним стимулом до запровадження європейських стандартів виробництва і споживання, посилення боротьби з виробниками контрафактної продукції тощо. Після створення зони вільної торгівлі між Україною та ЄС за умов належного інвестиційного клімату можна очікувати збільшення капіталовкладень з країн ЄС у вітчизняну харчову промисловість.

2. Значні перспективи щодо збільшення експортних поставок після укладання угоди про вільну торгівлю з ЄС відкриваються для вітчизняної кондитерської галузі. Після лібералізації зовнішньої торгівлі та вступу України до СОТ для кондитерських виробів, зокрема печива солодкого і вафель, шоколадних виробів і виробів кондитерських із цукру, було зафіксовано збільшення експорту до країн ЄС і мінімальні обсяги експансії імпорту на внутрішньому ринку. Це свідчить про високу конкурентоспроможність вітчизняної кондитерської галузі та її спроможність у разі укладання угоди про вільну торгівлю з ЄС збільшити експортні поставки на європейський ринок і витримати конкурентний тиск з боку імпорту на внутрішньому ринку.

3. Аналіз періоду перебування України в СОТ свідчить про низьку конкурентоспроможність вітчизняних алкогольних напоїв на ринку ЄС. П'ять років членства в СОТ не дали можливості вітчизняним виробникам алкогольних напоїв збільшити експорт до країн ЄС. Більше того, стосовно міцних напоїв і вина відбувалося зменшення експортних поставок. Географія поставок також суттєво не розширилась, оскільки переважна більшість експорту впродовж 2008-2013 років надходила тільки до 5 країн ЄС: Німеччини, Польщі, Латвії, Литви, Естонії.

4. Низьку динаміку експортних поставок до країн ЄС алкогольних напоїв спричинив комплекс факторів. Далася взнаки як світова фінансова криза 2008-2009 років, так і наступна боргова криза в країнах ЄС. Однак ключовими факторами, які перешкоджають поширенню вітчизняної продукції на європейському ринку, є невідповідність стандартам ЄС, низька конкурентоспроможність продукції та слабка маркетингова

підтримка вітчизняних брендів. Європейський споживач висуває високі вимоги до якості продукції, яка на внутрішньому ринку ЄС ретельно перевіряється. Таким чином, мало ймовірно, що зменшення імпорту мита внаслідок укладання угоди про вільну торгівлю між Україною та ЄС автоматично призведе до зростання вітчизняного експорту. Серед заходів збільшення конкурентоспроможності вітчизняної продукції можна назвати такі: зменшення податкового тиску на експортерів, демонополізація та приватизація спиртової галузі, збільшення ліцензійного виробництва українських брендів у країнах ЄС.

5. Високий рівень вірогідності має експансія алкогольних виробів з ЄС на внутрішньому ринку України після укладання угоди про вільну торгівлю. Упродовж перших п'яти років членства України у СОТ імпорт продукції з ЄС збільшився у всіх видах алкогольних напоїв: міцних напоїв – у 6 разів, вина – у 4, пива – у 2 рази. Таким чином, можна очікувати, що після набуття чинності угоди про вільну торгівлю експансія на внутрішньому ринку алкогольної продукції з ЄС буде ще більш інтенсивною.

6. Серед безалкогольних напоїв можливість збільшити експортні поставки до ЄС після укладання угоди про вільну торгівлю мають виробники фруктових і овочевих соків. Виробники мінеральних вод та інших безалкогольних напоїв володіють незначним експортним потенціалом на ринку ЄС, оскільки після вступу України до СОТ їм не вдалося збільшити експортні поставки. Разом з тим малоймовірно, що експансія імпорту з ЄС після укладання угоди про вільну торгівлю зменшить їх частку на внутрішньому ринку.

Ukrainian producers of confectionery have good chances to increase export delivery to European Union after signing of an agreement of a Deep and Comprehensive Free Trade Area between Ukraine and the European Union. Increase of export delivery of biscuit, waffle, chocolate and sweets took place from Ukraine to European Union after an accession of Ukraine to the World Trade Organization. Small-sized increase of import delivery of biscuit, waffle, chocolate, sweets took place from European Union to Ukraine after an accession of Ukraine to the World Trade Organization. Thus, competitive capacity of Ukrainian producers of confectionery at the domestic market of Ukraine is sufficiently high.

Ukrainian producers of alcoholic beverages do not have good chances to increase export delivery to European Union after signing of an agreement of a Deep and Comprehensive Free Trade Area between Ukraine and the European Union. Increase of export delivery of alcoholic beverages did not take place from Ukraine to European Union after an accession of Ukraine to the World Trade Organization. On the other hand, big growth of import deliveries of alcoholic beverages took place from European Union to Ukraine after an accession of Ukraine to the World Trade Organization. Thus, competitive capacity of the Ukrainian producers of alcoholic beverages in the EU market is rather low.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грищенко А. Європейський та євразійський вектори економічної інтеграції України / А. Грищенко // Економіка України. – 2012. – №7. – С. 80-88.
2. Крисанов Д. Системи технічного регулювання Європейського Союзу, України та Митного союзу для агропродовольчої сфери: напрями їх зближення, можливості звуження невідповідності та зменшення асиметричності / Д. Крисанов // Економіст. – 2014. – №2. – С. 4-10.
3. Радзівєвська С. О. Вектор інтеграції та науково-технічний розвиток України / С. О. Радзівєвська // Економіка України. – 2013. – № 11. – С. 51-60.
4. Сиденко В. Р. Глобалізація – європейська інтеграція – економічне розвиток: українська модель [Текст]. Т.2. Європейська інтеграція і економічне розвиток / В. Р. Сиденко. – К.: Ін-т економіки і прогнозування НАН України, 2011. – 448 с.
5. TARIC Consultation [Electronic resource]. – Mode of access: <http://ec.europa.eu/taxation_customs/dd22/taric/taric_consultation.jsp>.