СВІТОВЕ ГОСПОДАРСТВО І МІЖНАРОДНІ ЕКОНОМІЧНІ ВІДНОСИНИ

УДК 339.542.2

Ключник А.В., д. е. н., професор,
завідувач кафедри публічного управління
та адміністрування і міжнародної економіки
Миколаївський національний аграрний університет
Баришник Л.С., магістр спеціальності
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»
Миколаївський національний аграрний університет

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ВИХОДУ АГРАРНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА РИНОК ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ

Ключник А.В., Баришник Л.С. Стратегічні напрями виходу аграрних підприємств на ринок Європейського Союзу. У статті розглянуто основні напрями та мотиви виходу українського підприємства на ринок ЄС. Проаналізовано стан, структуру та особливості експорту зернових та олійних культур підприємств Миколаївської області в країни Європейського Союзу. Визначено стратегічні напрями активізації виходу аграрних підприємств на ринок ЄС.

Ключові слова: зовнішньоторговельна діяльність, ринок ЄС, зовнішній ринок, експорт, Торгово-промислова палата, експорт «під ключ», контракт.

Ключник А.В., Барышник Л.С. Стратегические направления выхода аграрных предприятий на рынок Европейского Союза. В статье рассмотрены основные направления и мотивы выхода украинского предприятия на рынок ЕС. Проанализированы состояние, структура и особенности экспорта зерновых и масличных культур предприятий Николаевской области в страны Европейского Союза. Предложены стратегические пути активизации выхода аграрных предприятий на рынок ЕС.

Ключевые слова: внешнеторговая деятельность, рынок ЕС, внешний рынок, экспорт, Торгово-промышленная палата, экспорт «под ключ», контракт.

Klyuchnik A.V., Baryshnyk L.S. Strategic directions out agricultural enterprises on the European Union market. In the article discusses the basic directions and Ukrainian motives release on the EU market. Analyzed the structure and features of export grain and oilseeds business Mykolayiv region to the European Union. Determined the strategic directions out agricultural enterprises on the European Union market.

Keywords: foreign trade activities, the EU market, export, Chamber of Commerce, the export of «turnkey», contract.

Постановка проблеми. 1 січня 2016 р. розпочалося тимчасове застосування торговельної частини Угоди про асоціацію між Україною та Євросоюзом. Вільна торгівля українських підприємств аграрного сектору з ЄС означає [2, с. 8]:

– лібералізацію торгівлі;

– реальну можливість відміни Євросоюзом антидемпінгових заходів, які діють щодо товарів, що походять з України;

– запровадження спеціальних захисних механізмів щодо чутливих для українських виробників товарах;

– здешевлення витрат на митне оформлення товару;

– додатковий прибуток експортерів від скасування ввізних мит ЄС;

– поступове відкриття для українських компаній ринків державних закупівель держав – членів ЄС;

– скасування Євросоюзом експортних субсидій на сільгосппродукцію.

У перспективі існує можливість домогтися додаткових переглядів окремих норм зони вільної торгівлі (ЗВТ), наприклад, збільшення квот на безмитне ввезення української агропродукції.

Основною і, напевне, найважливішою умовою виходу вітчизняних підприємств на ринок ЄС є забезпечення відповідності рівня якості українських товарів євростандартам. Верифікація національних підприємств є обов'язковою умовою для отримання дозволу на експорт продукції до країн Європейського Союзу. У процесі цього інспектують не тільки товаровиробників, але й їхніх партнерів,

тобто постачальників сировини. Також перевірці підлягають рівень ветеринарного контролю, відповідність законодавства країни європейським нормам тощо [5, с. 89].

У зв'язку із цим аграрним підприємствам необхідно переглянути стратегію виходу на ринок ЄС, яка передбачає перегляд якості продукції, її потенціалу на ринку, маркування, вимог до експорту в ЄС тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Побудовою стратегії виходу підприємства на ринок ЄС, її дослідженням та аналізом займалися численні вітчизняні науковці, зокрема: В.О. Василенко [1], О. Мірошниченко [2], А.І. Кредісов [3], О.В. Крисальний [4], А.П. Румянцев [5] та ін.

Постановка завдання. Метою дослідження є визначення стратегічних напрямів виходу аграрних підприємств на ринки Європейського Союзу на прикладі підприємств Миколаївської області.

Виклад основних результатів. Початок співпраці України та ЄС на умовах зони вільної торгівлі для підприємств – виробників сільськогосподарської продукції має як переваги, так і негативні перспективи. Серед них можна виділити такі [2, с. 12]:

– висока конкуренція на європейському ринку продовольчих і промислових товарів залишає українську продукцію без шансів. Конкурентоспроможність товарів ЄС підтримується завдяки таким механізмам, як технічні стандарти, санітарні та фітосанітарні норми, а також фінансова підтримка аграрного сектора з бюджету ЄС та окремих країн відкриття внутрішнього ринку може привести до поширення експансії європейських товарів на український ринок. Це, своєю чергою, може зумовити ще більше поглиблення кризи аграрного сектора економіки та банкрутство вітчизняних сільськогосподарських підприємств;

– значна маса кваліфікованих кадрів кинеться за рубіж у пошуках гідного доходу. А це означає, що країні загрожують голодування в частини кваліфікаційних кадрів і страхітливі показники наростаючої демографічної кризи;

– зменшиться рівень граничних тарифів увізного мита, який може призвести до тиску імпорту на ті галузі агропромислового комплексу, які не мають переваг щодо рівня собівартості (виробництво цукру), а також на ті, що отримували значну державну підтримку (виробництво м'яса птиці й свинини) і, як результат, можливе звуження внутрішнього ринку збуту для цих товаровиробників.

Миколаївська облдержадміністрація має підписані угоди про співпрацю з європейськими країнами: Бельгією, Болгарією, Німеччиною, Латвією, Литвою, Польщею, Словаччиною, Францією та Великою Британією. Метою цих угод в аграрній сфері є сприяння встановленню ділових контактів між миколаївськими сільгоспвиробниками та іноземними компаніями.

Розглянемо основні тенденції експорту підприємств Миколаївської області до країн ЄС на прикладі зернових та олійних культур, які вважаються основною експортною продукцією АПК (табл. 1, 2).

Таблиця 1

Експорт зернових культур до країн Європейського Союзу підприємств Миколаївської області, тис. дол. США

Країни	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2014 р.	
			темп росту, у %	збільшення/ зменшення (–)
Усього	**99909,8**	**156831,6**	**156,97**	**56923,4**
Бельгія	–	547,9	–	547,9
Болгарія	–	4,0	–	4,0
Велика Британія	15668,2	3489,0	22,3	–12179,2
Греція	–	2824,1	–	2824,1
Ірландія	5778,8	8706,6	150,7	2927,8
Іспанія	43080,8	65237,8	151,4	22157,0
Італія	24236,8	32989,6	136,1	8752,8
Мальта	0,0	0,1	0,0	0,1
Нідерланди	11145,2	18572,2	166,6	7427,0
Німеччина	–	6715,0	–	6715,0
Португалія	–	17745,3	–	17745,3

Розглянувши табл. 1, можемо стверджувати, що в 2015 р. експорт зернових культур виріс на 56,97%. Це пояснюється збільшенням вивозу зернових до таких європейських країн, як Нідерланди (166,6%), Іспанія (151,4%) та Ірландія (150,7%). У 2015 р. підприємства Миколаївської області розширили ринок збуту (Греція, Німеччина та Португалія). Також сприяла низька ціна на м'яку пшеницю та можливість підприємствами області виконувати зобов'язання з великими об'ємами поставки. Зниженню збуту до Італії сприяло надання переваги італійськими компаніями сортам твердої пшениці, що в Миколаївській області майже не вирощується. Обсяг постачання зернових культур на ринок Великої Британії впав на 77,7% через високі вимоги до стандартів якості та сертифікації продукції.

Обсяг експорту олійних культур Миколаївської області в 2015 р. зменшився на 43,3%. Зниженню даного показника сприяло зменшення обсягів постачання до таких країн, як Нідерланди (-97,5%) та Франція (-58,6%), і відсутність співпраці у цій сфері у звітному році з Італією, Німеччиною та Литвою. Хочемо зазначити, що в 2015 р. Миколаївська область значно підвищила експорт олійних культур до Бельгії (у чотири рази), Болгарії (у три рази) та Іспанії (у два рази) у зв'язку з дешевим способом транспортування через порти Чорного моря, що також спричинило зниження обсягів, що поставлялися до Польщі. Однак оскільки основними імпор-

терами досліджуваних культур є Нідерланди та Франція, то на показник росту експорту це не вплинуло. Зниження експорту зумовлене низькою ціною, запропонованою представником ринку ЄС.

Таблиця 2

Експорт олійних культур до країн Європейського Союзу підприємств Миколаївської області, тис. дол. США

Країни	2014 р.	2015 р.	2015 р. до 2014 р.	
			темп росту, у %	збільшення/ зменшення (–)
Усього	**46730,2**	**31163,2**	**66,7**	**–15567**
Бельгія	407,9	2173,5	532,9	1765,6
Болгарія	73,1	338,9	463,6	265,8
Велика Британія	492,9	220,0	44,6	–272,9
Греція	1858,3	2366,7	127,4	508,4
Естонія	–	16,9	–	16,9
Іспанія	2120,8	5932,5	279,7	3811,7
Італія	3067,2	–	–	–3067,2
Литва	13,8	–	–	–13,8
Нідерланди	22853,6	568,5	2,5	–22285,1
Німеччина	497,1	–	–	–497,1
Польща	66,7	36,2	54,3	–30,5
Португалія	7892,7	16385,4	207,6	8492,7
Румунія	–	64,9	–	64,9
Франція	7386,1	3059,7	41,4	–4326,4

Однією з найбільших проблем виходу підприємства на зовнішньоторговельний ринок ЄС є встановлення ділових зв'язків. Це пояснюється тим, що:

– нерідко для досягнення успіху на ринку ЄС недостатньо лише відповідності галузевим європейським стандартам та ціновій конкурентоспроможності;

– неправильно проведений аналіз та помилкові висновки;

– не передбачувані зміни у зовнішньому середовищі;

– підприємства не вміють залучити до реалізації стратегії свій внутрішній потенціал.

Річ не тільки в підрахунках і порівнянні характеристик товару. Важливим ключовим чинником успіху є вибір стратегічного контрагента та вдале партнерство з ним. Дані критерії здебільшого є пріоритетними на досліджуваному ринку сільськогосподарської продукції. Попри те, що частка торгівлі національного АПК із країнами Європи є найбільшою у загальному обсязі експорту, багато українських підприємств АПК нині перебувають у стані активного пошуку співпраці з західними компаніями [4, с. 16].

Активізації встановлення ділових відносин з європейськими партнерами в сучасному бізнес-середовищі сприяють послуги, що надають регіональні торгово-промислові палати областей (РТПП), зокрема надання їх комплексної послуги – експорт до ЄС «під ключ».

До комплекс послуг «Експорт до ЄС «під ключ» належать [6]:

– первинна консультація;

– аналіз експортної готовності підприємства;

– інформаційна довідка за кодами TARIC, УКТ ЗЕД, ставками митних, антидемпінгових та інших мит, акцизи і ПДВ;

– аналіз вимог до товарів і підприємств під час експорту товарів до ЄС;

– рекомендації щодо маркування товарів;

– моніторинг ринків, потенціал продукту на ринку (включає також підготовку комерційної пропозиції згідно з вимогами Євросоюзу і розміщення її на провідних європейських пошукових ресурсах або передача торгово-промисловим палатам інших країн);

– пошук нотифікованого органу сертифікації на відповідність міжнародному стандарту HACCP (ISO 22000), допомога в проходженні сертифікації;

– складання та юридична експертиза зовнішньоекономічного контракту;

– митне оформлення товару.

Дана послуга дає змогу ефективно та оперативно оформити співпрацю з європейським діловим партнером, використовуючи при цьому можливості міжнародної системи торгово-промислових палат, обширну ділову інформацію та дають можливість зустрітися з потенційним діловим партером як за кордоном, так і на території України. Експорт «під ключ» має відповідні переваги, це:

– повна підготовка пакету документів (сертифікати, зовнішньоторговельний контракт);

– заощадження коштів підприємства на самостійну організацію експортного процесу;

– оптимізація витрат;

– отримання підприємством усіх дозвільних документів на експорт;

– консалтинг підприємства щодо питань виходу на зовнішньоторговельний ринок ЄС.

Умови тарифного і нетарифного регулювання в країні імпорту української продукції мають вирішальне значення під час підготовки зовнішньоекономічного контракту. Якщо підприємство визначило потенційних покупців своїх товарів та послуг на ринках Євросоюзу, потрібно вивчити умови поставок і послуг до країни – майбутнього контрагента. У даній ситуації РТПП надає таку послугу, як виконання повного аналізу вимог до товару в конкретній країні, що включає:

– митні збори, акциз, ПДВ;

– тарифні преференції;

– антидемпінгові та компенсаційні мита;

– митні та компенсаційні збори;

– спеціальні заборони й обмеження на імпорт та експорт, ліцензування і квотування зовнішньоекономічних операцій;

– заходи безпеки, сертифікація, екологічний контроль та інші спеціальні норми, що регулюють зовнішньоекономічну діяльність [6].

Вирішальну роль під час вибору стратегії повинні відігравати переваги та особливості роботи, якими володіє підприємство. До особливостей реалізації зернових та олійних культур аграрними підприємствами належать:

– можливість реалізовувати продукцію великими партіями і без посередників, що значно підвищує отриманий фінансовий результат;

– на обсяги експортування зернових та соняшнику великий вплив мають погодні компоненти, у зв'язку із чим може варіюватися ціна за культуру.

Вважаємо, що стратегічними напрямами виходу аграрних підприємств на ринок Європейського Союзу є:

– здійснення ефективного аналізу свого внутрішнього потенціалу;

– підвищення конкурентоспроможності вітчизняного товару, відповідності його європейським стандартам;

– налагодження співпраці з регіональними торгово-промисловими палатами.

Висновки. Зона вільної торгівлі, введена 1 січня 2016 р. між Європейським Союзом та Україною, має свої переваги та недоліки. До позитивних факторів належать лібералізація торгівлі, здешевлення витрат на митне оформлення, відміна антидемпінгових заходів тощо. Проте, зважаючи на останні події, ринок ЄС має і негативні перспективи для експортерів вітчизняної сільськогосподарської продукції, зокрема неконкурентоспроможність товарів пов'язана із санітарними та фітосанітарними нормами, технічними стандартами та низькою підтримкою аграрного сектору державою.

У 2015 р. експорт зернових культур до країн ЄС підвищився на 57%, цьому сприяло відкриття сільськогосподарських ринків Греції, Болгарії, Португалії та Німеччини. Експорт олійних культур на ринок Європейського Союзу скоротився на 43% у зв'язку зі зменшенням поставок до Італії, Франції та Нідерландів, що пов'язано з низькою ціновою пропозицією з боку представників даних країн. Виникає об'єктивна необхідність у проведенні оцінки ринкового середовища ЄС та розробленні стратегічних напрямів проникнення до нього. Важливим у цьому питанні є можливість допомоги Торгово-промислової палати України та її регіональних відділень. Консультації та послуги РТПП, що входять до комплексу «Експорт «під ключ», дадуть змогу підприємству не тільки зменшити комерційний ризик від виходу на зовнішньоторговельний ринок, а й ефективно організувати процес ефективної співпраці з європейським контрагентом.

Список літератури:

1. Василенко В.О. Теорія і практика прийняття управлінських рішень: [навч. посіб.] / В.О. Василенко. – К.: ЦУЛ, 2003. – 420 с.

2. Мірошниченко О. Інтернаціоналізація бізнесу та вихід на ринки Європейського Союзу / О. Мірошниченко. – Київ: Клименко, 2015. – 380 с.

3. Кредісов А.І. Управління зовнішньоекономічною діяльністю: [навч. посіб.] / А.І. Кредісов; 2-ге вид., випр. і допов. – К: ВІРА-В, 2002. – 552 с.

4. Крисальний О.В. Формування системи державної підтримки розвитку агропромислового виробництва в Україні / О.В. Крисальний // Економіка АПК. – 1998. – № 7. – С. 14–18.

5. Румянцев А.П. Зовнішньоекономічна діяльність: [навч. посіб.] / А.П. Румянцев, Н.С. Румянцева. – К.: Центр навч. л-ри, 2004. – 377 с.

6. Комплексна послуга ЕКСПОРТ до ЄС «ПІД КЛЮЧ» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.rtpp.com.ua/uk/chamber/3/kompleksna-posluga-eksport-do-yes-pid-klyuch.html.