

2. ПРОБЛЕМИ ВИХОДУ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

В.А. Винник

І.В. Ковальчук, канд .екон. наук

Національний університет харчових технологій

Нинішня геополітична обстановка поставила перед українським бізнесом складну дилему: або він пробивається на європейські ринки, або приречений на занепад. Російський ринок для українських підприємців за будь-якого розвитку подій в найближчому майбутньому буде вкрай нестабільним, а внутрішній

національний ринок у зв'язку з різким зниженням доходів населення не зможе навіть частково адсорбувати продукцію зі східного напрямку. Привабливими можуть виявитися ринки Азії та Африки, проте для більшості галузей економіки ці регіони можуть бути лише екзотичним доповненням.

Зміна географічних орієнтирів проходить досить складно, однак Україна вже зробила певні кроки. Багато національних підприємств усвідомили необхідність розширення горизонтів діяльності ще дореволюційних подій в Україні. Вони небезуспішно намагалися закріпитися не тільки на європейських товарних ринках, а й активно діяли на фінансових майданчиках країн ЄС. Акції українських компаній сьогодні котируються в Лондоні й Варшаві.

Флагманами руху в європейському напрямку стали найбільші українські фінансово-промислові групи, зокрема СКМ, ІСД, Group DF, бізнес-угруповання Ключевих, «Укравто», Fertexro та ін. Щоправда, специфіка стратегії українських ФПГ полягала не в підвищенні якості української продукції та приведення її до європейських стандартів і правил, а в придбанні готових активів у країнах ЄС, які вже виробляли продукцію, що відповідала європейським нормам. Таким чином, ФПГ експортували не стільки вітчизняну продукцію, скільки капітал, який в Україні формувався часто напівлегальним шляхом.

Крім ФПГ у ЄС зуміли пробитися й кілька компаній середнього масштабу, перш за все, з сектору АПК. Ці компанії орієнтовані на експорт власної продукції, тому першими пройшли процедури сертифікації за європейськими стандартами. Саме цей сегмент виявився найбільш підготовленим до переорієнтації на європейські ринки і, відповідно, найменш вразливим у торговельній війні з РФ.

Закриття російських ринків обернулося для аграріїв втратами в першому півріччі в розмірі \$2,5 млрд. Однак вони зуміли пом'якшити удар завдяки нарощуванню в ЄС експорту на \$1,3 млрд. Найбільші українські аграрні компанії «Нібулон» і «Кернел-Трейд» збільшили постачання зерна в Німеччину, Нідерланди, Італію в кілька разів [1].

Аналогічні зрушення стосуються і харчової промисловості, яка трохи повільніше, але все-таки успішно адаптувалася до нових умов. Українські виробники м'ясної продукції завдяки нульовим митним зборам істотно наростили постачання м'яса, виробники соків вибрали експортну квоту менш ніж за півроку. Позитивну динаміку демонструють також пивовари, кондитери та виробники лікєро-горілчанних виробів. Усе це свідчить, що за умови виконання вимог ЄС у сфері технічного регулювання українські підприємства можуть конкурувати на європейських ринках.

Компаніям, які виробляють продукцію з високою доданою вартістю важче дається зміна географічних орієнтирів. Однак обумовлено це не стільки високою конкуренцією на відповідних ринках ЄС і потужнішою системою державної підтримки (на ринках сільськогосподарської продукції конкуренція ще жорсткіша, а державна підтримка фермерів набагато вища), скільки труднощами в адаптації українських підприємств до євростандартів. Сертифікація продукції з низькою доданою вартістю відносно проста і недорога, тому не дивно, що найвища динаміка зростання експорту в ЄС спостерігається в сегменті зернових. Чим складніша продукція, тим більше регламентів і стандартів має прийняти підприємство. Витрати на сертифікацію продукції істотно зростають у міру збільшення доданої вартості, тому українські підприємства вищих переділів раніше дуже неохоче розвивали європейський напрям діяльності – і виявилися абсолютно непідготовленими до виходу на ринки ЄС. Для того, щоб хоча б зала-

годити технічні деталі (не кажучи вже про пошуки партнерів і ринки збуту), підприємству середнього розміру, яке виготовляє електротехнічну продукцію, необхідно близько року. До цих проблем додається фактор витратності при отриманні різноманітних сертифікатів і дозволів [3].

Разом з тим, багато високотехнологічних українських підприємств зрозуміли, що без проникнення на європейські ринки вони не зможуть вижити, тому почали шукати можливості в країнах ЄС. Зокрема, компанія «Мотор Січ», яка тривалий час була орієнтована виключно на співпрацю з російськими підприємствами, зараз веде переговори про спільне складання вертольотів у Польщі. Український виробник трамваїв, тролейбусів і електровозів «Електронтранс» намагається брати участь у тендерах на постачання продукції в європейських країнах і активно шукає партнерів для налагодження спільного виробництва.

Однак, частина українських підприємств не змогли вчасно усвідомити нових викликів, тому до останнього моменту не докладали жодних зусиль для того щоб диверсифікувати ринки збуту. Багато хто сподівався на швидку стабілізацію відносин з РФ і/або на те, що їм вдасться пролобіювати закриття внутрішніх ринків для того, щоб розширити на них свою присутність. Парадоксально, але саме агресивна зовнішньоекономічна політика Росії стала найбільш дієвим фактором того, що вітчизняні підприємці почали переорієнтуватися в західному напрямку. Якщо раніше постачання продукції в ЄС для багатьох компаній було справою престижу та іміджу, то зараз це стало справою виживання.

Безумовно, шлях на європейські ринки досить складний. Становлення системи стандартизації України має проводитися відповідно до міжнародної та існуючої в Європейському Союзі системи. Даний процес повинен передбачати підготовку України до участі у внутрішньому ринку ЄС в окремих пріоритетних галузях економіки, гармонізацію необхідного рамкового і секторального законодавства в пріоритетних сферах із системою технічного регулювання ЄС, забезпечення прозорості і передбачуваності регуляторного середовища для суб'єктів господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Молдаван О. Європейський шлях українського бізнесу: складно, але безальтернативно / О. Молдаван // Forbes Україна. — 2014.
2. Павлов В.І., Мишко О.В. Трансформація системи управління якістю товарів в Україні: монографія. — Рівне: НУВГП, 2009. — 202 с.
3. Белейченко О.Г. Перспективи галузевої конкурентоспроможності національного господарства в умовах глобалізації / О.Г. Белейченко // Актуальні проблеми економіки. — 2011. — № 5 (95). — С.62-68.