

## ДИСКУСІЙНИЙ КЛУБ

Ів.Ан.Ті. Сталкер,  
м. Хацанетівка

### ЯКА ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНА ПОЛІТИКА ПОТРІБНА УКРАЇНІ МАЙБУТНЬОГО (аналітичний огляд)

«Український експорт продовжує падати четвертий рік поспіль. За підсумками 2016 р. його обсяги скоротилися ще на 4,69%, до 36,4 млрд дол. І це при тому, що у 2012 р. експорт становив 68,8 млрд дол. Таким чином, маємо майже дворазове падіння експортних поставок протягом чотирьох років. В умовах кризи міжнародної торгівлі динаміка загальносвітового експорту за цей час теж була негатив-

ною, але її темпи (-10,0%) аж ніяк не можна порівняти з вітчизняною. Водночас торік в Україні відновилися її хронічні проблеми торговельного балансу. Якщо в 2015 р. нам уперше за понад десять років удалося досягнути додатного сальдо – експорт переважав над імпортом на 611 млн дол., то вже у 2016 р. спостерігалася зворотна тенденція – імпорт перевищив експорт на більш як 2,8 млрд дол. (рис. 1).

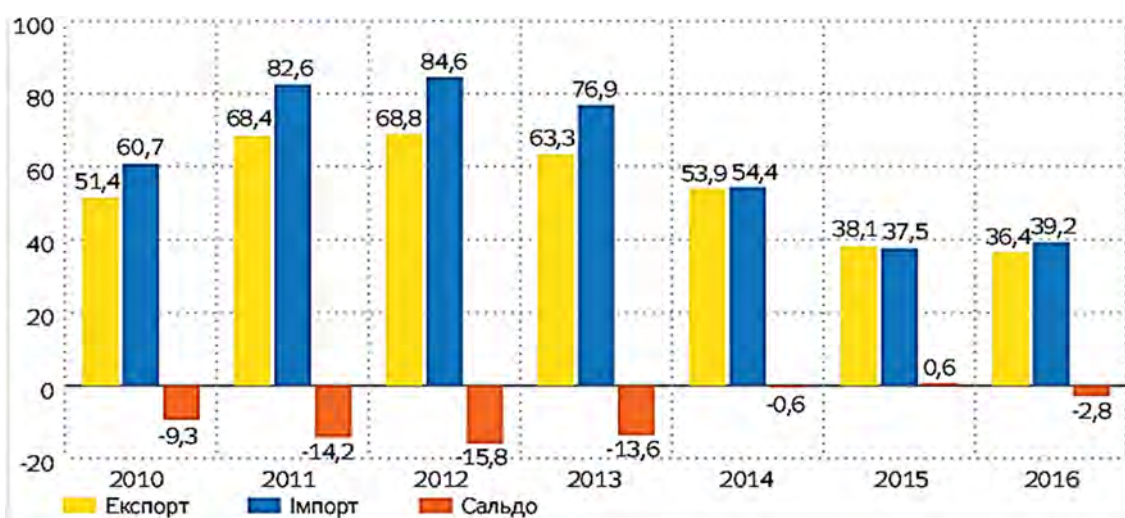


Рис. 1. Динаміка зовнішньої торгівлі України товарами, млрд дол. США

Структура зовнішньої торгівлі України також залишає бажати кращого. **Понад 56,1% товарного експорту торік становила традиційна сировинна продукція – чорні метали (22,9%), рослинна продукція (22,3), жири та олії (10,9%).** Водночас на машини та обладнання припадало лише 10,0% експорту. З 7,0 до 4,3% упродовж 2012–2016 рр. скоротилася частка в експорті продукції хімічної галузі промисловості, частка засобів наземного транспорту за цей період впала з 8,5 до 1,5%. Натомість частка машин та обладнання в імпорті зросла з 15,5 до 20,1%, продукції хімічної галузі – з 10,3 до 14,3%. На цьому тлі явно потребує уточнення чинна на сьогодні програма уряду від 2014 р., в якій серед іншого передбачено подвоїти обсяги експорту до 2020 р. Які обсяги тепер братимемо за основу – докризові? Або ж нинішні, й тоді вважатимемо подвоєнням повернення на докризовий рівень? Утім, якщо подивитися, в який спосіб у програмі передбачається досягти такого зростання, то можна з упевненістю с-

казати, що жоден із варіантів неможливий. Адже збільшити український експорт удвічі там передбачено... "шляхом максимального використання можливостей зони вільної торгівлі з Європейським Союзом та ведення переговорів про формування зон вільної торгівлі з низкою інших країн".

**Лічені квоти.** Будь-який економіст-міжнародник запевнить вас, що досягти такого колосального нарощення експортних поставок самими лише угодами про вільну торгівлю (навіть якщо укласти їх на найбільш сприятливих умовах з усіма країнами світу) просто неможливо. Тим більше, що наразі, крім ЄС, нашим урядовцям удалося укласти відповідну угоду лише з Канадою, та й то на далеко не найкращих для України умовах, а детальний аналіз показує, що українські товари взагалі майже не потрапляють на цей ринок...

Розглянемо потенціал угод про вільну торгівлю щодо зростання експорту на прикладі Україна – Євросоюз. Дійсно, протягом минулого року експорт до

країн ЄС, попри загальне падіння, зріс на 3,7% завдяки умовам вільної торгівлі. Подібна тенденція проявлялася і в 2014 р., коли з боку ЄС діяли автономні торговельні преференції для українських виробників. Більший рівень зростання унеможливають доволі незначні за обсягом тарифні квоти, встановлені Євросоюзом на ряд української сільгосппродукції, поза якими залишаються діяти ввізні мита заборонного характеру. Разом із цим через надзвичайно складні технічні регламенти ЄС щодо якості та безпечності продукції вихід на низку європейських ринків залишається закритим.

Як наслідок, деякі річні обсяги тарифних квот Україна вибирає **за лічені дні!** За даними заступника міністра аграрної політики та продовольства України з питань європейської інтеграції, станом на **11 січня 2017 р.** українські експортери вже встигли на 100% вичерпати квоту на мед, на 78% – на фруктові соки і на 64% – на цукор. З іншого боку, за деякими тарифними квотами експорт протягом 2014-2016 рр. так і не розпочався (це, зокрема, молоко і молочні продукти, курячі яйця, вершкове масло, гриби тощо).

Разом із цим **імпорт в Україну продукції з ЄС у 2016 р виріс на 11,8%, від'ємне сальдо торгівлі сягнуло 3,6 млрд дол.** Відтак, очевидним залишається той факт, що європейські товари мають значно більший попит на українському ринку, ніж вітчизняна продукція на ринку країн ЄС. А **наміри ЄС щодо зростання обсягів квот більше схожі на знущання, хоча наш політичний бомонд інтерпретує це як перемогу та досягнення.**

Зрозуміло, що подвоєння обсягу експортних поставок за таких умов без цілеспрямованої політики широкомасштабної експортної експансії неможливе. Також варто нагадати, що на міжнародних ринках загострюється боротьба за доступ до сировини та ринків збуту готової продукції, що зазвичай супроводжується наданням макрофінансової та іншої фінансової допомоги для, так би мовити, підтримки купівельної спроможності. Зрозуміло, в борг.

**Рецепти торгового відродження.** Скорочення обсягів зовнішньої торгівлі та його сировинна орієнтація призводить до зменшення кількості робочих місць, падіння надходжень до державного бюджету, іншими словами, є гальмом економічного розвитку. За таких умов можна дійсно прогнозувати зростання ВВП на рівні 1%, яке нам прогнозують авторитетні міжнародні організації. І це, здається, влаштовує можновладців. Об'єктивні причини скорочення зовнішньої торгівлі справді існують. Це загальносвітове скорочення обсягів торгівлі, падіння цін на основні статті українського експорту, здороження енергоресурсів, обмеження транзиту з боку РФ та ін. Разом з цим також можна відзначити низку суб'єктивних факторів уповільнення зовнішньої торгівлі, серед яких – надмірно високі ставки ввізних мит на товари походженням з України (рис. 2); невідповідність українських товарів міжнародним стандартам якості та безпеки продукції; обмежений доступ суб'єктів ЗЕД до фінансових ресурсів; надмірна бюрократія при здійсненні експортно-імпортних операцій.

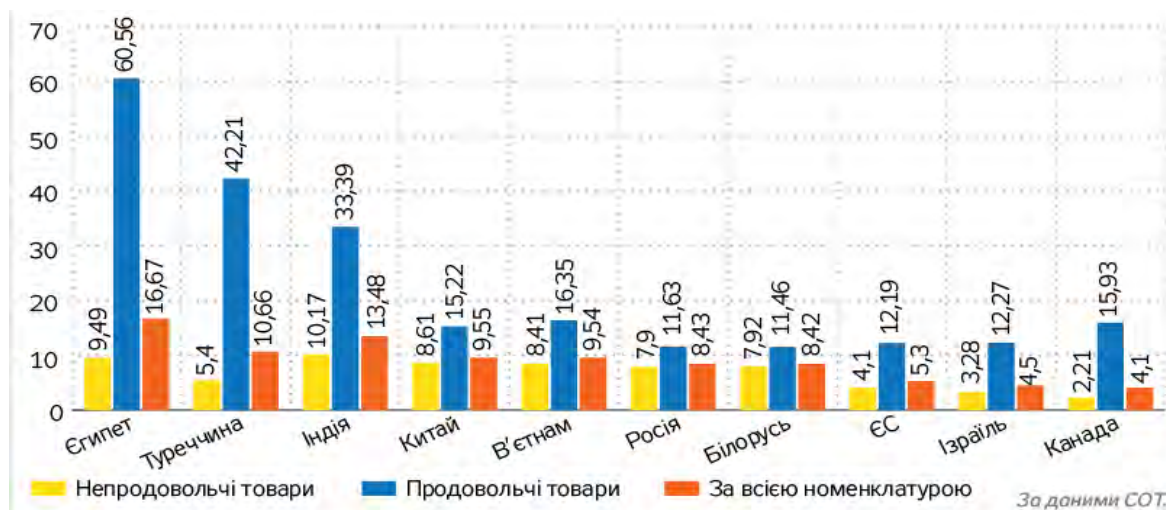


Рис. 2. Тарфні ставки за режимом MFN, %

З огляду на зазначене та з урахуванням того, в якому критичному стані перебуває нині наша країна, в жодному разі не можна відпускати ситуацію на саморегулювання ринку. Безумовно, державний менеджмент має бути максимально мобілізований, зокрема в розвитку публічно-приватного діалогу з метою стимулювання промислового розвитку та інтенсифікації експорту.

Відповідно, на нашу думку, якнайшвидше треба запустити роботу:

- експортно-кредитного агентства – для забезпечення пільгових умов гарантування, страхування і кредитування експорту;
- мережі індустріальних парків – для заохочення інвестицій через надання пільгових умов розвитку виробничо-експортного потенціалу;

– національного комітету зі спрощення процедур торгівлі – для забезпечення виконання Угоди СОТ про спрощення процедур торгівлі з метою усунення бюрократичних і корупційних перешкод на шляху експорту;

– з реалізації можливостей, що відкрилися завдяки приєднанню України до Угоди СОТ про державні закупівлі. Угода ще в травні 2016 р. відкрила вітчизняним експортерам ринки держзакупівель 45 країн світу, однак ніхто цією можливістю досі не скористався;

– мережі торгових представництв в основних країнах-партнерах (країнах ЄС, Туреччині, Китаї, США тощо) – для налагодження ефективної співпраці за лінією держава-бізнес і забезпечення активної підтримки експортерів на іноземних ринках;

– укладення угод про вільну торгівлю з Туреччиною, Єгиптом, В'єтнамом, Радою Арабських країн Перської затоки. Хоча дана пропозиція, виходячи з рівня компетентності топ-менеджменту переговорної команди, викликає велике занепокоєння.

На замовлення CMD-Ukraine Державним науково-дослідним інститутом інформатизації та моделювання було оцінено перспективи використання деяких з вищерозглянутих інструментів. Роботи виконувалися із застосуванням одного з найвідоміших у світі інструментів моделювання та прогнозування СТАР – автоматизованої моделі загальної рівноваги, що здійснює розрахунки на основі глобальної бази даних таблиць "Витрати-Випуск".

Таблиця 1

**Прогнозні показники зміни основних макроекономічних показників України  
в умовах використання інструментів інтеграції у світове господарство, %**

Зміни в зовнішньоторговельній регуляторній політиці	ВВП	Експорт	Імпорт	Обсяги виробництва	Внутрішні ціни
Імплементация в Україні Угоди СОТ про спрощення процедур торгівлі, зокрема про скорочення терміну здійснення експортно-імпортних операцій	1,01	4,281	3,07	2,53	1,85
Гармонізація Україною державних стандартів якості та безпеки продукції за всіма галузями економіки	1,14	5,47	0,71	2,83	2,36
Запуск роботи ЕКА у сферах страхування, гарантування і кредитування експорту	0,91	9,64	-	2,77	-

*Примітка.* Моделювання враховує лише фактор прискорення терміну здійснення експортно-імпортних операцій існуючих суб'єктів ЗЕД. Темпи зростання обсягів торговельного обороту з урахуванням залучення нових суб'єктів господарювання до ЗЕД унаслідок спрощення процедур торгівлі сягають 10%.

Джерело: [15].

Утім, результативна співпраця держави та бізнесу можлива лише за умови визначення спільної мети, завдань, способів і методів активної діяльності із забезпечення високих темпів розвитку виробничо-експортного потенціалу економіки. Але для цього влада повинна виходити із вітчизняних пріоритетів» [15].

«У Києві на початку 2017 р. побував професор міжнародної політики Вільного університету Брюсселя Йонатан Голслах. Українським читачам він відомий за книгою «Сила раю. Як Європа може бути попереду в азійському сторіччі». Втім, у світі ще раніше його остання праця «Напередодні війни Китаю з Азією» набула чималого ажітажу, залучивши світову спільноту до обговорення нових викликів глобальному співіснуванню. Втім, проблематика, що піднімається на сторінках його книг, стосується не лише трансформації світового порядку. У фокусі уваги – структурні ерозії в економіках країн, що визначали глобальні тренди та невідворотність втрати лідерських позицій у разі нехтування підтримкою реального сектору економіки.

Міжнародна економічна політика поставила на порядок денний питання так званого сталого роз-

витку. У багатьох він і досі асоціюється з поняттям «росту, що самопідтримується». Тут слід акцентувати, що «сталий» в риторичі чисельних міжнародних інституцій, які його популяризували, стосується зростаючого інноваційного інтенсивного (а не екстенсивного) економічного розвитку країн, в процесі якого одночасно позитивно вирішується низка проблем щодо збереження природи, ліквідації бідності, дискримінації та експлуатації як кожної окремо взятої людини, так і цілих народів чи груп населення, у тому числі за етнічними, расовими, статевими ознаками. В контексті реалізації стратегій сталого розвитку Європа сподівалась очолити нову зелену промислову революцію. Зрештою, саме вона висувала глобальне потепління на міжнародний порядок денний. Це, за прогнозами, мало б створити десятки тисяч робочих місць для виробництва передових систем отримання сонячної, вітрової і чистої вугільної енергії. За шість років сподівана історія успіху обернулася розчаруванням.

Про це говорить і Йонатан Голслах, 2013 р. виробник сонячних панелей «Q-Cell» звільнив 1400 робітників, «Westas» – 2336, «Gamesa» – 1000, «Photovoltech» – 270 робітників. Багато працівників

втратило роботу і на дрібних фірмах. Хоча Європа забезпечила багато знань, умінь і фінансових стимулів, зелена промислова революція зрештою відбулась в Азії. Китай, Південна Корея й Японія спромоглися перетворити нові технології на масштабний виробничий бум. До 2013 р. європейський експорт чистих технологічних продуктів зріс до 26 млрд дол. США, азійський – до 77 млрд дол. США. Революція чистих технологій демонструє, як агресивна політика дає Азії змогу швидко перетворювати знання та вміння на виробництво і відсувати Європу вбік, навіть якщо вона була автором більшості технологій. А крім того, розкриває, що така політика дістається певною ціною. Спроможність завойовувати ринок напряму залежить від політичної волі здійснювати відповідну підтримку стратегічних галузей економіки.

**Замальовки європейських реалій.** Сподівання на силу ринку призвело до того, що переваги Європи скоротилися до трьох секторів: автомобілів, літаків і медицини. І нині їй дуже важливо зберегти свої позиції в цих трьох секторах. Це буде важко. Серед десятих найкращих автомобільних гібридів 2013 року був тільки один європейський поряд із шістьма азійськими і трьома американськими. В аерокосмічному секторі народжувані ринки все ближче підступають з малими літаками, постійно прогресують у космосі й витрачають величезні суми на нові покоління великих цивільних літаків і військової авіацію. Перерозподіл ресурсів до ринків, що зростають швидше, урядові стимули і кінець терміну дії патентів ставлять під тиск фармацевтичний сектор Європи.

Кон'юнктурні дослідження підтверджують, що обсяг виробництва сільськогосподарської продукції має зрости в усьому на 60%, щоб задовольнити численніше, більш зосереджене в містах і багатше населення. Це вимагатиме адекватного транспортування та зберігання харчів. Деякі країни ще досі мають можливість збільшувати експорт, натомість інші змушені покладатися на імпорт. Японія та Південна Корея вже імпортують від 60 до 70% своїх харчових продуктів. Китай імпортує 3% своїх харчів проти 1% 2001 року. В результаті Європа може бути одним із регіонів, який виграє від крутого зростання попиту в Азії. Уявіть лише собі: експорт сільськогосподарських і лісових продуктів збільшився від 72 млрд дол. США 2000 року до 172 млрд дол. США 2013 року. І все б нічого, аби в той самий час, скажімо, експорт європейських автомобілів не становив би 2013 року 143 млрд дол. США, тобто менше сільськогосподарського.

Під час фінансової кризи Греція, Іспанія та Португалія майже відчайдушно намагалися перетворити Азію на головний експортний ринок для оливкової олії та фруктів. Серед азійських дипломатів бельгійського прем'єр-міністра навіть прозвали

Містер Кабанчик, бо він мав звичай докладно розповідати про якість цих бельгійських чотириногих, коли зустрічався з колегами з Китаю, Індії та Японії. Почавши експортувати до Китаю, бельгійські виробники фруктів буквально викорчували живоплоти навколо своїх садів, бо китайський уряд вважав, що вони можуть поширювати якусь хворобу. Іспанських персиководів попросили використовувати агресивніші інсектициди.

Ці приклади, на перший погляд, не більше, ніж такі собі кейси з міжнародного бізнесу. Мовляв, кон'юнктура ринків сама визначає переможців та боляче карає тих, хто втрачає здатність передбачити її мінливі тренди. Втім, зазначені Йонатаном Голслахом замальовки європейських реалій засвідчують сумну переорієнтацію Європи на задоволення потреб ринку, а не продукування інновацій, які ці самі потреби визначатимуть на роки наперед. Тобто, за бізнес-термінологією, зміна лідерської позиції на реактивну (тобто відповідаючу). Як наслідок, структура європейських економік деформуватиметься у відповідь на запити зростаючих економік країн, що розвиваються, а це позначиться на зменшенні продуктивності її праці, відповідному переміщенні робочої сили в менш прибуткові сектори, скороченні доходів та нових викликах бюджетної консолідації.

Хоча не один Китай, на думку Голслаха, деформує європейський «організм». Після того як знайшли великі запаси сланцевого газу, США перейшли до енергетичного протекціонізму. Ці відкриття забезпечили велику цінову перевагу для американських компаній. 2000 року ціни на газ у Європі були тільки незначно нижчі, ніж у США, а от 2013 року європейські ціни були майже вчетверо вищі. Німецькі галузі застерегли про передислокацію. Адже, як справедливо зазначав один представник найбільшої хімічної компанії Європи, якщо значна частка ваших витрат пов'язана з енергією, ви не маєте іншого вибору. І якщо Європа не дасть собі ради в цьому питанні, її покине ще більше виробництв.

**Місце України у новій економічній реальності.** У новій торговельній та інвестиційній стратегії ЄС від 14 жовтня 2015 року, зафіксованій в Комюніке Європейської Комісії ЄС під назвою «Trade for all», було визнано, що 90% глобального економічного зростання у найближчі 10-15 років відбуватиметься поза межами ЄС. Нові центри зростання – це даність дня сьогоднішнього, яка змушує європейців визнати програш в конкурентній боротьбі в традиційних секторах економіки. Макроекономічні важелі взаємовпливу (сальдо торгового балансу, баланс заощаджень та інвестицій, особливості фінансової політики й політики курсоутворення) закладають підвалини структурних змін в глобальній економіці й формування нової географії глобальних потоків капіталу та полюсів зростання. Проявом нео-

залежності стала поступова трансформація сприйняття росту країн ще вчорашньої периферії (Китаю, Індії, Бразилії, ПАР) не як результату підпорядкованості інтересам країн центру. Це реакція на фундаментальні зрушення в розстановці сил і акценту на внутрішні джерела росту. Чи варто за цих обставин Україні кинути всі сили на підлецування європейським урядовцям та остаточно зафіксувати свою історичну місію «аграрної житниці», або як не жартуючи говорять деякі – «аграрної наддержави». Наддержава має в своєму арсеналі такий інструментарій, який дозволяє реалізовувати її експансійну функцію, формуючи порядок денний для себе і для інших. Чи можна, збільшуючи посівні площі ріпака чи сої, або соняшника та експортуючи ліс-кругляк, сподіватись на завоювання місця в Європі, що вже сьогодні втрачає здатність забезпечувати конвергенцію (перетікання через вирівнювання) доходів між країнами-членами? Навряд чи зростання показників експорту волоських горіхів, що є безумовно прибутковішим від зернового бізнесу, спроможне забезпечити динамічний розвиток економіки» [14].

«Географія українського експорту надалі змінюється. Поточного року українські виробники продовжують зменшувати поставки товарів до РФ і збільшувати – до ЄС. У першому випадку спостеріглося значне погіршення відносин на тлі запровадження торговельних і транзитних обмежень, у другому – навпаки, поглиблення співпраці в межах Угоди про ЗВТ України з ЄС. За попередніми даними НБУ, експорт до Росії за перше півріччя зменшився на 36,5%, а до країн ЄС збільшився на 6,7%.

Попри збільшення експортних поставок в ЄС, загальні обсяги експорту в першому півріччі 2016 року скоротилися на 12%, імпорту – на 9%. Таким чином від'ємне сальдо торгівлі товарами склало 1953 млн дол. США (–1581 млн дол. США за перше півріччя попереднього року). Обмеження РФ впливають на торговельні відносини України не тільки з РФ, а й з іншими країнами. Нагадаємо, Росія з початку 2016 року запровадила низку торговельних обмежень: запровадження заборони на ввезення до РФ деякої сільськогосподарської продукції з України, скасування з боку РФ дії режиму вільної торгівлі з Україною та обмеження транзиту через територію РФ до третіх країн. Найбільший стрес економічні агенти від обмежень РФ отримали протягом перших двох місяців, тим часом як у подальшому завдяки переорієнтації на інші шляхи відновили поставки до третіх країн світу.

Однак застосування з боку РФ обмеження щодо транзиту було продовжено 1 липня поточного року до кінця 2017 року. Крім Казахстану, додатково було включено Киргизьку Республіку.

За даними Мінекономрозвитку, станом на 1 серпня 2016 року на українсько-російському кордоні було затримано 143 вагони, які прямували в Казахстан і Киргизьку Республіку: 106 із них було відправлено іншим маршрутом, 33 – повернуто відправникові й 4 залишилися на передавальних станціях. Загалом зменшення валютного виторгу від цих обмежень оцінюється на рівні близько 0,3-0,4 млрд дол. США. Не на руку українським експортерам, крім обмежень РФ, грала й цінова динаміка на світових товарних ринках.

Розподіл зовнішньої торгівлі за географічними регіонами за I півріччя 2016 року (у % до загального експорту)



Дані: Національний банк України

Рис. 3. Розподіл зовнішньої торгівлі [5]

У першому півріччі поточного року світові ціни на сталь знизилися на 16,2%, на залізну руду – 14%. Це зумовлено невідповідністю попиту і пропозиції на цю продукцію. За даними експертів, ціни на чорні метали знижуватимуться й надалі, оскільки ситуація з надлишковою пропозицією залишатиметься головним негативним фактором найближчі декілька місяців. Падіння цін на залізну руду за підсумком 2016 року очікується на рівні 10%.

Ціни на пшеницю в першому півріччі знизилися на 19,1%, на кукурудзу – на 3,4%. Менш негативна динаміка цін на кукурудзу пов'язана зі зниженням урожаїв у Південній півкулі внаслідок несприятливих погодних умов. За підсумками 2016 року прогнозується падіння цін на пшеницю в межах 10%, на кукурудзу – в межах 5%.

Із позитивних моментів поточного 2016 року можна відзначити пом'якшення адміністративних заходів НБУ, зокрема знижено норму обов'язкового продажу виторгу для експортерів із 75 до 65%, та продовження гармонізації української системи технічного регулювання з європейською (уже скасовано 15 тисяч застарілих ГОСТів, затверджено 5283 стандарти і 50 технічних регламентів).

Проте цих заходів не досить для того, щоб стимулювати зростання українського експорту. Наразі триває робота задля спрощення експортних операцій та підтримки експортерів: реформа митниці, боротьба за створення експортно-кредитного агентства, доопрацювання експортної стратегії України тощо. Втім, усі ці процеси відбуваються занадто повільно» [5].

«За чотири місяці 2016 року сальдо зовнішньої торгівлі становило -1,7 млрд дол. (за даними НБУ), і цей показник погіршився порівняно з аналогічним минулорічним періодом (-1,3 млрд дол.). Від'ємне зовнішньоторговельне сальдо України стало доволі сумною констатацією перших результатів запровадження режиму вільної торгівлі для нашої країни з ЄС, актуалізуючи песимістичні прогнози скептиків щодо негативних його наслідків. Ризики для платіжного балансу дедалі більше матеріалізуються, але як влада, так і бізнес використовують далеко не всі відкриті на загальноєвропейському просторі можливості.

**Євроекзамен для бізнесу.** Вимоги ЄС виявилися посильними далеко не для всіх. Приміром, вітчизняним експортерам свинини станом на початок червня вдалося заповнити лише 5% квоти, в межах якої ЄС дозволяє безмитне ввезення. В організованій посольством України в Австрії виставці-презентації продукції вітчизняного харчопрому із закупівельниками найбільших австрійських торговельних мереж у Відні взяли участь 11 компаній. Можливо, така кількість пояснюється організаційними нюансами, та цілком імовірно, що у нас не так багато вітчизняних виробників, які відповідали б заявленим критеріям відбору. Зокрема, наявність сертифікатів

з безпеки та якості продукції, на право здійснення експорту, розроблений ланцюжок поставок, чітке розуміння ціноутворення в ЄС. Справді, на зовнішні ринки поки що виходить обмежена кількість суб'єктів, переважно великий бізнес, а малому й середньому в контексті українських реалій робити це складніше.

**Ходіння з перепонами.** У минулорічному рейтингу Doing Business-2016 Україна хоч і піднялася на чотири позиції, але за маркером "Міжнародна торгівля" (що враховує такі індикатори, як час і вартість проходження прикордонного й митного контролю, оформлення документів тощо) залишилася на тому ж 109-му місці. Чи варто очікувати поліпшення оцінок у поточному році? Хіба що лише номінального. Складні й непрозорі митні процедури створюють чи не найбільше труднощів вітчизняним виробникам-експортерам, залежним від ввізної сировини. «Із експортом особливих проблем немає, а от імпортуючи сировину, доводиться вести боротьбу з митниками щодо цін, – розповіли в одній українській фірмі, що займається виробництвом та експортом засобів по догляду за волоссям. – Приміром, митники можуть запросити додаткові документи, які є комерційною таємницею або які просто нереально надати. Тому доводиться платити ту ціну, яку вони скажуть». Це далеко не єдина перепона. У ґрунтовному дослідженні стану українського експорту до ЄС, виконаному наприкінці минулого року Українським центром сприяння інвестиціям і торгівлі спільно з ДП «Укрпромзовнішекспертиза» на замовлення уряду Королівства Нідерландів, зазначено низку проблем наших експортерів – малих і середніх виробників. Так, окрім уже банальних для нашої економіки фінансових складнощів – браку внутрішніх ресурсів та обмеженого доступу до довгострокового кредитування, суб'єкт зовнішньоекономічної діяльності потерпає від недосконалої регуляторної політики – затримки у відшкодуванні експортного ПДВ, існуючих вимог валютного контролю. Автори дослідження також вказують на проблеми маркетингу – відсутність знань про ринки ЄС/ЄАВТ і вимоги щодо доступу на них; брак маркетингових навичок, досвіду розробки та реалізації маркетингових стратегій; дефіцит фінансових ресурсів для участі у зарубіжних виставках; погіршення в очах імпортерів іміджу українських компаній як надійних партнерів через війну на Сході України. Зазначено і низький рівень державної підтримки експорту; неефективну роботу галузевих асоціацій; слабкий рівень кооперації між підприємствами відповідних секторів; незадовільний розвиток інфраструктури з підтримки експорту. Крім того, підприємство, що функціонує у тій чи тій галузі, має ще й специфічні труднощі для здійсненні експортних операцій. До перелічених проблем можна додати відсутність інформаційної підтримки. Хоча є і певні зрушення –

Мінекономрозвитку взялося організувати двосторонні зустрічі української делегації з представників влади та бізнесу з іноземними партнерами і закликає підприємців приєднуватися до торговельних місій за кордоном, зареєструвавшись за посиланням <https://goo.gl/3IUww>.

**Слово бізнесу з трибуни.** Намагаючись налагодити діалог з владою, підприємницька спільнота у березні ініціювала Український форум бізнесу, учасники якого торкалися і проблем експорту. Свої напрацювання вони передали колишньому уряду, однак, констатують в УСПП, ефективної співпраці не склалося. Тож залишається покладати надії на новий Кабмін. Антикризова рада громадських організацій України розробила і передала уряду В. Гройсмана Антикризову програму спільних дій влади та бізнесу. У частині сприяння експорту автори пропонують запровадити експортне кредитування імпортера-покупця на оплату закупівель як механізм відстрочки платежу за поставлену продукцію; страхування експортних кредитів; спростити або скасувати процедуру отримання дозволів на розміщення валютних цінностей на рахунках за кордоном; зняття обмеження (терміну) на повернення та зарахування виручки в іноземній валюті у строки виплати заборгованостей, зазначених у контрактах, тощо. Досі актуальною залишається проблема адаптації бізнесу до європейських технічних стандартів. Тож підприємці пропонують створювати в Україні за рахунок грантів ЄС сучасні центри з видачі сертифікатів якості та безпечності європейського зразка; розраховують також на допомогу від Євросоюзу і в плані гармонізації податкового законодавства. Частину фіндопомоги ЄС пропонують спрямувати на створення спеціального фонду, з якого можна було б субсидіювати відсоткові ставки з обслуговування інвестиційних кредитів (за винятком тіла кредиту) для реалізації націлених на ринок ЄС проектів; прямо чи опосередковано фінансувати такі проекти за нижчими від середньоринкових ставками; страхувати іноземні інвестиції.

**Від спеціалізації з бідності – на 180°.** Збільшення збуту біржових товарів, приміром, зернових, а з ним і валютних надходжень у країну – справді хороша новина. Однак експортна стратегія не повинна цим обмежуватися. Відома закономірність, що країни, які експортують переважно сировину (а її питома вага у структурі вітчизняного зовнішнього збуту сягає 70%), не можуть розраховувати на стабільний розвиток через залежність результату торгівлі від кон'юнктури світового ринку. До того ж, за прогнозами експертів, спад вартості сировинних товарів незабаром відновиться. Однак, щоб конкурувати за лідерство в експорті товарів з вищою доданою вартістю, Україні ще треба налагодити їх виробництво – належної якості і в необхідній кількості. Для цього потрібно розвивати своє виробництво.

Як зауважив норвезький економіст Ерік С. Райнерт у книжці «Як багаті країни забагатіли... і чому бідні країни лишаються бідними», «...країна з неефективним промисловим сектором набагато заможніша, ніж країна, де взагалі немає промислового сектора» і «...якщо припустити, що певні види економічної діяльності (сільське господарство) підлягають зменшуваній прибутковості, натомість інші (обробна промисловість і розвинені послуги) підлягають збільшуваній прибутковості (зменшення витрат на одиницю продукції зі збільшенням обсягу виробництва)... ми отримуємо теорію, яка виразно пояснює, чому бідні країни повинні індустріалізуватися».

**Розвивати і захищати.** Подібно до казкового персонажа барона Мюнхгаузена, насамперед Україна має докласти зусиль, аби витягти себе з трясовини, запустивши процес реіндустріалізації. Промисловість конче потребує техніко-технологічної модернізації. Сам факт підписання Угоди про асоціацію з ЄС, на думку ентузіастів, мав додати привабливості Україні в очах іноземних інвесторів. Однак дива не сталося. Не вдається залучати їх у стратегічні для розвитку країни галузі – зі збільшеною прибутковістю, в якій продукуються товари з високою доданою вартістю, що спроможні на інноваційну дифузію. Так, сума залучених прямих іноземних інвестицій (акціонерний капітал) у металургію у 5-6 разів перевищує аналог для машинобудування, і ця тенденція незмінна принаймні останні п'ять років. Тому потрібно продовжувати роботу в напрямі налагодження інвестиційного клімату, також доцільно запровадити податково-інвестиційні стимули для модернізації підприємств.

Не зайвим було б подолати і самі собі зроблені перепони. Наприклад, досі діють ввізні мита на устаткування, обладнання та сировину, яка не видобувається в Україні. Цікавим є досвід Японії після Другої світової війни. Тодішній уряд почав субсидувати імпорт найновішого верстатного устаткування (50% вартості) та оплачував половину витрат японських виробників такого устаткування.

Не варто забувати про ІТ-галузь, що має потенціал інтеграції в глобальні ланцюги доданої вартості, серед плюсів яких – доступ до сучасних технологій. Ясна річ, іноземний інноваційний бізнес прийде працювати не тільки туди, де хороший діловий клімат, а й туди, де висококваліфіковані кадри. Тож безсумнівний пріоритет – розвиток науки й освіти.

Отже, проблеми окреслено, пропозиції напрацьовано. Була б синергія з боку влади й бізнесових кіл, але вона можлива в разі відмови від практики критикувати персоналії, а натомість – ідеї. Тільки так діалог може бути результативним і мотивувати до дій. Звісно, не варто чекати особливої активності від матеріально зацікавлених в експорті сировини лобістів, тож їх вплив на ключові рішення має бути

нейтралізовано... Вільна торгівля сама по собі не є запорукою багатства країни. На думку того ж Райнерта, вільна торгівля вигідна обом сторонам, тільки якщо вони досягли однієї стадії розвитку, тобто між рівними. Це аж ніяк не аргумент для євроскептиків, це радше стимул для тих, хто прагне стати кращим» [1].

«Експорт товарів з України наближається до рекордних показників за всю її історію. Попри численні прогнози щодо катастрофічних наслідків для нашої економіки спочатку від згортання торговельних зв'язків із Росією, а тепер і від блокади окупованих нею районів Донецької та Луганської областей. Повільне відновлення, яке почало простежуватися ще торік (у IV кварталі відносно того самого періоду 2015-го приріст становив 9% у євро), з початком 2017-го настільки пришвидшилося, що в березні експорт товарів з України (€834 млрд) різко перевищив не лише тогорічний показник, а й на 5,1% цифру довоєнного березня 2014-го (\$3,65 млрд). Оскільки процес відновлення триває і досі, то відношення результатів усього I кварталу 2017 року до аналогічного довоєнного періоду 2014-го дещо гірше: €734 млрд до €10,25 млрд, тобто все ще на 5% менше (хоча до I кварталу 2016-го приріст становив 38,6%). Та насправді й цей результат дає підстави говорити про відновлення довоєнного рівня. Адже три роки тому враховували чималі поставки за кордон товарів з усієї Донецької та Луганської областей, частка яких у загальнодержавному вивозі тоді становила 23,4%. Але в умовах війни й втрати контролю України над ОРДІЛО вона скоротилася до 9,1% у I кварталі 2016-го (дані за 2017-й іще не опубліковані). Відтак можна стверджувати, що принаймні з підконтрольних Києву територій у I кварталі 2017 року експорт товарів був значно більшим не лише порівняно з часами, що безпосередньо передували початку агресії РФ на Донбасі, а й із будь-яким іншим періодом історії нашої держави. Навіть у найкращих для українського експорту 2008-му та 2011–2012-му з урахуванням постачання з нині окупованих територій Донбасу й Криму він не приносив більше ніж €4–5 млрд в жодному місяці, а результат I кварталу рідко перевищував €10–12 млрд.

Щоправда, офіційна статистика зовнішньої торгівлі Держстату затушовує факт наближення українського експорту до рекордних показників, адже її досі ведуть виключно в доларах США. Тоді як у сусідніх європейських державах, як-от Польща, давно практикується дублювання даних іще принаймні в національній та єдиній європейській валютах. І якщо гривня в нас справді настільки нестабільна, що показники в ній явно спотворювали б картину, то вимірювати зовнішню торгівлю окрім долара принаймні ще в євро було б дуже доречно. Тим більше що Україна прагне євроінтеграції і понад 40% зовнішньої торгівлі веде з країнами, які або ви-

користують цю валюту, або мають прив'язані до неї грошові одиниці.

Обрахунок вітчизняної зовнішньої торгівлі в євро за останнє десятиліття допоміг би уникнути штучного погіршення її динаміки через суттєве подорожчання долара відносно світових валют і більшості товарів, особливо тих, які продає чи купує Україна. Адже важко знайти європейську країну, експорт якої за останні роки не скоротився б більш чи менш суттєво у доларовому еквіваленті. Та це не підстава говорити про падіння його реальних обсягів. Наприклад, у європейського «локомотива» Німеччини при обрахунку в доларах експорт у IV кварталі 2016-го виявляється на 11,6% меншим, аніж за той самий час три роки тому, тоді як у євро він, навпаки, піднявся майже на ті самі 11,5%. У Франції в доларах за той-таки період вивезення товарів скоротилося на 17,4%, а в євро збільшилося на 5,4%. У Польщі в доларах експорт нібито впав на 6,3%, тоді як у євро, навпаки, додав 18,5%. Однак у жодній із цих країн не говорять про його скорочення.

**Нерівномірне відновлення.** Відновлення загальних довоєнних обсягів експорту товарів з України супроводжувалося докорінною зміною його як географічної, так і товарної структури. У загальних рисах географічна трансформація зводиться до того, що наші поставки до РФ та низки країн, торгівля з якими так чи інакше залежить від позиції Москви, різко зменшилися в умовах торговельної війни останньої проти Києва. Водночас постачання українських товарів до Євросоюзу вже перевищило довоєнний рівень. На 19% збільшився експорт до ключової економіки ЄС – Німеччини (€34 млрд у I кварталі 2017-го), на 6% – до Польщі (€5,58 млрд). До інших країн світу він загалом також суттєво зріс, хоч і різною мірою. Зокрема, у 2,8 раза – до Ірану (€0,24 млрд), у 2,5 раза – до Індії (€0,7 млрд), більш ніж подвоївся – до США (€0,19 млрд), майже в 1,8 раза збільшилися поставки до Саудівської Аравії (€0,11 млрд).

Відтак переважна частина втрат через понад двократне зменшення від I кварталу 2014-го до I кварталу 2017-го експорту в Росію та інші країни Євразійського союзу (€1,18 млрд) була компенсована збільшенням постачання до Євросоюзу (на 4,5%, або €0,16 млрд; від €3,57 млрд до €3,73 млрд) та особливо третіх держав (на 11,6%, або €0,5 млрд; від €4,3 млрд до €4,8 млрд). У результаті частка ЄС у вивезенні товарів з України зросла від 34,8% до 38,3%, Євразійського союзу – скоротилася від 23,2% до 12,3%, а решти країн світу наблизилася до половини загального обсягу вітчизняного експорту (49,6% у I кварталі 2017-го). Водночас різке зменшення поставок у підконтрольній Москві Євразійський союз майже не торкнулося нашої безпосередньої сусідки Білорусі. Завдяки відмові Мінська підтримати російські обмеження на українські товари й відсутності у Кремля можливості чинити перешкоди



їх транспортуванню (що істотно позначилося на поставках у Казахстан та Киргизстан) експорт вітчизняних товарів до Білорусі скоротився лише від €0,26 млрд у I кварталі 2014-го до €0,22 млрд у I кварталі 2017-го. Ще помітніше змінилася товарна структура експорту з України. Сукупне вивезення продовольства від I кварталу 2014-го до I кварталу

2017-го, попри просідання світових цін на більшість товарів сектору, зросло майже в півтора раза – від €2,96 млрд до €4,28 млрд. Причому, незважаючи на стереотипи, драйвером того процесу був аж ніяк не експорт зерна. Воно за цей час додало менш ніж 20% валютної виручки (€0,26 млрд), адже виявилось чи не головною жертвою падіння цін.

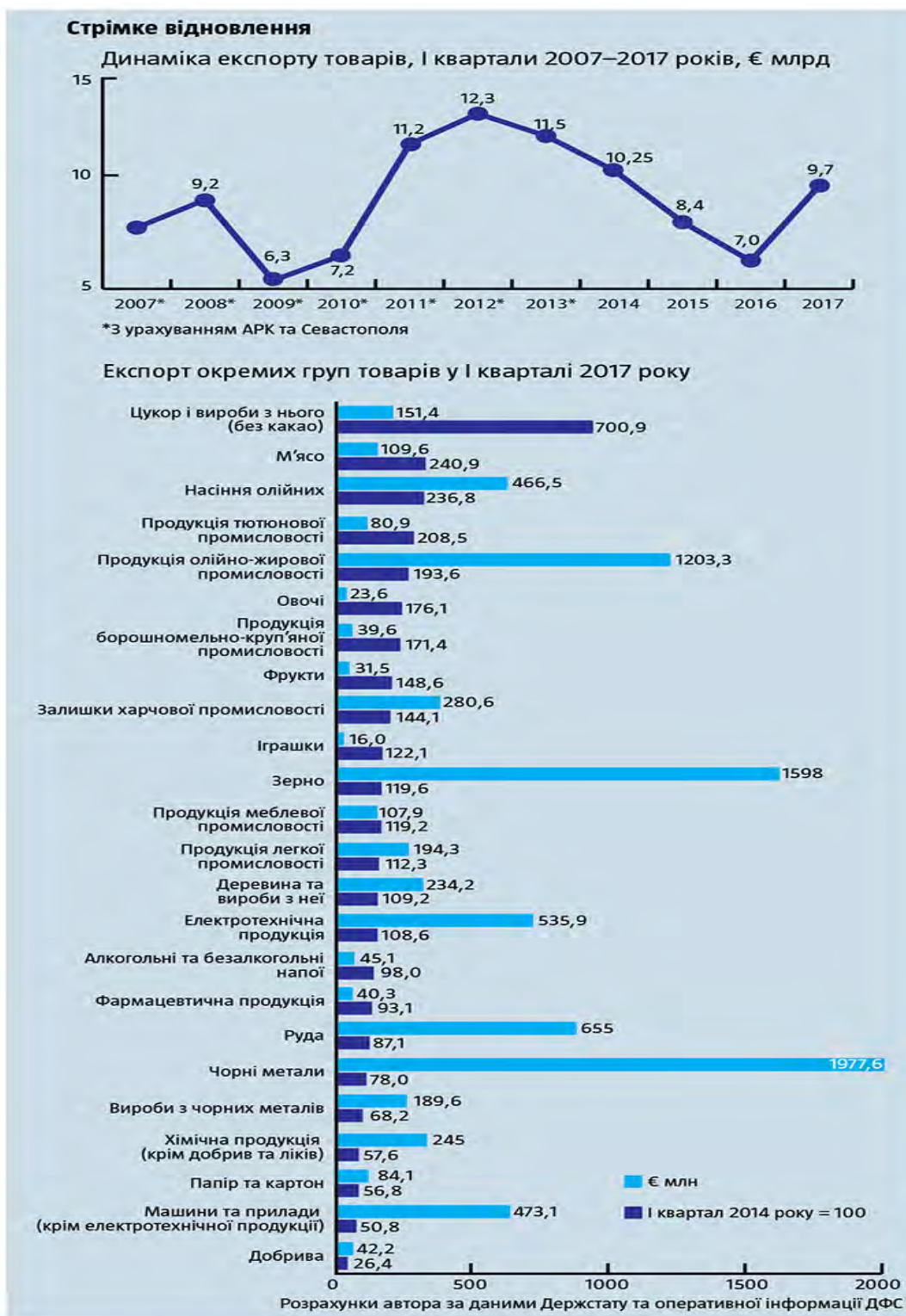


Рис. 4. Динаміка експорту [12]

**Україна в міжнародному розподілі праці**

Основні товари чистого експорту (експорт мінус імпорт відповідної продукції) з України у I кварталі 2017 року, \$ млн

Олія соняшникова та соєва	1239,9
Кукурудза	1041,0
Руди та концентрати залізни	648,8
Напівфабрикати з вуглецевої сталі	618,3
Плоский прокат із вуглецевої сталі без покриття	537,4
Пшениця	491,6
Соя	423,6
Прути, бруски, кутики та спеціальні профілі зі сталі	369,3
Макуха	264,3
Феросплави	224,1
Електричні дроти й кабелі	190,9
Чавун	147,1
Глинозем*	131,3
Цукор	131,1
Труби з чорних металів	105,6
Турбодвигуни, газові та парові турбіни	92,9
Лісоматеріали оброблені	90,8
Ячмінь	83,4
Меблі та їх частини	81,2
М'ясо птиці	74,6
Електроенергія	67,5
Цигарки	55,2
Глина	50,9
Костюми, сукні, шорти, спідниці, блузки, сорочки	44,7
Листи з дерева для облицювання та фанери	36,0
Ріпак	32,7
Частини до залізничних локомотивів або рухомого складу	27,6
Мед натуральний	26,1
Шпалери	25,9
Яловичина й телятина	25,7

\*Напівфабрикат для виробництва алюмінію

Розрахунки автора за оперативними даними митної статистики  
Державної фіскальної служби

**Рис. 5. Україна в світовому розподілі праці [12]**

Натомість найкращу динаміку зростання доходів від експорту забезпечили цукор та вироби з нього, крім шоколадних (приблизно всемеро – від €1,6 млн до €51,4 млн), а також м'ясо (у 2,4 раза – від €45,5 млн до €109,6 млн). Майже подвоїлася валютна виручка від експорту продукції олійно-жирової промисловості (від €0,62 до €1,2 млрд), а продаж за кордон насіння олійних культур (переважно сої та ріпаку) збільшився у 2,4 раза (від €0,2 млрд до €0,47 млрд). Різко, у 1,5–2,1 раза, зросли також поставки фруктів, овочів, продукції борошномельно-круп'яної та тютюнової промисловості.

Кращі, ніж у довоєнний час, результати показують і деревообробна та меблева галузі. Валютна виручка їхніх підприємств у євро в I кварталі 2017-го була відповідно на 9% та 19% більшою, ніж у той самий період три роки тому, й сягнула €234 млн та €108 млн. Приріст експорту на 12% за цей час показала й легка промисловість (€194 млн). Відновилися також поставки за кордон українських алкогольних та безалкогольних напоїв, які в I кварталі 2017-го

дали 98% виручки відносно показника аналогічного періоду 2014-го, попри втрату відтоді частини потужностей в ОРДіЛО.

Що стосується експорту продукції машинобудування, то тут найкраща ситуація в електротехнічній промисловості, яка за останні три роки збільшила валютну виручку від експорту на 8,6% – до €0,54 млрд в I кварталі 2017-го. Це сталося значною мірою завдяки нарощуванню постачання комплектуючих для європейських компаній, зокрема з побудованих спеціально для цього в останні роки кількох західноукраїнських підприємств.

Водночас унаслідок глибокого падіння світових цін зменшилися валютні надходження від експорту руди (на 12,9% у I кварталі 2017-го порівняно з тим самим періодом 2014-го). А здешевлення, помножене на скорочення фізичних обсягів поставок, спричинило ще більший спад виручки від продажу за кордон чорних металів (на 22%) та виробів із них (на 31,8%). Ще більшими виявилися втрати експорту хімпromу: без урахування добрив та фарма-

цвітничної продукції виторг упав на 42,4%. А доходи від реалізації добрив у зарубіжжя взагалі зменшилися майже вчетверо: якщо в I кварталі 2014-го їх продаж приніс €160 млн, то в I кварталі 2017-го – лише €42 млн. В останньому випадку далися взнаки як надзвичайно різке падіння цін на кінцеву продукцію на світовому ринку, так і втрата частини потужностей у зоні АТО. Ще один чинник цієї тенденції – вирівнювання цін на газ на внутрішньому ринку, яке поклато край схемам зі спалюванням на підприємствах, що виробляють добрива, «заощадженого» облгазами блакитного палива, котре списували на потреби населення за пільговими цінами. Названий комплекс факторів зробив сумнівною саму перспективу виживання українських виробників азотних добрив в умовах, коли на світовому ринку їм доводиться конкурувати переважно із постачальниками з країн із надлишковим внутрішнім видобутком газу й відповідно надзвичайно низькими цінами на нього. Удвічі зменшилась і валютна виручка від поставок на зовнішні ринки продукції машинобудування (за винятком успішнішої електротехнічної промисловості, про що йшлося вище). У I кварталі 2014 року її експорт сукупно приніс країні €0,93 млрд, а в I кварталі 2017-го – вже тільки €0,47 млрд. Причому особливо відчутними стали втрати транспортного машинобудування: експорт рейкового транспорту скоротився від €202,6 млн до €56 млн, учетверо-вп'ятеро зменшились і поставки за кордон продукції авіа- та суднобудування.

**Нова структура, старі виклики.** Із перших 30 товарів українського чистого експорту (експорт певної продукції мінус її імпорт) у I кварталі 2017 року більшість – це сировина й напівфабрикати (див. «Україна в міжнародному розподілі праці»). Водночас, попри усталені стереотипи, помітно, що сучасна Україна в міжнародному поділі праці спеціалізується не лише на продуктах агропромислового комплексу (АПК) чи гірничо-металургійного комплексу (ГМК). Починаючи з другої десятки до топ-30 найбільших за обсягами чистого експорту товарів входить і низка виробів електротехнічної, деревообробної, меблевої, тютюнової, легкої промисловості, а також електроенергія та шпалери. А серед продовольчої групи останнім часом дедалі помітнішим є зростання чистого експорту цукру, м'яса птиці та яловичини. Лише для кількох із топ-30 товарів чистого експорту зберігається значна залежність від російського ринку. До РФ іде майже весь український експорт напівфабрикату для виробництва алюмінію – глинозему (96,2% у I кварталі 2017-го). Однак у цьому випадку йдеться більше про залежність «Російського алюмінія», який забезпечує свої комбінати в РФ завдяки українському напівфабрикату з Миколаївського глиноземного заводу (МГЗ). Також на РФ припадає все ще більш ніж половина загального українського вивозу турбодвигунів та парових і газових турбін (66,1%), частин до залізничних локомотивів і рухомого складу (65%) та шпалер (51,4%).



Рис. 6. Топ-20 імпортерів з України [12]

Частка російського ринку в експорті з України труб, які донедавна були частими фігурантами торговельних воєн, нині скоротилася до 25,8% їх загального вивозу з країни. Тож про критичну залежність їх вітчизняних постачальників від РФ більше не йдеться. Решта товарів із топ-30 нашого чистого

експорту на російський ринок або взагалі не надходить, або збувається туди в помірних обсягах: від кількох до кільканадцяти відсотків загального їх експорту з України. Однак для деяких інших товарів, зокрема й тих, які не ввійшли до топ-30 чистого експорту або за якими наша держава є чистим ім-

портером, залежність від російського ринку все ще подеколи досить значна і в низці випадків сягає 50–70%. Водночас нова товарна й географічна структура українського експорту залишається вразливою до цінової кон'юнктури на світових ринках та до потрапляння в окремих сегментах у залежність від нових ключових ринків збуту. Ідеться про ситуацію, коли за окремими групами товарів формується надмірна концентрація поставок на одній чи кількох розміщених поруч країнах. А відтак у разі економічних проблем там опиняється під загрозою й стабільність збуту відповідних українських товарів.

Та головним ризиком для нашого експорту й досі є надмірно висока частка в його структурі сировини та напівфабрикатів, які мають украй нестійкі ціни на світовому ринку. Разом зі значною залежністю української економіки від експорту та імпорту це й надалі ставитиме під сумнів соціально-економічну перспективу країни загалом.

Адже саме нестабільність світових цін, а не зміна фізичних обсягів була головною причиною «американських гірок» українського експорту впродовж останнього десятиліття (див. «**Стрімке відновлення**»). Наприклад, у 2013 році 38 млн т залізорудної сировини було реалізовано за €2,82 млрд, а у 2016-му 39,2 млн т довелося збути лише за €1,65 млрд 2013-го 27,1 млн т українського зерна було продано за €4,8 млрд, а 2016-го вже 40,25 млн т – лише за €5,49 млрд. Як бачимо, у цих випадках здешевлення поставок продукції супроводжувалось або значним скороченням (як у випадку залізорудної сировини), або мінімальним зростанням (як у випадку зерна) валютної виручки. Меншим, однак усе одно значним було падіння цін на м'ясо, соняшникову олію та сою. Зокрема, експорт м'яса за 2013–2016 роки зріс від 175,8 тис. т до 286 тис. т, а його вартість – лише від €0,26 млрд до €0,35 млрд. Експорт соняшникової олії – від 3,21 до 4,84 млн т, а її вартість – від €2,47 млрд до €3,34 млрд. Сої – від 1,49 до 2,74 млн т, вартість – від €0,56 млрд до €0,89 млрд.

Причому ця проблема стосувалася не тільки сировини чи продовольства. Так, у 2013-му 3,69 млн т азотних добрив було експортовано за €0,85 млрд, а 2016-го вдвічі менший їх обсяг (1,81 млн т) приніс тільки третину колишньої виручки – €0,29 млрд. У 2013 році 1,5 млн т глинозему експортували за €0,46 млрд, а 2016-го на кілька відсотків більший обсяг (1,52 млн т) дав майже на чверть менше валюти – €0,35 млрд. 10,88 млн т напівфабрикатів із вуглецевої сталі у 2013-му коштували €3,95 млрд, тоді як у 2016-му 7,75 млн т – лише €2,0 млрд. Водночас помітно: що глибшою була переробка тієї чи іншої сировини або ж напівфабрикатів, то менше, за рідкісними винятками, знижувалася ціна відповідної продукції. Наприклад, у 2013 році 2,79 млн т необробленої деревини було продано за кордон за €178,8 млн, а 2016-го 1,73 млн т – уже за €95,9 млн.

Тобто ціна тонни знизилася на 15%. Разом з тим 1,05 млн т оброблених лісоматеріалів у 2013-му було продано за €205,6 млн, а 2016 року майже вдвічі більший обсяг (1,89 млн т) – за €356,3 млн. Тонна подешевшала тільки на 8%. У 2013 році 2,26 млн т чавуну принесли €0,62 млрд валютної виручки, а у 2016-му 2,54 млн т – лише €0,5 млрд. Середня ціна впала на 28,6%. Водночас 5,21 млн т гарячекатаного прокату зі сталі коштували €2,1 млрд у 2013 році, а 4,17 млн т – €1,34 млрд у 2016-му. Тобто зниження середньої ціни становило тільки 20%. А 0,23 млн т виробів із чорних металів для залізничних колій 2013 року дали €0,2 млрд, а 2016-го – лише 20,2 тис. т на €14,6 млн. Тобто здешевлення тонни цієї продукції становило вже тільки 16,9%. Як бачимо, відновлення українського експорту відбулося на тлі зміни його товарної та географічної структури й завдяки їй. Збільшилися обсяги постачання на світовий ринок нових товарів, не таких залежних від геополітичної кон'юнктури чи дефіцитних у країні ресурсів. Усе це зробило менш гострою, хоча й не вирішило остаточно традиційну для українського експорту та економіки проблему вкрай повільного просування до глибшої переробки сировини й напівфабрикатів у продукцію, яка знайшла б попит на світовому ринку – поза пострадянським гетто, на яке були замкнуті старі виробництва складної промислової продукції в Україні» [12].

«Учора (21 липня 2016 р. – В.Л.) в Міністерстві інфраструктури відбулось підписання двох меморандумів, які повинні будуть, як зазначив міністр Володимир Омелян, привнести новітні технології на українську залізницю та у вітчизняне літакобудування, а відтак поліпшити якість сервісу для клієнта. Йдеться про укладений «Меморандум про взаєморозуміння» між компанією «Дженерал Електрик» та ДП «Антонов»; «Дженерал Електрик» та ПАТ «Укрзалізниця». Відповідно до тексту документа, в рамках співпраці з УЗ «буде розширено співпрацю в галузі розвитку і модернізації парку дизельних локомотивів на базі передових технологій GE», а ДП «Антонов» отримав доступ до двигунів, авіаційних систем і сервісу для літаків. Деталі – прямою мовою міністра інфраструктури Володимира ОМЕЛЯНА.

**ГОЛОС З ФЕЙСБУКУ. Володимир ОМЕЛЯН, міністр інфраструктури:** «На сто днів уряду підписали ще два важливі документи, до яких йшли дуже довго: Меморандум між General Electric та «Укрзалізницею» і між General Electric та ДП «Антонов». Це стратегічні документи. Відповідно до меморандуму з УЗ, буде розширено співпрацю в галузі розвитку і модернізації парку дизельних локомотивів на базі передових технологій GE. Що стосується ДП «Антонов», то сьогодні фактично покладено початок співробітництва цього стратегічно важливого державного підприємства з GE. Меморандум передбачає можливість поставки двигунів, авіаційних систем і послуг для деяких літаків ДП «Антонов». Це

не лише співпраця з компанією-світовим лідером, це й співпраця з українським виробником. «Укрзалізниця» проводить серію зустрічей як з Крюковським вагонобудівним заводом, так і з усіма іншими потенційними виробниками в Україні. Ми хочемо бачити на ринку вільну конкуренцію, невисокі ціни та якісний продукт для клієнтів «Укрзалізниці». Щодо ДП «Антонов» – залучення технологій General Electric – це черговий крок вперед для компанії. Сподіваюся, що ми отримаємо фантастичний світовий продукт, котрий зможе гідно конкурувати і посісти свою нішу як у вантажних, так і у пасажирських перевезеннях. Приємно, що обидва документи підписано на площадці Міністерства інфраструктури».

**ДОВІДКА «Дня».** General Electric – американська багатогалузева корпорація, виробник багатьох видів техніки, включаючи локомотиви, енергетичні установки (в тому числі і атомні реактори), газові турбіни, авіаційні двигуни, медичне обладнання, побутову та освітлювальну техніку, пластмаси та герметики» [2].

«Після тривалих суперечок і купи зламаних списів парламент і уряд дійшли згоди – агентству з підтримки експорту бути. Мотивація більш ніж зрозуміла: складна економічна ситуація всередині країни, загострення конкуренції на світових товарних ринках і посилення протекціонізму з боку традиційних ринків збуту нарешті зрушили з місця структурну реформу, навколо якої десятиліттями точилися лише розмови. На відміну від усіх основних торговельних партнерів, Україна досі не має власної системи фінансової підтримки експорту з боку держави. Зрозуміло, що в таких умовах говорити про конкурентні позиції вітчизняного бізнесу на міжнародних ринках не доводиться.

Досягши певного компромісу, у владних кабінетах встигли побити горшки навколо форми майбутнього агентства. Одна сторона наполягає на створенні експортно-кредитного агентства (ЕКА) з функціями кредитування експортерів, інша – на формулі експортно-страхового агентства (ЕСА), акцентуючи увагу на провідній ролі страхування у фінансовій підтримці експорту. Правда, як завжди, десь посередині.

Важливість страхування ризиків наших експортерів складно переоцінити. Але, на мою думку, без кредитування підтримка експорту функціонуватиме в урізаному стані. Адже надання тих же державних

гарантій значно зменшує кредитний ризик, а відповідно, і відсоткові ставки за кредитами. І хоча держгарантії в нинішніх умовах і надаються резидентам України, однак жодних умов для їх надання саме з метою підтримки експортерів в країні не створено.

Очевидно, що функції страхування, гарантування і забезпечення доступного кредитування експорту тісно взаємопов'язані. Їх поєднання і поготів дасть синергетичний ефект спрощення доступу нашої продукції на зовнішні ринки та підвищення довіри іноземного бізнесу й інвесторів до національних компаній.

Праві ті, хто зазначає, що єдиної моделі ЕКА у світі немає. Натомість існують різні набори видів діяльності, яку здійснюють подібні установи. І кожна країна самостійно, виходячи зі своїх поточних потреб, визначає, які саме види послуг вона надаватиме через таку спеціальну установу. Однак спільною рисою є те, що їх діяльність здійснюється з урахуванням забезпечення повноцінної державної політики сприяння експорту. В умовах інтеграції України до ринків країн Євросоюзу важливо не лише вдосконалити виробничо-експортний потенціал підприємств, а й підвищити спроможність української держави захистити та підтримати власних товаровиробників на світових ринках.

**Безальтернативне ЕКА.** Альтернативи фінансуванню, забезпеченому ЕКА, на мою думку, не існує. Будь-які інші доступні фінансові інструменти (наприклад документарні та резервні акредитиви тощо) мають очевидні недоліки порівняно з ЕКА, яке спеціально призначене для торгового фінансування. Крім того, ці інструменти використовуються банками в основному для фінансування імпортних операцій. Оскільки значні фінансові ресурси зосереджено на Заході, такі умови фінансування зовнішньої торгівлі завжди будуть означати для України переважання імпорту над експортом. Установи з підтримки експорту різної форми власності діють майже в усіх розвинених країнах і країнах, що активно розвиваються. На сьогодні ЕКА успішно функціонують у понад ста країнах світу. Найвідоміші серед існуючих ЕКА: Eximbank (США), NEXI (Японія), Euler Hermes (Німеччина), COFACE (Франція), Atradius (Нідерланди), SBCE (Бразилія), CESCE (Іспанія), SEK (Швеція), Sinosure (Китай). Відповідні установи створено й у країнах Східної Європи, приміром у Чехії, Польщі, Угорщині, Болгарії, Литві, Естонії.

Таблиця 2

Види та приклади світових експортно-кредитних агентств

Вид ЕКА	Приклад
Державні	Експортно-імпортний банк (Eximbank), США
	Японська компанія страхування експорту та інвестицій (NEXI)
	Департамент гарантії експортних кредитів (ECGD), Велика Британія Китайське експортно-страхове агентство Sinosure
Приватні	«Гермес» (EulerHermes), Німеччина
	«Атрадіус» (Atradius), Голландія
Змішані	Компанія страхування зовнішньої торгівлі (Coface), Франція
	SBCE (Бразилія), CESCE (Іспанія), SEK (Швеція), ECGE (Єгипет)

При цьому страхування, з одного боку, та надання банківських послуг – з іншого зазвичай є взаємовиключними видами діяльності, які не надаються однією організацією. Тому, як правило, одночасно існує кілька взаємодоповнювальних установ з кредитуванням і страхуванням експорту. Наприклад, у Німеччині – це KfW (банк) та Euler Hermes (страхова установа), у Франції – Wpifrance (банк) і COFACE (страхова установа), у Чехії – Чеський експортний банк та Агентство по гарантуванню і страхуванню експорту.

Роль ЕКА в розвитку міжнародної торгівлі в усьому світі постійно зростає, про що свідчить активне нарощування прибутків і масштабів діяльності відповідних установ. Так, Euler Hermes охоплює процеси управління ризиками на п'яти континентах. ЕКА має філії і своїх представників у 54 країнах світу.

На сьогодні укладені договори страхування кредитних ризиків забезпечують покриття поставок товарів і послуг у 245 країн. У компанії працює більш як 6 тис. співробітників, обслуговуючи близько 52 тис. клієнтів. Чистий прибуток компанії постійно зростає і наразі сягає близько 500 млн євро на рік, а власний капітал – 2,5 млрд євро. Успішний досвід діяльності іноземних ЕКА яскраво свідчить, що вони не є "дорогим" інструментом сприяння експорту, який потребує постійних фінансових вливань. Навпаки, можуть бути цілком самоокупними та навіть прибутковими. Відтак, побоювання з приводу того, що створення ЕКА в Україні стане значним навантаженням на держбюджет є перебільшеними.

**Подолання сировинної пастки.** Спільною ознакою діяльності всіх ЕКА є те, що вони керуються міжнародними правилами і принципами. Основні з них закріплено так званним Консенсусом (рекомендації стосовно надання/страхування експортних кредитів, що офіційно підтримуються державою) країн – членів ОЕСР, а також договорами порозуміння Бернського союзу. Міжнародні правила державної підтримки кредитування і страхування експорту на основі залучення бюджетних коштів офіційно визнаються Світовою організацією торгівлі, тому ЕКА належать до абсолютно законних форм підтримки експорту. До речі, на відміну від прямих експортних субсидій. Про важливу роль ЕКА у підтримці експортної діяльності підприємств свідчать дані Міжнародного союзу страховиків кредитів та інвестицій (Бернського союзу), який об'єднує всі великі ЕКА світу. Згідно з ними, у період світової економічної кризи протягом 2009 р. через несплату лише з боку українських покупців членами Бернського союзу було виплачено іноземним компаніям страхових претензій на суму 128 млн дол.

Зростання страхових виплат було колосальним, враховуючи, що у попередні періоди вимоги щодо України залишалися у межах 1 млн дол. Таким чи-

ном, експортери України залишилися незахищеними від ризиків. На жаль, Бернський союз не веде статистики страхування експорту з України – через відсутність власного ЕКА наша держава не є членом цієї організації. Тому про втрати українських експортерів від дефолту іноземних партнерів можна лише здогадуватися, врахувавши те, що через кризу, яка торкнулася кожного регіону і кожної країни світу, багато підприємств виявилися не в змозі оплатити замовлені товари.

За експертними оцінками, у середньому діяльність ЕКА може забезпечити додатково 12% приросту експорту країни, а один додатковий долар бюджету ЕКА – приблизно 302 дол. додаткового експорту. У свою чергу, забезпечення стабільної роботи виробників експортної продукції сприятиме залученню додаткових інвестицій у реальний сектор економіки. Це вже не кажучи про активізацію експортної діяльності підприємств, що приведе до збільшення ВВП, кількості робочих місць (за результатами роботи Euler Hermes було створено 240 тис. робочих місць) і доходів населення, а також надходжень до бюджету за основними податками та зборами.

Послуг ЕКА потребують насамперед ті суб'єкти зовнішньоекономічної діяльності, що укладають довгострокові договори з іноземними партнерами на постачання високотехнологічної продукції з високим рівнем доданої вартості під масштабні проекти розвитку. Таким чином, ЕКА виконуватиме ще одну надважливу функцію, сприяючи подоланню сировинної спеціалізації національної економіки на міжнародному ринку» [3].

«"Човники", допомагаючи "сірим" ділкам перемістити товар через кордон, позбавляють державний бюджет надходжень. Бізнесмени нарікають, що втриматися на ринку дуже важко, бо продукцію, аналогічну тій, якою вони торгують, конкуренти реалізують за демпінговими цінами. А все тому, що ввозять її в Україну з допомогою так званих човників, які насправді переправляють товар через кордон у промислових масштабах. Чому це явище стало можливим і що слід зробити на законодавчому рівні, аби змінити ситуацію на митниці?

Викласти своє бачення проблеми ми попросили начальника Львівської митниці ДФС Левка Прокіпчука.

–Один зі способів мінімізувати сплату податків – човникова схема. Це коли велику партію якогось товару довозять до кордону, а далі розподіляють його між фізичними особами у межах норми, дозволеної Митним кодексом України. "Човники" переправляють товар через кордон в Україну, де знову консолідують для подальшого транспортування. За один раз заробляють до 100 грн. Це те, що ми знаємо. Найчастіше всі вони мають картки учасників малого прикордонного руху. Лише за останній

час ми затримали п'ять партій товарів, що були сформовані "човниками", на суму близько 3 млн грн.

Для підприємців, які працюють легально, сплачують усі податки, "човники" створюють неконкурентні умови. У них своя логіка: мовляв, заробляємо собі на життя, все в межах чинного законодавства. Насправді ж, допомагаючи "сірим" ділкам перемістити товар через кордон, вони позбавляють державний бюджет надходжень.

– І що – цьому не можна зарадити?

Ми неодноразово ініціювали внесення змін до ст. 374 Митного кодексу, якою передбачено, що громадянин має право ввезти на територію України певну кількість товару вартістю до 500 євро і вагою до 50 кг раз на добу. Проте це залежить не від виконавчих органів, а від парламенту.

Трапляється, що для ввезення товарів на митну територію України без сплати митних платежів використовується подвійний пакет документів. Це коли, наприклад, у Польщі при експорті товару надають одні документи, в яких вказано їхню реальну вартість, а при ввезенні в Україну – інші, де вартість товару занижується, а відтак менше сплачується податків. Найефективніший спосіб протидіяти цій схемі – налагодити оперативний обмін інформацією з суміжними митними службами в режимі онлайн. Це тривалий переговорний процес. Торік у жовтні ми майже дійшли з поляками згоди, але в них помінялася влада. Тепер доводиться починати роботу ледь не заново.

Очевидно, що для того, аби ефективно протидіяти зловживанням при ввезенні товарів в Україну, потрібне якнайкраще технічне забезпечення митних органів. У переважній більшості європейських країн є сканери, які дозволяють виявляти прихований товар. Але сканер дає змогу побачити лише однотипну продукцію. Наприклад, у партії задекларують яблука, а насправді в ній буде інший товар. Та коли перевірятимуть документи, сканер не допоможе.

– Це що – суто українська проблема?

На Заході на подібні загрози й ризики кожна країна реагує по-різному. Але там протидіяти зловживанням значно легше, бо в них немає таких критичних масштабів ввезення товарів для особистих чи псевдоособистих цілей. Щойно виникли якісь проблеми, вони вносять зміни до законодавства. Три-чотири роки тому законодавство Угорщини і Словаччини дозволяло своїм громадянам перемішувати через пункт пропуску два блоки сигарет. Митники побачили, що це обмеження не дає ефекту, бо люди по кілька разів на день встигали пронести ці блоки. Відтак внесли зміни до законодавства, якими дозволено проносити за добу лише дві пачки сигарет. До речі, в ЄС мінімальна межа ввезення товарів без сплати податків – 300 євро. Ця сума менша, ніж у нас.

Розуміємо, що людина може поїхати за кордон і купити собі якісь потрібні речі. І ми казали: якщо

не можна поміняти межу в 500 євро, то поміняйте термін. Одного разу на п'ять днів або тиждень цілком достатньо для особистих цілей людини, яка не займається цим професійно. Хоча, зрозуміло, що вона це робить не від хорошого життя.

– Але що із цим робити?

– Ми періодично даємо парламентарям своє бачення змін до законодавства, щоб забезпечити ефективніший захист наповнення бюджету і запобігти випадкам мінімізації податків. До нас прислухаються і законопроекти подають на розгляд у комітети Верховної Ради. Проте одними адміністративними заходами ці зловживання подолати складно.

Також підприємці нарікають на проблему з дозвільними документами. Якщо бізнесмен має велику номенклатуру товарів, то підготовка дозвільних документів забирає в нього багато часу й грошей. Була правильна позиція прем'єр-міністра В.Гройсмана, коли він казав про лікарські засоби. Якщо в Канаді, США чи Японії їх допущено до вживання, то для чого ще раз проходити процедуру сертифікації і визнання в Україні? Хіба там люди менш вимогливі до ліків? Очевидно, що ні. А тому слід зменшувати кількість дозвільних документів або ж визнавати європейські. Великі надії покладаємо на систему єдиного офісу, яка забезпечить електронний обмін даними між різними контролюючими органами. Також маємо працювати над лібералізацією оподаткування. Де це можливо – зменшувати нетарифне регулювання. Раніше ми намагалися суто адміністративними методами заборонити переміщення алкоголю. Це не давало результату, аж поки ціни на цей товар у Польщі й Україні зрівнялися. Аналогічна ситуація й з бурштином. Поки його видобування поза законом, люди цим займаються і заробляють гроші. Якщо все узаконити, врегулювати і визначити частку прибутку на оплату праці, використання надр, рекреацію – переконаний, ця лихоманка припинилася б сама собою.

Якби люди, які проживають у прикордонних областях, мали постійну роботу, вони, можливо, й не займалися б човниковим бізнесом. Тому, попри створення перепон для використання різних схем мінімізації оподаткування, вочевидь, потрібно працювати й над створенням легальних робочих місць для мешканців прикордоння.

*Довідка. Упродовж січня-травня 2016 р. у зоні діяльності Львівської митниці здійснено митне оформлення зовнішньоторговельних операцій суб'єктів господарської діяльності на суму близько 30,5 млрд грн. З цієї кількості імпортовано товарів на суму понад 19,6 млрд грн, експортовано – на 10,9 млрд грн, що становить відповідно 64 (імпорт) і 36% (експорт) від загального обсягу зовнішнього товарообігу. Порівняно з аналогічним періодом 2015 р. товарообіг збільшився на 24%, причому обсяги імпорту збільшилися на 29, а експорту – на 16%» [4].*

«3 серпня розпочинається офіційний візит Президента України Петра Порошенка до Малайзії (3–5 серпня) після відвідин якої глава української держави здійснить державний візит до Індонезії (5–7 серпня). Програмою першого в історії взаємин між двома країнами візиту в Куала-Лумпур передбачено зустрічі Глави Української держави з Прем'єр-міністром Малайзії Наджибом Тун Разаком та керівництвом країни. До речі, це буде друга зустріч президента України з малайзійським прем'єром. Вони обоє зустрічалися 29 вересня 2015 року у рамках зустрічі керівництва держав-учасниць Спільної групи з розслідування авіакатастрофи літака МН-17. Тому очевидно, що ця тема буде обговорюватись під час переговорів у Куала-Лумпур.

Слід зазначити, що 13–16 липня 2003 року в Україні з офіційним візитом побував тодішній прем'єр-міністр Малайзії Махатхіра Мохамад. І тоді обома сторонами багато сподівань покладалось на розвиток військово-технічної співпраці. Тому буде цікаво побачити чи цього разу ця тема отримає продовження.

У Джакарті Порошенко проведе зустрічі з Президентом Індонезії Джоко Відодо, Спікером Ради народних представників Парламенту Індонезії Аде Комарудіном та Султаном Джок'ярти.

В рамках обох візитів буде проведено українсько-малайзійський бізнес-форум та бізнес-форум за участю представників ділових кіл України і Республіки Індонезія. Планується підписання низки двосторонніх документів, спрямованих на поглиблення співробітництва між Україною та Малайзією та на розширення співпраці між Україною та Республікою Індонезія у різних сферах.

**«Український бізнес має бути більш активним»**

**Ігор Лосовський, экс-посол України в Малайзії, заступник постпреда України при міжнародних організаціях у Відні (ОБСЄ, МАГАТЕ, ЮНІДО):**

– Це справді дуже важлива поїздка Президента України у цей регіон і тим більше взагалі перший візит глави нашої держави у Малайзію. Попри те, що ми зосередженні головним чином на співпраці з північноамериканським континентом і Європою, нам треба будувати відносини зі всім світом, тим більше з тими регіонами, які динамічно розвиваються.

А ось ці дві країни Малайзія та Індонезія є провідними країнами в цьому регіоні і входять в організацію АСЕАН (Асоціація держав Південно-Східної Азії). Штаб-квартира цієї міжнародної організації розташована в столиці Індонезії – Джакарті. І це також дуже важливо, що президент відвідує Індонезію, бо АСЕАН сьогодні серцевиною багатьох інтеграційних процесів та утворень у регіоні. Індонезія найбільша мусульманська країна у світі, а також найбільша країна в регіоні.

Малайзія була одним з головним ініціатором створення АСЕАН у 1967 році. Ці обидві країни сьогодні дуже динамічно розвиваються, у них є великі природні та людські ресурси. Зрозуміло, що візит на такому високому рівні є дуже своєчасним і має задати тон розвитку двосторонньої праці.

Що стосується різного статусу візитів в Малайзію (офіційний) та Індонезію (державний). Я б не надавав цьому великого значення. Це результат двосторонніх домовленостей і протоколу, і тут більш важливішим є те, яким буде наповнення цих візитів. І зокрема дуже важливим є сам факт першого візиту глави української держави в Малайзію, який повинен дати поштовх до подальшого розвитку двосторонніх відносин. Те ж саме стосується візиту в Індонезію.

Що стосується перспектив співпраці з цими країнами у військово-технічній сфері. Для цього потрібно використовувати можливість участі українських оборонних підприємств у Міжнародній морській та авіакосмічній виставці на острові Ланггаві LIMA, яка відбувається щодва роки. Крім того, у цій країні також проводиться військово-поліцейська виставка.

Малайзія та Індонезія активно закуповують різні сучасні озброєння у різних регіонах світу. При цьому обидві країни не замикаються на одних постачальниках озброєнь: США чи Росії, тому для України є можливість запропонувати свою конкурентоспроможну оборонну продукцію. Відтак у цьому відношенні тут існує потенціал співпраці з Україною, яка не пасе задніх у розробці озброєнь.

Підсумовуючи, я б радив нашій делегації підійти прагматично до візиту в Малайзію та Індонезію і переговорів з керівництвом обох держав, щоб це стало поштовхом до подальшого розвитку міждержавних відносин. Виходячи з досвіду роботи в цьому регіоні хочу відзначити, що український бізнес має бути більш активним, навіть агресивним – у хорошому розумінні цього слова – на ринках Малайзії та Індонезії. Україні потрібно продемонструвати свої експертні переваги на виставках, які там відбуваються, щоб закріпитися на ринках регіону, що динамічно розвивається. А Малайзія це фінансовий центр і локомотив регіону зі своєю малайською культурою. У цьому регіоні дуже близькі мови, споріднені культури.

**«Перед Україною відкривається вікно можливостей...»**

**Ігор Гужва, експерт з питань міжнародної торгівлі:**

– Заплановані на цьому тижні офіційні візити Президента України Петра Порошенка до Малайзії та Індонезії мають перспективу стати вагомим фактором активізації торговельно-економічних відносин між нашою країною та регіоном Південно-Східної Азії. Адже в умовах стрімкої втрати традиційних



ринків збуту встановлення позитивної динаміки політичних відносин з країнами, що мають величезний внутрішній ринок та значний інвестиційний потенціал, набуває першочергової актуальності для вітчизняного бізнесу.

Наразі зовнішньоторговельні відносини України з регіоном Південно-Східної Азії розвинуті слабо: товарообіг з Малайзією складає всього 291,7 млн дол. США, Індонезією – 354,8 млн, хоча попри кризу і зменшення загального експорту, обсяги поставок продукції до цих країн в минулому році зросли на 20,4 і 10,5% відповідно. 75,2% вітчизняного експорту до Малайзії становить олія соняшнику, в імпорті переважає електричне обладнання (36,9%). В Індонезію Україна експортує переважно зернові культури (84,8%), імпортуючи звідти в основному пальмову олію (57,9%). Жодна малайзійська або індонезійська компанія не зареєстрована в Україні і не бере участі в інфраструктурних чи інвестиційних проєктах. Торгівля відбувається здебільшого через посередників. Втім, існує значний потенціал нарощення співпраці, передусім у військово-промисловій сфері. Так, у квітні цього року Малайзія запропонувала Укроборонпрому співпрацювати у сфері виробництва бронетехніки і протитанкового озброєння. А зовсім нещодавно уряд схвалив проєкт угоди між Україною та Індонезією, який передбачає співробітництво в оборонній сфері. Зокрема, на початку липня цього року Україна підготувала новий варіант бронетранспортера БТР-4 для поставки в Індонезію. Отже, завдяки візитам високого рівня, перед Україною відкривається вікно можливостей встановлення нових ділових контактів з підприємницьким сектором Малайзії та Індонезії, а також розвитку існуючих комерційних відносин до масштабних проєктів двостороннього партнерства з залученням масштабних інвестицій та виходом на нові ринки збуту» [5].

«Нещодавно Президент України Петро Порошенко відвідав дві країни Південно-Східної Азії, які динамічно розвиваються: Малайзію, вперше за 25 років, та Індонезію за останні 20 років. Виникає запитання, з одного боку, чи не запізно це відбулося, і чи ще залишилося місце на ринку цих країн для України? А з другого боку: у яких сферах Україна може очікувати на інвестиції з боку Малайзії та Індонезії? «День» звернувся до голови правління Асоціації ділового співробітництва України з державами АСЕАН, першого посла України в Індонезії, Малайзії, экс-посла України в КНР Ігоря Литвина з проханням відповісти на ці запитання і розповісти про перспективи співробітництва з цими країнами. – **Чому так довго не відбувалися візити у Малайзію та Індонезію?** – Про це треба спитати у керівників МЗС та у керівників департаменту зовнішньої політики Адміністрації Президента України останніх років. Можливо, причиною є брак спеціалістів зі

Сходу і там, і там і, як наслідок, нерозуміння важливості регіону Південно-Східної Азії у зовнішній політиці України. З другого боку, не можна казати, що Україна довгий час не звертала уваги на регіон Південно-Східної Азії, це не так. За роки, що минули з часів моєї роботи в регіоні послом України в Індонезії та за сумісництвом іще у п'яти державах АСЕАН, у Малайзії, Сінгапурі, Таїланді, з'явилися (на додаток до Індонезії) окремі дипломатичні представництва України. Додамо до цього ще й заснування українського посольства в Австралії, керівник якого традиційно акредитований за сумісництвом ще й у Новій Зеландії. На Філіппінах та у султанаті Бруней наші послы відповідно у Японії та Сінгапурі акредитовані за сумісництвом. Посольство України у В'єтнамі фактично опікується також представленням наших національних інтересів у сусідніх Камбоджі та М'янмі. Тобто адекватне, так би мовити, «дипломатичне покриття» основних держав регіону ПСА та Океанії забезпечено. Інша справа, який економічний насамперед ефект від цього має наша держава. Розумію, що так безпосередньо ставити питання не зовсім коректно, адже не можна питати з посольств показників ефективності двостороннього торгово-економічного та іншого співробітництва з тією чи іншою країною. Питати треба з керівництва профільних міністерств, відомств, інших центральних та регіональних органів влади, торгово-промислових палат, бізнесових та інших асоціацій та союзів виробників. Які, у більшості своїй, абсолютно не розуміються на тому, що називається ефективною, агресивною експортною політикою, не вміють та й не хочуть працювати з азійськими країнами так, як того потребують традиції, канони і вимоги професійної діяльності із забезпечення української експортної експансії у регіоні. Слава Богу цього року нарешті створено Офіс зі сприяння експорту при Міністерстві економіки. З'явилася надія на те, що наш експортний потенціал знайде тепер підтримку держави щодо своєї ефективної реалізації у регіоні ПСА. Офіс запрацював, і це добре видно по президентських візитах до Малайзії та Індонезії, підсумки яких саме в економічній царині дають конкретну відповідь на ваше запитання: чи ще залишилося місце на ринку цих країн для продукції з України? Так, місце є, і його досить багато. – **Які результати було досягнуто під час візиту, і коли очікувати конкретних результатів від підписаних документів?**

– Візит успішний, результативний, працює як на перспективу, так і вирішення нагальних питань. З огляду на політичні інтереси України, цей візит забезпечив:

- ♦ єдність позицій нашої держави та ведучих держав АСЕАН у питаннях міжнародної та регіональної безпеки,

- ♦ солідарність сторін (Україна-Малайзія) щодо необхідності справедливого та всебічного розсліду-

вання трагедії з рейсом МН17 та неминучого покарання усіх винних у цьому злочині, починаючи з виконавців і закінчуючи тими, хто віддавав убивчі накази,

- ♦ підтвердження позиції офіційного Куала Лумпура та офіційної Джакарти щодо їхньої незмінної підтримки суверенітету та територіальної цілісності нашої держави,

- ♦ домовленості щодо продовження тісної координації та співпраці з обома лідерами АСЕАН в ООН.

Національні інтереси у сфері економіки, зокрема торгівлі, інвестицій, виробничої кооперації: напрацьовано теж достатньо, щоб говорити і про забезпечення перспективних напрямів співробітництва відповідною договірною-правовою базою (підписано кілька двосторонніх документів міжурядового рівня, міжвідомчого та корпоративного характеру), і конкретних проєктів, реалізація яких здатна значно зміцнити експортні позиції України у Південно-Східній Азії, а також модернізувати нашу власну інфраструктуру, насамперед транспортну, енергетичну, логістичну.

Як швидко запрацюють підписані документи? Такі, як, наприклад, угода про уникнення подвійного оподаткування та запобігання податковим ухиленням стосовно податків на доходи або угода щодо взаємної правової допомоги у кримінальних справах (з Малайзією), чи українсько-індонезійський документ щодо візової лібералізації можна вважати документами практично моментальної дії тому, що вони мають чіткий практичний характер. Такі ж засадничі документи, які регламентують базові принципи співпраці в оборонній сфері або у сфері сільського господарства (з Індонезією), потребують реалізації у конкретних контрактах, у тому числі й на поставки української продукції до Малайзії та Індонезії, а через них – на увесь регіон ПСА. І навпаки – з регіону ПСА – в Україну. – **Що реально нам треба робити, аби українські товари пішли на ринок Малайзії та Індонезії, які можуть стати своєрідним містком для нашої країни у регіоні Південно-Східної Азії?** – Як спікеру мені пощастило взяти участь в обох бізнес-форумах, що були проведені в рамках державних візитів Президента України до Малайзії та Індонезії. І я був свідком, буквально і почесним, підписання корпоративних угод між українськими компаніями і компаніями з Малайзії та Індонезії у таких важливих і перспективних галузях, як інформаційні технології, агросектор, фармацевтика, виробничі кооперації у сфері інфраструктури. Уже, не чекаючи повернення в Україну, представники українського бізнесу, які склали економічну делегацію президентського візиту, обмінялися зі своїми новими партнерами конкретними бізнесовими пропозиціями щодо поставок в Малайзію та Індонезію українського зерна (кукурудза,

продовольча пшениця, боби сої), яке користується у регіоні стійким попитом (лише у 2015-2016 маркетинговому році з України експортовано до регіону загалом 3,9 млн тон зернової продукції), поставок українських лікарських препаратів тощо. Ось і відповідь на запитання, що нам треба реально робити, щоб українські товари пішли на ринки країн АСЕАН, зокрема до Малайзії та Індонезії. Бізнес сам вже почав робити те, що треба, адже відповідні рамки державами створено.

Україна зараз досить успішно конкурує із країнами-експортерами, які традиційно домінують у глобальному постачанні зернової продукції, такими, як США, Аргентина, Австралія, Канада. Чому це так? Є кілька причин:

- 1 якість та споживчі стандарти продукції, яку ми пропонуємо, дуже високі. І головне – без ГМО!

- 2 суворі відповідності жорстким міжнародним нормам щодо санітарної та карантинної безпеки;

- 3 дуже конкурентні ціни;

- 4 великі обсяги поставок і надійність поставок, не зважаючи на складну логістику.

Значні резерви до нарощування поставок української агропродукції у регіон відкриваються у зв'язку із масштабною програмою розвитку індустрії ХАЛАЛ (HALAL), що передбачає глобальне вирішення питання про наповнення засіків країн мусульманського світу ексклюзивною номенклатурою харчових продуктів, медичних препаратів тощо, яка відповідає нормам Халал. Це, насамперед, так звана «зелена продукція», якої в Україні достатньо, щоб стати основним експортером для найбільшої у світі країни з мусульманським населенням – Індонезії та й інших подібних держав регіону ПСА. – **Що нам треба робити, аби в Україну прийшли інвестиції з цих двох країн?** – Задля того щоб в Україну пішли інвестиції з Малайзії та Індонезії, як і раніше, як і у випадку з будь-якою іншою країною, потрібно, щоб у нашій державі був створений і запрацював відповідний механізм залучення та забезпечення (умови використання, безпеки та повернення) іноземних інвестицій, про який ми говоримо останні 25 років. Ну, ще потрібен мир на нашій землі, чіткі і незмінні правила гри і сталий економічний розвиток. Президент Порошенко вважає, що кращого часу для інвестицій в Україну, ніж зараз, немає, і про це він говорив на форумах із бізнес-колами обох країн відвідання. Аргументи президента цілком зрозумілі: в Україні досить дешева кваліфікована робоча сила, економіка перебудовується, відбувається її роздержавлення, програмою приватизації охоплюють сотні підприємств у важливих галузях економіки. Тобто зроблено заклик: йдіть, купуйте наші активи, які зараз досить дешеві, вкладайте кошти у модернізацію виробництва і за рахунок використання дешевої праці висококласних українських спеціалістів налагоджуйте випуск конкурентної продукції та за-

безпечуйте конкурентні послуги з території України. І наші партнери, зокрема з Малайзії, вже підтвердили готовність вивчити ймовірність залучення найбільшої місцевої нафтогазової компанії PETRONAS до видобування вуглеводів, у т.ч. сланцевого газу в Україні, залучення малайзійських компаній до будівництва в Україні автомагістральних доріг та доступного житла, можливість участі місцевого бізнесу у приватизації українських державних підприємств у сфері енергетики та інфраструктури. Тепер для реалізації усіх домовленостей залишаються, як завжди, буквально дрібниці – взятися і зробити те, про що домовилися, тим більше маючи досвід реалізації домовленостей, досягнутих під час візиту малайзійського прем'єр-міністра в Україну 2003 року. Зараз, наприклад, у сфері військово-технічного співробітництва ми вже більш незалежні від кооперації з так званим «великим братом», і так «скеровувати» наші зовнішні замовлення, як раніше, вже зі столиці держави-агресора не вдається. Тепер битися за кожне вигідне експортне замовлення доведеться по-справжньому, відсікаючи конкурентів за всіма параметрами, насамперед за рахунок якості і чіткості виконання контрактів та розрахунків за них. – **Ви бачите реальні проекти в Україні, у які можуть вкладати інвестиції малайзійці чи індонезійці?** – У Куала Лумпурі мені довелося бути присутнім на кількох презентаціях бізнес-проектів, реалізація яких була б дуже корисною для України, зокрема проекту очистки води. Малайзійські бізнесмени готові були б інвестувати у створення відповідних потужностей і контролювати їх функціонування у регіональному та національному масштабах. Потенційні інвестори зацікавлені також у наших проектах в сфері створення та/або модернізації транспортно-логістичної інфраструктури, зокрема портової на Чорному морі, у переробній промисловості (будівництво масло екстракційних потужностей) тощо. Проектів можна знайти багато, знову ж таки багато цікавого для інвесторів виставлено на приватизацію. Перспектива є. І на південному сході Азії її бачать! – **До речі, у 2004 році я брав інтерв'ю у посла Малайзії в Польщі та за сумісництвом в Україні, який сказав тоді: прийміть на озброєння Ан-70 і потім привозьте до нас на виставку в Лангкаві, і ми його купимо. Що ви скажете про перспективи продажу літаків «Антонова» в Малайзії, чи ще існує там така ніша, і, до речі, які перспективи просування українських бронекатерів в Індонезії – країні тисячі островів?** – Я ще 2000 року, коли працював послом України в Китаї, на авіасалоні в Чжухаї чув конкретну пропозицію тодішнього міністра Китайської національної адміністрації цивільної авіації пана Лю Цзянфен про купівлю двох літаків Ан-70. Ні тоді, ні пізніше Україна, на жаль, не в змозі була продати за кордон ці унікальні літаки. Я не зовсім у курсі, чи

існують сьогодні передумови для налагодження експортного співробітництва з будь-якими країнами Азії щодо Ан-70, проте маю сумнів, що це наразі реально. Що ж до бронекатерів для Індонезії, то наше співробітництво у галузі оснащення індонезійського військово-морського флоту продукцією українського суднобудування налічує вже майже 20 років і має перспективи до подальшого нарощування в обсягах та у номенклатурі. Нинішній президентський візит до Індонезії заклав нові перспективи двосторонньої співпраці у цій сфері. – **Якими є перспективи продажу нашої бронетехніки, зокрема нової на ці ринки?** – Експортний потенціал нашої бронетехніки до регіону Південно-Східної Азії, зокрема до Малайзії є вельми значним, причому йдеться не лише про бойові машини, а й про машини спецпризначення, наприклад техніку імпульсного пожежогасіння, яка за умов постійної загрози лісових пожеж матиме попит» [7].

«Превышение экспорта товаров над импортом было одним из немногих позитивных эффектов девальвации гривни, но продержалось это явление недолго. Согласно данным Государственной службы статистики экспорт товаров из Украины за семь месяцев 2016 г. упал на 10,5%, или \$2,3 млрд, до \$19,5 млрд. Сократился и импорт, но только на 4%, или \$860 млн, до \$20,5 млрд. Впрочем, отечественные чиновники пребывают в стоическом настрое и уверены, что если убрать внешние шоки, то украинская экономика сможет компенсировать потери. В Министерстве экономики проблемы экспорта объясняют в первую очередь введением Россией продовольственного эмбарго, усложнением транзита по ее территории, экономической нестабильностью в отдельных районах Луганской и Донецкой области. При этом отмечают и позитивные тенденции, мол, при сокращении экспорта в Россию и страны СНГ выросли поставки украинских товаров в Евросоюз, а это безусловное достижение новой экономической политики.

**В чем проблема.** Понятное дело, война не лучший стимул для экономического развития, что, впрочем, не снимает с украинских властей ответственности за формирование в стране благоприятного делового климата, который позволяет развивать производство, в том числе и экспортной продукции. Пока, несмотря на все разговоры о реформах, о дерегуляции, правовом государстве и прочих благах европейской цивилизации, Украина находится на 83 месте в рейтинге Doing Business и даже до уровня авторитарной путинской России, которая обосновалась на 51 месте, еще очень далеко, не говоря уже о Польше с ее 25 позицией. Поэтому списать все проблемы экспортеров исключительно на антитеррористическую операцию и потери российских рынков невозможно.

Проблема в том, что, как ни прискорбно это констатировать, на третьем году тотальных экономических реформ завезти товар в Украину куда проще и выгоднее, чем производить его внутри страны. Слишком непредсказуемой остается экономическая политика отечественных правительств. Даже исключая войну, одних только ежегодных манипуляций с бюджетом вполне достаточно, чтобы вогнать экономику в состояние стагнации. Любопытно, что, пребывая на должности, украинские чиновники проблем в этом не видят, зато оказавшись на пенсии или в отставке, часто оказываются на

удивление прозорливыми. Например, наемный председатель Национального банка Владимир Стельмах, комментируя получение Украиной очередного транша МВФ, говорит, что это, конечно же, неплохо, но, тем не менее, стратегических проблем экономики, в частности негативного экспортного сальдо и даже стабильности валютного курса не решит. Пока импорт будет превышать экспорт, Украина постоянно будет испытывать давление на курс национальной валюты, который будет неминуемо девальвировать.



Рис. 7. Головні зовнішні ринки [8]

**В чем сила.** Стабильность может дать только устойчивый экономический рост, который напрямую зависит от инвестиций и бизнес-климата. И вот здесь Украину ожидают проблемы, поскольку вся мощь экономической мысли младореформаторов направлена не столько на то, чтобы упростить регулирование экономики, сделать ведение бизнеса для украинцев более комфортным, сколько на борьбу с коррупцией, что выливается в очередную волну размножения контролирующих органов и усиления контролеров. Последние начинают борьбу за свой кусок дохода и решают, кто же должен всем управлять – просто прокурорские или, к примеру, антикоррупционные прокурорские? Понятное дело, что в такой агрессивной среде инвестировать в создание производства, размышлять об увеличении экспортного потенциала могут только либо слегка невменяемые, либо сильно верующие люди. И это касается не только Украины. Например, по данным аналитиков Bank of America Merrill Lynch, чрезмерно активная борьба с коррупцией в прошлом году стоила Китаю как минимум 0,6% годового ВВП, поскольку привела к резкому снижению экономической активности в стране, где взятки – это часть национальной

культурной традиции. Украина, конечно, не Китай, но определенные традиции не чужды и нашему гордому народу, а изменение традиционных правил игры приводит к росту транзакционных издержек, после чего сложно рассчитывать на быстрый рост экспорта» [8].

«Уряд шукає варіанти, як підтримати експортерів. Наприкінці минулого тижня прем'єр-міністр Арсеній Яценюк доручив Мінекономрозвитку якнайшвидше створити Раду експортерів. Відповідно до угоди про Зону вільної торгівлі з Європейським Союзом, така установа має запрацювати не пізніше 1 січня 2016 року. Яценюк закликав, Мінекономрозвитку вивчити «повністю всі компанії України, які здатні експортувати і завойовувати інші ринки і по кожній компанії пройтися – що для цієї компанії потрібно вирішити і в якій країні». Паралельно з цим повинні з'явитися торгові представництва в країнах – основних торгових партнерах: США, ЄС (Брюсселі), Німеччини, Франції, Китаї та на Близькому Сході. До слова, про такі представництва влада говорить уже не перший рік, але далі слів справа ще не доходила.

Однак не тільки уряд хоче бути економічним адвокатом бізнесу за кордоном. Лаври рятувальників і провідників вітчизняних підприємців міряють на себе й нардепи. Напередодні сесійного тижня кілька народних депутатів зареєстрували законопроект №2142а «Про забезпечення масштабної експортної експансії українських виробників шляхом страхування, гарантування та здешевлення кредитування експорту». Автори документа, за словами одного з них, нардепа Віктора Галасюка, хочуть зробити те, чого за 24 роки не зміг зробити жоден міністр економіки – створити потужне українське експортно-кредитне агентство (ЕКА), яке стане інструментом експансії українських виробників на закордонних ринках та економічного розвитку України. На думку Галасюка, експортно-кредитне агентство потрібне з кількох причин. Перша – українська економіка є експортно-орієнтованою і продаж товарів та послуг за кордон становить 50% ВВП. «За даними Держкомстату, обсяг експорту товарів та послуг 2014 року становив 63,9 мільярда доларів, скоротившись порівняно із 2013 роком на 14,6%, або майже на 11 мільярдів доларів», – пояснив він. Друга – програма діяльності Кабінету Міністрів України передбачає збільшення вдвічі обсягів експорту товарів вітчизняного виробництва до 2019 року. Третя, продовжує нардеп, – внесок чистого експорту у ВВП є від'ємним (!!!): –4%, тоді як аналогічний показник у європейських країнах (Німеччина, Чехія, Нідерланди) становить понад +5%, а в країнах, що динамічно розвиваються, наприклад, Сінгапурі +20%.

Оцінити експортні ініціативи уряду та парламенту «День» попросив **голову «Комітету економістів України» Андрія Новака:**

– Рада експортерів та кредитно-експортне агентство потрібні. Їх завдання – активізувати експорт з країни. У США це роблять через діяльність Торгово-промислової палати. Ми можемо використати їхній досвід. Але, як на мене, уряду простіше лобювати інтереси українського бізнесу через створення при посольствах окремих торговельних відділів. Бізнесу завжди потрібна допомога, як тільки-но він виходить на нові ринки. Які там умови роботи, які діють технічні правила та стандарти, експортні мита тощо – все це завдання для цих відділів.

Також потрібно запровадити експортне кредитування. Наразі в Україні діє «Укресімбанк», який за логікою мав би кредитувати саме експортерів. Інших варіантів підняти цей напрямок немає, хіба що уряд спільно з НБУ можуть використати якийсь реальний стимул, щоб банки кредитували саме експортерів.

Який набір заходів підбере для стимулювання експортерів – відкрите питання, але воно потребує оперативної відповіді. Адже наразі експортери рятують економіку, стабілізуючи її, вирівнюючи валютний баланс і зміцнюючи гривню. Найактивніше підтримує економіку агросектор, бо саме він є постача-

льником валюти «номер один» зараз у країні. Хімія ж та металургія втратили свій вплив через військові дії на сході та анексію Криму» [9].

«У баварському містечку Ансбах без зайвого галасу зводять нову фабрику. Роботи й новітні методи виробництва на зразок адитивних технологій (тобто 3D-принтерів), які там діятимуть, не дивина для Німеччини, котра підтримує інноваційні розробки в промисловості. Фабрика унікальна тим, що випускатиме не автомобілі, літаки чи електроніку, а кросівки та інше спортивне взуття. Раніше цю галузь, що дає \$80 млрд за рік, вивели за кордон – здебільшого до Китаю, Індонезії та В'єтнаму. Повертаючи виробництво додому, фабрика може вдихнути в індустрію нове життя. Speedfactory – так називається фабрика в Ансбаху – належить Adidas, великій німецькій компанії, що спеціалізується на спортивних товарах. Будувати допомагає Oechsler Motion – місцевий виробник промислового обладнання. Фабрика запрацює в середині 2017 року, спершу неквапом, а згодом планують випускати 500 тис. пар спортивного взуття за рік. Adidas буде другу Speedfactory для американського ринку біля Атланти. Якщо робота піде добре, відкриють ще й інші фабрики деінде. Названі цифри мізерні, як на компанію, що випускає близько 300 млн пар щороку. Проте в Adidas переконані, що Speedfactory допоможе змінити підхід до продукування кросівок. Технології, розроблені для проекту, можна буде запустити на нових або вже наявних фабриках, зокрема в Азії, де попит на спортивний і повсякденний одяг збільшується завдяки покращенню купівельної спроможності споживачів. Нині кросівки виробляють переважно вручну на величезних підприємствах, що часто розміщені в країнах Азії. Робітники збирають компоненти, кроють, з'єднують чи зшивають матеріали. Оскільки регіон розвивається, ручна праця, делегована туди із заможних країн, дорожчає. Очікується брак робочої сили. Деякі посади вимагають фахових навичок, які має дедалі менше людей. Нині більшість намагається уникати брудної або одноманітної праці.

Однак відкриття Speedfactory в Adidas мотивують не тільки вартістю робочої сили. Люди хочуть купувати модне взуття вже й зараз, а ланцюги постачання не встигають за цими запитами. «Наші підприємства працюють урозріз із потребами споживачів», – каже Герд Манц, керівник із питань технологічних інновацій Adidas. Робочий процес – від першого ескізу нової пари кросівок, виготовлення й тестування прототипних моделей, замовлення матеріалів, багаторазового пересилання зразків, переснащення й організації виробництва до відправлення готових товарів у крамниці – може тривати аж півтора року. Тим часом за три чверті нових кросівок нині продається менш ніж за рік. Якщо надходить замовлення поповнити запаси ходової моделі, скажімо, популярних у 2015–2016 роках NMD R1,

взуття потрапить у продаж мінімум за три місяці. Єдиний спосіб пришвидшити це – переправляти товар не морськими шляхами в контейнерах, а літаками у вантажних відсіках. Останнє потребує величезних витрат.

**На старт, увага...** Головна перевага Speedfactory – скорочення ланцюга постачання, а отже, і часу подорожі кросівок після остаточного затвердження дизайну до крамниць, менш ніж до тижня, ба навіть дня. Власне, і процес створення дизайну дедалі більше відбувається в цифровому форматі. На комп'ютері не тільки малюють ескізи кросівок, а й випробовують функціональність готових моделей. Для пришвидшення роботи Speedfactory матиме цифрового близнюка – віртуальну комп'ютерну модель, на якій можна імітувати виробництво нових кросівок. Коли процес розробки завершується добре, цифровий продукт переводять у фізичне виробництво. Adidas запевняє, що нова виробнича система буде надзвичайно швидкою і гнучкою. Подробиці наразі не розголошуються. Проте відомо, що замість того, щоб замовляти компоненти для нової пари кросівок, Speedfactory самотужки вироблятиме більшу частину деталей із таких вихідних матеріалів, як пластик, волокна та інші первинні продукти.

Обладнання, на якому виконуватимуть цю роботу, буде високоавтоматизованим і використовуватиме такі технології, як комп'ютеризована в'язка, роботизоване розрізання й адитивне виробництво, що передбачає формування моделей шар за шаром. Промислові 3D-принтери з'являються в різному вигляді й можуть обробляти дедалі більше матеріалів. Програмовані в'язальні машини і 3D-принтери виконують команди, отримані безпосередньо від комп'ютерної програми, тому швидко переключаються з однієї деталі на іншу, не зупиняючи продукування. Тим часом на переобладнання традиційних машин та інструктаж працівників може знадобитися кілька днів. Звісно, не всі процеси на Speedfactory будуть автоматизовані. Із деякими завданнями, зокрема із заключним моделюванням кросівок, роботи справляються повільніше, і точність у них нижча. Тому кожна Speedfactory забезпечить 160 робочих місць, тоді як на звичайному підприємстві в Азії працює тисяча й більше робітників. Щоб оперувати новим обладнанням, потрібні більш кваліфіковані спеціалісти. Adidas хоче, щоб нові підприємства радше доповнювали азійські, ніж конкурували з ними. Однак розвиток інноваційної промисловості, поза сумнівом, призведе до зменшення шаленого попиту на аутсорсинг в Азії.

Фанати кросівок тішитимуться. «Таким чином з'являться товари іншого вигляду й функціональності», – каже Манц. Відмова від ручних методів виробництва дасть змогу Adidas вигадувати оригінальні форми й оформлення. Він уже експериментував

із матеріалом Biosteel – синтетичним шовком від німецької біотехнологічної компанії AMSilk. Крім того, вироблятимуться більш індивідуальні моделі, може, навіть кросівки на замовлення, сконструйовані на комп'ютері відповідно до того, як ходить чи бігає клієнт. Коли йдеться про такий конкурентний і залежний від моди ринок, одне можна сказати напевне: головний конкурент Adidas компанія Nike не сидітиме склавши руки. Американський суперник німецького виробника так само потерпає від подорожчання праці в Азії і так само намагається скоротити час, необхідний для постачання нових моделей на ринок. Одна з інноваційних ініціатив Nike – комп'ютеризована в'язка для виготовлення верхніх елементів кросівок Flyknit, що нагадує плетіння шкарпеток. До того ж Nike створила Центр розробки інноваційної продукції в головному офісі в Бівертоні, штат Орегон, де вивчають інші методи автоматизованого виробництва, зокрема із застосуванням 3D-принтерів. Компанія вже використовує ці технології у виготовленні взуття на замовлення для відомих спортсменів. Перегони між найбільшими у світі виробниками кросівок набирають обертів» [10].

«Україна, валютна виручка якої скорочується протягом останніх кількох років, експортну стратегію, на відміну від інших численних стратегій, справді чекала. Нині, коли ситуація на зовнішніх ринках постійно змінюється, старі торговельні зв'язки нашої країни руйнуються, а сама структура експорту трансформується, бачення урядом того, як, із ким і чим ми торгуватимемо, цікавить багатьох. Цілі позначено правильно, а завдання поставлені справді складні – диверсифікація і зміна структури експорту. Головний виклик – це виконання. Український держпарат виробляє неймовірну кількість стратегій, планів розвитку та програм. Жоден із цих документів не виконується повною мірою. Понад те, багато з них розробляються так довго, що встигають застаріти ще до того, як почнуть працювати. Коли в новій експортній стратегії стали зустрічатися посилання на 2015-й, з'явилося побоювання, що й нинішнє дітище Мінекономрозвитку та торгівлі повторить долю своїх попередників. Адже ситуація в зовнішній торгівлі розпочала змінюватися принципово буквально в останні місяці, що вже тоді казати про 2015-й, тепер уже надто далекий від економічної дійсності.

Український експорт, у якому переважає продукція металургії та сільського господарства, представлений в основному сировиною, що використовується як початковий матеріал для виробництва інших кінцевих споживчих товарів. Диспропорція товарної структури – спадок радянських часів, визнає нестійкість надходжень від експорту.

Через військові дії на сході України та напружені торговельні відносини з РФ, за останні роки значно скоротився експорт металургійної продукції,

машинобудування та транспортних засобів. Український експорт, значну частину якого традиційно становили залізо й сталь, тепер переважно представлений продукцією сільського господарства – зерновими та олійними культурами. І на цьому все. Ін-

ших статей, що хоча б наближаються за обсягами до зернових і металів, немає. І в останні роки світові ціни на зернові Україну не радують, а частка продукції металургії в експорті продовжує зменшуватися.

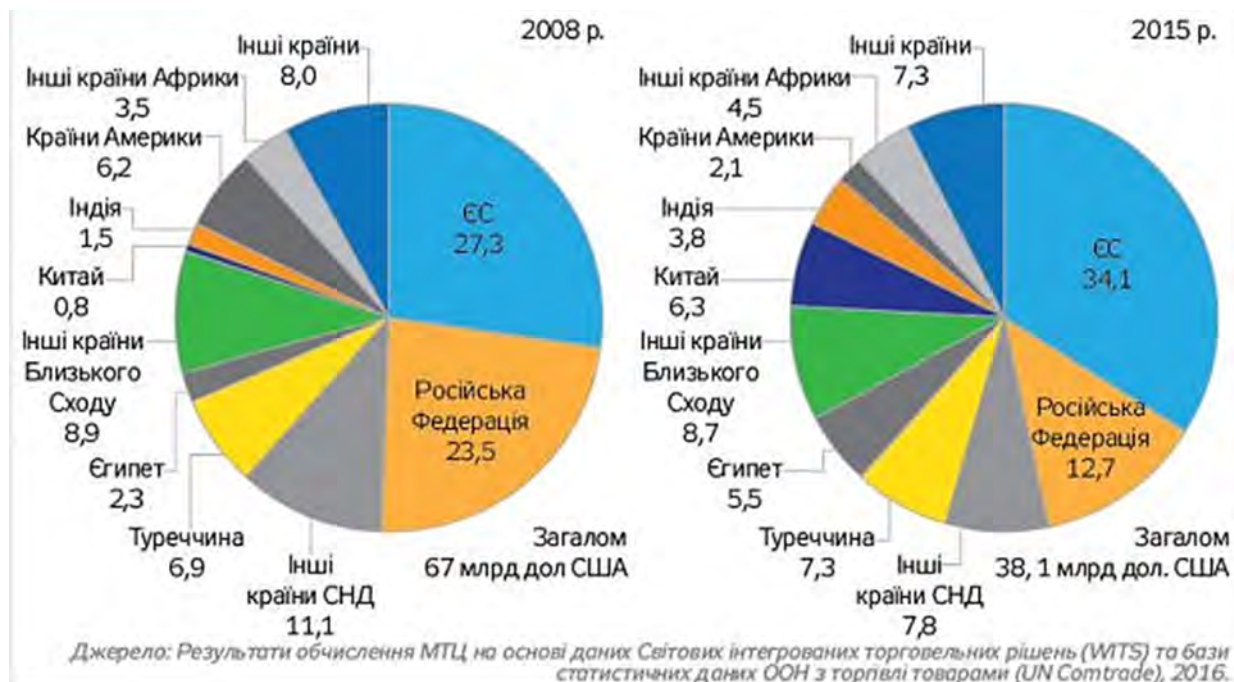


Рис. 8. Географія зовнішньої торгівлі України [11]

Про необхідність вибратися із сировинного капкана кажуть дуже давно. Справді, щось планувати й розвивати складно, якщо лівова частка твоїх бюджетних надходжень залежить від цін на сировинних ринках та економік інших, більших гравців зовнішніх ринків. Зростають ціни – виконується бюджет, знижуються – не виконується. Так і живемо. Особливих приводів у бізнесу, орієнтованого на експорт сировини, займатися переробкою та намагатися експортувати товари з більшою доданою вартістю немає. Він і так не в збитках. Держава впливати на ці процеси може, але своєрідно. Свого часу, наприклад, уряд запровадив мито на експорт насіння соняшника, зробивши його переробку всередині країни вигіднішою, ніж експорт самого насіння. Так Україна стала світовим експортером соняшникової олії.

Але це – історія з кінця 90-х минулого століття, нині подібні методи сприйматимуться бізнесом у багнети, та й сама держава не зважиться на такі кроки. Адже у нас навіть запровадження касових апаратів – нездоланий бар'єр.

Проте розробники стратегії тверезо оцінюють, що українська економіка характеризується високим рівнем відкритості (інтегрованістю у світову економіку) і залежністю українських виробників від торгівлі на іноземних ринках. А високий рівень відкритості робить країну уразливою, оскільки нестабільність на світових ринках моментально позначається

на економіці такої країни. Для активного включення в глобальні ланцюги доданої вартості пропонують перейти до виробництва середньо- і високотехнологічної продукції. Але радикальних рішень уникають. Хоча технологічна складова – це лише 5% українського експорту, тоді як в інших країнах, що розвиваються, частка такої продукції в середньому становить близько 35%.

Що ж пропонують у МЕРТ?

Основна мета – перехід України до "експорту наукомісткої інноваційної продукції для сталого розвитку та успіху на світових ринках". Звучить фантастично, але в міністерстві відразу дають пояснення: постановка локальних і короткострокових завдань не стимулює наступності виконання урядових програм. А от якщо прагнути до глобальної, високої мети, то з курсу вже не звернути.

Дорожня карта (один із елементів стратегії) визначає три основні завдання з реалізації "високої" експортної мети:

- створення сприятливих умов, які стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту;
- розвиток послуг із підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема МСБ;
- зміцнення навичок і компетенцій підприємств, зокрема МСБ, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

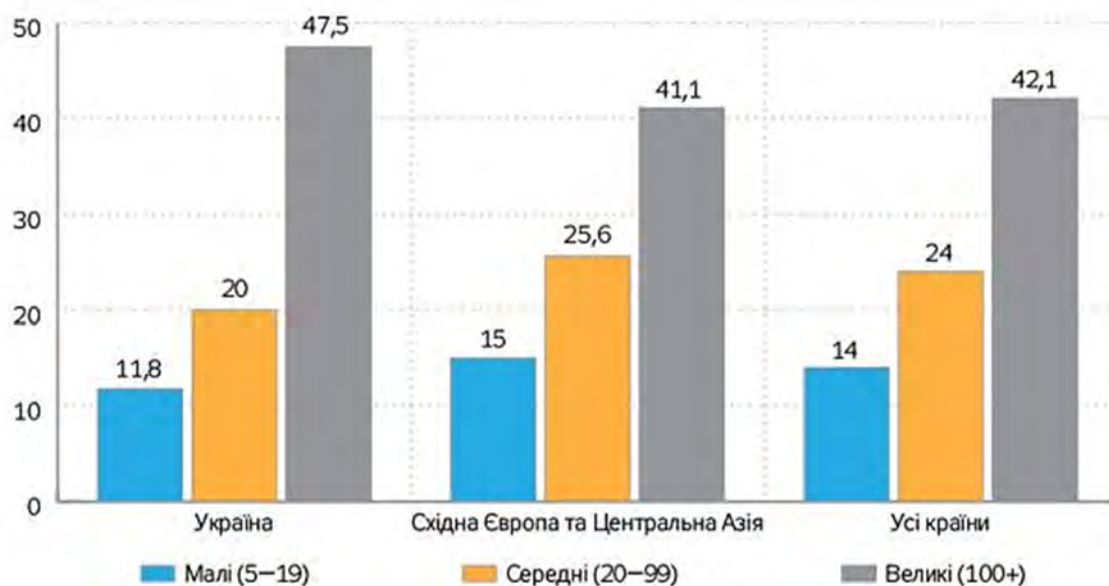
Визначено також конкретні існуючі та потенційні сектори, які виступлять рушійною силою інновацій і створення високої доданої вартості. Попри обтічність формувань, відмовитися остаточно від пріоритетних галузей не змогли. Що робити, в Україні люблять створювати умови не для всіх, а для обраних, і тут головне не скотитися в підсумку до прямої бюджетної підтримки та податкових пільг. Отже:

- сектор інформаційно-комунікаційних технологій (розробка програмного забезпечення);
- сектор креативних послуг (реклама та зв'язки з громадськістю (PR), ремесла, дизайн, кіноіндустрія, індустрія моди, видавнича справа);
- сектор туризму (екотуризм, екстремальний, культурний, діловий та освітній);
- сектор технічного обслуговування та ремонту повітряних суден;
- сектор виробництва запасних частин і комплектуючих виробів для аерокосмічної та авіаційної промисловості;
- сектор машинобудування (турбогвинтові двигуни, газотурбінні двигуни, насоси та ізольовані

двигуни, транспортні засоби, залізничні й трамвайні локомотиви);

– сектор харчової промисловості (харчові інгредієнти, готові продукти харчування та органічна продукція).

Як бачимо, жодних особливих відкриттів – харчопром, машинобудування та ІТ-сектор, які вже й так сформувалися як потенційні тягові коні майбутніх трансформацій. Тобто ми не надто диверсифікуємо структуру, просто декларуємо спробу вийти на рівень збуту товарів із більшою додатковою вартістю. І, звичайно, великі сумніви виникають щодо участі малого та середнього бізнесу в цих процесах. Тому що здоровий глузд не дозволяє вже надто розраховувати на значний експорт PR-послуг із України, участь МСБ буде обмежено хіба що харчопромом та ІТ. Хоча й у сфері туризму, наприклад, теж дуже хотілося б побачити нарешті хоч якийсь прорив. Щоправда, яким чином це може бути реалізовано, стратегія не дає чіткої відповіді, отже, все так і може залишитися на рівні намірів і декларацій.



Джерело: Опитування підприємств, Світовий банк.

Рис. 9. Експортна активність підприємств України [11]

Узагалі розробники стратегії відзначають потенціал зростання експорту послуг, який у результаті макроекономічної нестабільності значно скоротився останніми роками (приблизно на 36% у 2015 р. порівняно з 2008-м), але при цьому демонструє більшу стійкість, ніж експорт товарів. На експорт послуг припадає близько 25% загального обсягу українського експорту, і в останні десять років цей показник істотно не змінювався. Однак і тут у нас переки, який складно виправити (принаймні з позитивним для країни та її держбюджету ефектом). Оскільки українські трубопроводи (знову ж, ще від

радянських часів) використовуються для транзиту природного газу та нафти, наш експорт послуг значною мірою представлений саме транспортною складовою (у середньому понад 40% загального експорту послуг). А от їх у пріоритетних секторах немає. Зате є ремесла.

У чому ж полягатиме власне підтримка, і які варіанти пропонує МЕРТ? Поки що сказати складно. План великий, виконавців маса, деякі – взагалі ще не створені структури. Але для початку розробники стратегії пропонують підготувати ще й детальні секторальні стратегії. Нагадаємо, про розробку да-



ної стратегії йшлося два роки, тепер ще й секторальні потрібні.

Основні заходи короткострокової перспективи (рік-два) включають створення при Кабміні Ради з міжнародної торгівлі, офіційної мережі ключових інститутів підтримки торгівлі, єдиного інформаційного центру для експортерів (Exporter First Stop Shop) і єдиного веб-порталу для експортерів. Також у короткострокових планах найближчих років розробка інструментів і послуг з надання інформації про торгівлю та відомостей про ринки, створення та просування українського бренду для експорту товарів і послуг. І, мабуть, нарешті щось справді корисне – впровадження електронного "єдиного вікна" для всіх процедур і формальностей при оформленні товарів для імпорту, експорту й транзиту.

У середньостроковій перспективі офіси, які працюють за принципом "єдиного вікна", буде відкрито в основних прикордонних пунктах і пунктах перетину державного кордону. Буде створено механізми для підвищення ефективності та прозорості митного оформлення, забезпечено доступ до торговельної інформації за спрощеною процедурою (відповідно до Угоди СОТ). У планах також обмін знаннями й технологіями з партнерами по ЄС, а ще оцінка варіантів стимулювання та заохочення підприємств, які працюють в інноваційних секторах. При цьому зрозуміти, чому не можна розпочати відразу із заходів, відкладених на середньострокову перспективу, складно. І якщо вже не можна оминати створення всіх цих рад і центрів, то чому це не можна робити паралельно?

І от тільки в довгострокових перспективах мова заходить власне про дійсно важливі пріоритети – підтримку та залучення інвестицій, створення бізнес-інкубаторів і бізнес-акселераторів, стимулювання використання інновацій, розвиток експортної торгівлі через Інтернет та інші корисні, але, виходить, знову відкладені на тривалу перспективу речі.

При цьому процес створення стратегії ще не закінчився – попереду голосування, опитування, переговори й створення додаткових органів, власне імплементація самої стратегії та плану дій, а головне – донесення всього описаного на 140 сторінках до підприємців у регіонах. Якщо процеси пустити на самотпів, тільки на все це знадобиться років п'ять. Утім, у МЕРТ налаштування бойове, там переконані, що все вийде і швидко.

Крім визначення "провідних" секторів економіки, у МЕТР з'ясували ще й пріоритетні ринки для збуту продукції. На думку авторів, що теж важко віднести до категорії одкровень, існує кілька важливих ринків, потенційні можливості яких не повністю використано для українського експорту. Так, Україна поки що недостатньо використовує торговельні можливості з такими країнами, як США, Німеччина, Велика Британія, Франція, Японія та Канада. Нічого

екстраординарного, вихід на ці ринки в нас є, от тільки товару гідного поки що не набирається. При цьому в цілому Україна недовикористовує торговельний потенціал з 75 країнами світу та недоодержує, таким чином, близько 6 млрд дол.

У бізнесу під час обговорення стратегії претензії з'явилися відразу: для когось 140 сторінок – надто довгий текст, хтось не знайшов себе в переліку пріоритетних секторів, хтось не побачив в експортній стратегії податкової реформи. У підсумку обговорення нагадувало розмову глухого з німим. Узагалі склалося дивне відчуття того, що уряд уже намагається працювати в ринковій економіці, а виробники все ще хочуть залишитися в плановій (принаймні багато хто з присутніх). Настільки велике в них бажання, щоб за них зробили, визначили, забезпечили, видали, підтримали, знайшли ринки та домовилися. При цьому в залі були присутні в основному представники саме великих підприємств, на яких запропонований варіант стратегії, за ідеєю, взагалі не був орієнтований. Адже вона від початку була заточена на середній бізнес, якому складно залучити інвестиції на зовнішніх ринках, для якого відшкодування ПДВ – проблема ще на етапі подачі документів, а поїздка на торговельну виставку – виклик. Дивлячись на незрілість великих підприємців, важко уявити, як "середняки" підуть відчиняти ногами двері на нові недоторговані ринки.

Проте з вуст представників бізнесу звучали й розумні думки. По-перше, підприємці казали про відсутність робочої сили, не кваліфікованої, а в принципі бодай якоїсь. По-друге, про відсутність грошей, основного засобу, що дає змогу компанії зробити прорив і вийти на нові ринки збуту. Якщо відповідь на перше питання в стратегії знайти можна, то питання інвестицій – поки що без відповіді. І в численних центрах та офісах підтримки експорту на нього відповіді не дадуть.

На жаль, обговорення експортної стратегії показало, що експортерам складно виходити з зони торговельного комфорту, шукаючи нові ринки, розширюючи експортну структуру та змінюючи логістику. А чиновникам точно так само складно залишити зону комфорту стратегій і планів, у яких цілком грамотно пояснюється, що потрібно зробити, але ані слова про те, як це зробити. На жаль, на сьогодні виконання представленої стратегії можна наглухо заблокувати, просто не створивши всіх цих офісів з розвитку інновацій і рад при Кабміні, які відповідно до плану відповідальні за її виконання. На жаль, поки що стратегія, представлена МЕРТ, – це лише якісний аналіз зовнішньої торгівлі України станом на кінець 2016-го. Та й він уже застарів, адже ми розуміємо, що наприкінці 2017-го показники зовнішньоекономічної діяльності будуть зовсім іншими. Сподіватимемося, що на той час хоча б Раду з міжнародної торгівлі буде створено» [11].

«Уряд хвалиться досягненнями експортерів, які аж на 28% перевищили результати першого кварталу 2016 р. А ще – підбивав чергові підсумки дерегуляції (в Doing Business потрапляють дані на 1 червня), розмірковуючи, на скільки позицій підніметься Україна в наступному рейтингу Світового банку. Паралельно експерти USAID разом з офісом бізнес-омбудсмена обговорювали, які бар'єри необхідно усунути, щоб українські експортери змогли нормально працювати.

Як же так виходить, що показники зростають, рейтинги теж, а бізнес незадоволений? Чи не багато хочуть експортери? І чи все зробила держава для того, щоб дійсно вийти на ринки інших країн, а не просто насипати їм зерна на поріг?

У першому кварталі 2017 р. обсяг українського експорту товарів і послуг становив 12,4 млрд дол., що на 2,7 млрд більше, ніж роком раніше. У структурі експорту товарів найбільшу частку становила продукція АПК і харчової промисловості (44%), металургії (23,4%), машинобудування (10,4%), а також мінеральні продукти (9,2%). Що цікаво, незважаючи на блокаду Донбасу, зростання обсягів експорту товарів демонстрували майже всі галузі економіки, за винятком деревообробної та хімічної. Щоправда, якщо аналізувати конкретні товари, то картинка менш оптимістична, бо продаємо ми виключно сировину і напівфабрикати – плоский прокат, залізну руду, соєві боби, кукурудзу, пшеницю, ячмінь. З відносно готових продуктів – хіба що соняшникова олія і цукор (рис. 10).



Рис. 10. Структура експорту у 1 кв. 2017 р. [13]

Проте експорт товарів у країни ЄС демонструє стійку позитивну динаміку. І за підсумками першого кварталу 2017-го (відносно аналогічного періоду 2016-го) його обсяг зріс на 782,3 млн дол. (+24,5%). Окрім країн ЄС, до групи торгових партнерів, які нарощують імпорту українських товарів (рис. 11), увійшли також: Індія (на 353,8 млн дол.), Росія (на 284,6 млн дол.), Туреччина (на 177,7 млн дол.), Іран (на 146,2 млн дол.), Єгипет (на 136,0 млн дол.), США (на 125,4 млн дол.), Ізраїль (на 106,1 млн дол.).

Здавалося б, перемога за перемогою, але в торішньому Doing Business ми примудрилися сповзти на 115-те місце зі 190 у компоненті "міжнародна торгівля". Виходить, що всі озвучені перемоги здохли не завдяки старанням держави, а всупереч. І що коли докласти реальних зусиль для усунення перешкод, то нас очікують набагато більш значущі досягнення на зовнішніх ринках. Експерти упевнені, що у вітчизняному законодавстві чимало пунктів, усунення яких може допомогти не лише успішним і великим експортерам, а й підприємствам, які тільки починають освоювати зовнішні ринки.

"Ми щодня зустрічаємося з перешкодами на шляху зовнішньої торгівлі: до кордону, на кордоні й за кордоном, – розповіла заступник бізнес-омбудсмена Тетяна Коротка.

– У нас є приклади і проблем на митниці, і проблем, пов'язаних з валютним регулюванням, і проблем, пов'язаних з ліцензуванням і квотуванням окремих товарів, і проблем, пов'язаних із санкціями в сфері зовнішньої торгівлі", – сказала Тетяна. Дивно, чому ж ні перша, ні друга, ні п-а хвилі дерегуляції не змогли усунути численних перешкод на шляху експортерів?

Перше, що обурює експортерів і експертів, – це валютні обмеження й пеня регулятора. "Припустимо, наш партнер не заплатив нам у зазначені в контракті строки. Пеня НБУ за неповернення валютної виручки нараховується. Зупинити її можна, лише подавши в міжнародний арбітраж згідно з контрактом. Тільки якщо арбітраж виграно, пеня перестає нараховуватися, зазвичай такі спори тривають місяцями, і нараховані за цей період суми можуть бути дуже значними. І таких ситуацій багато, це рядові для експортерів випадки, – розповідає

експерт з питань зовнішньоекономічної діяльності USAID Ігор Снітківкер. – Насправді навіть збільшення строку повернення валютної виручки до 180 днів мало що змінить. У вас є певний товар, який ви хочете експортувати. Будь-якому дистриб'ютору в

іншій країні знадобиться півроку для початку продажів вашого товару. І велика ймовірність того, що у 180 днів експортер, який бажає продавати дійсно готовий кінцевий продукт на ринках, не вклядеться".

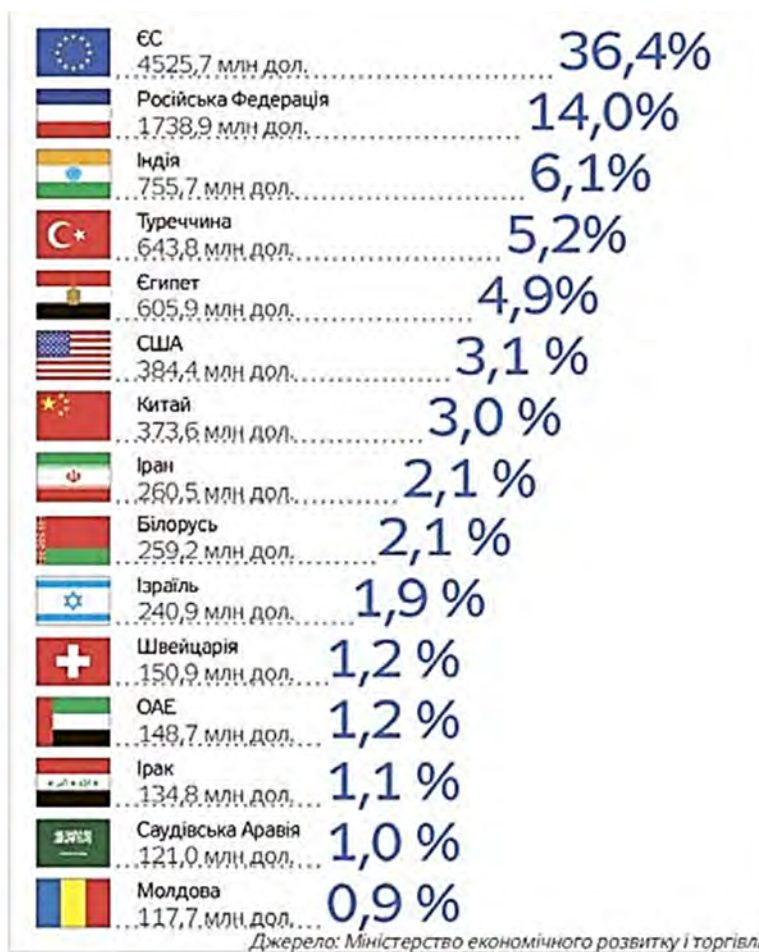


Рис. 11. Головні імпортери товарів та послуг з України [13]

Однак пояснити позицію Національного банку щодо валютного регулювання й вимоги обов'язкового продажу валюти можна об'єктивними і некорупційними причинами. Мотиви регулятора очевидні, і хоч би як експерти крутили носом, але граничний 180-денний строк – це вже істотна поступка. А на подальші НБУ піде не скоро – рівень золотовалютних резервів не той.

А от інші озвучені перешкоди виправдати не виходить. Український закон про регулювання зовнішньоекономічної діяльності, м'яко кажучи, застарів. Він був написаний у 1991 р. і на той момент, можливо, був прогресивним і революційним, але на сьогоднішній день закон практично не працює.

І найприкріше, що з реально діючих норм закону залишилися тільки санкції, застосовувані до суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності. Причин, які ці санкції запускають, – маса. Наприклад, такими повноваженнями наділена СБУ, яка може ставити під сумнів зовнішні торговельні операції. Також іні-

ціювати санкції може фіскальна служба або Національний банк. При цьому зрозумілих підходів і логіки застосування цих санкцій до експортерів не існує.

"Коли рада бізнес-омбудсмена працювала над нашим системним звітом, пов'язаним саме з питаннями зовнішньої торгівлі, ми вирішили вивчити досвід наших партнерів у ЄС. Усе ж таки ми рухаємося у бік європейської інтеграції, і впроваджувати їхні практики логічно. Отож у країнах ЄС є тільки два види продукції, при експорті якої можуть бути застосовані санкції до продавця, – контрабанда й товари подвійного призначення. В Україні, на жаль, цей перелік значно ширший, чітких меж у нього немає. А вимоги про застосування санкцій з боку офіційних осіб часто безпідставні", – пояснила Тетяна Коротка.

Справді вичерпного переліку підстав для застосування санкцій не існує. Порядок їх призначення і зняття при цьому теж не врегульований. У резуль-

таті діяльність фірми може бути припинена в будь-який момент на термін до трьох місяців навіть без рішення суду. Нерідко за одне порушення до підприємства застосовують одразу кілька санкцій одночасно, більш того, їх вид держоргани визначають на свій розсуд.

Жодних превентивних методів законодавством не передбачено. Якщо бізнес допустив порушення, йому не дають часу на його усунення, не пояснюють, що було зроблено неправильно, навіть не повідомляють про те, що санкції буде застосовано. Це, погодьтеся, мало сприяє входженню на експортний ринок нових гравців, які часто допускають порушення не зі злого наміру, а через незнання. Звичайно, це створює чималі корупційні ризики і заважає роботі підприємств.

Одне з ключових питань розвитку експорту – це не питання фінансування. Ми для того, щоб продати товар у Європу, маємо відповідати вимогам ринку ЄС, серед яких – стабільність, прозорість, зрозумілість процедур. Поки що нічого з переліченого вище ми не можемо пообіцяти нашим партнерам, адже в будь-який момент, не чекаючи рішення суду, СБУ може призупинити нашу діяльність і навіть не повідомити про це.

Коли наші експортери заявляють про те, що є учасниками на ринках тих чи інших країн, це не зовсім коректно. Адже наш експортер усього лиш передає свій товар оператору іноземного ринку. Самих же наших експортерів операторами зовнішніх ринків назвати складно, адже до полиць у супермаркетах наша продукція не доходить, осідаючи десь на етапах виробництва й фасування.

Якщо ж український експортер хоче зайти на конкретний ринок для розвитку власної дистрибуції, наприклад, відкрити своє представництво, він нашоветься на цілий ряд перешкод, причому створених тут, в Україні, а не в ЄС. Насамперед ідеться про одержання ліцензій і державної реєстрації експортерів. Більш того, від експортерів досі вимагають державної реєстрації зовнішньоекономічних договорів (контрактів), що, до речі, не завжди зрозуміло нашим контрагентам за кордоном.

"Створення реєстру експортерів – це дуже правильна ідея. Такий реєстр дає змогу впорядкувати підприємства за видами продукції, аналізувати тенденції тощо. Але на практиці гарна ідея перетворилася на шкідницьку. Увійти до реєстру не корупційно дуже складно і довго, – пояснює Ігор Снітківкер. – Легальна процедура може забрати до семи місяців. Не простіше і з системами сертифікації, тому що, наприклад, українські сертифікати для продуктів харчування не приймаються більшістю іноземних, і проходити паралельну сертифікацію доводиться в приватних компаніях, що визнаються світом".

Ще парадоксальніша, за словами експерта, ситуація з міжнародними ветеринарними сертифікатами, які видаються в Україні на підставі результатів досліджень державної лабораторії. Отож результатів цього самого сертифікованого дослідження ніде не приймають і завжди перевіряють ще раз, забираючи в українських експортерів і час, і гроші. Більш того, вартість цієї перевірки часто порівнянна з прибутком від майбутніх продажів.

Процедура одержання ліцензій теж складна, запутана й тривала. Одержати в електронному вигляді ліцензію неможливо. Перелік документів, необхідних для одержання ліцензії, на думку експертів, необгрунтовано великий, а адміністративні витрати не виправдано високі. При цьому чіткого переліку підстав для відмови у видачі ліцензії немає, що дає можливість чиновникам заробити як офіційно, так і неофіційно.

Будь-яке обмеження – це бар'єр, який не пускає на зовнішні ринки нових гравців. Звісно, великі експортери, які можуть собі дозволити значні витрати на узгодження всіх процедур, не повною мірою відчують зарегульованість та адміністративний тиск, а от нові гравці, що бажають вийти на зовнішні ринки, зустрічаються з масою проблем і навіть консультативної допомоги від держави, як правило, не можуть одержати. За підрахунками USAID, український середній і малий бізнес при виході на зовнішні ринки через різні регуляторні й адміністративні бар'єри витрачає коштів на 30–40% більше. У результаті багатьом виробникам зовнішня торгівля просто не по кишені, хоча якість їхніх товарів давно відповідає вимогам зовнішніх ринків.

Експерти не закликають скасовувати контроль як такий, але наполягають на тому, щоб він був ризикоорієнтованим, прозорим і чітко регламентованим. А при нинішньому стані речей у сфері експортного регулювання українські компанії просто не можуть бути повноцінно представлені на зовнішніх ринках.

Створення експортної стратегії, якою пишається Міністерство економічного розвитку і торгівлі, – це лише перший крок. Адже наявність самого документа бізнесу не допомагає, і без розробки регіональних і галузевих стратегій її взагалі не можна буде застосувати на практиці. У полях від Міністерства економічного розвитку чекають не стратегій і візій, а цілком конкретних поправок до чинних законів, усунення бюрократичних та адміністративних бар'єрів, зниження корупційних ризиків. І почати, мабуть, варто з нової редакції закону про зовнішньоекономічну діяльність. І приймати її слід не заради додаткових пунктів у різних рейтингах, а задля підвищення ефективності роботи вітчизняного експортера і реального виходу на ринки інших країн» [13].

«Упродовж останніх років в українській інформаційній простір послідовно й наполегливо

вкидається твердження, що переорієнтація нашої економіки на ЄС і втрата так званих традиційних пострадянських ринків (а насправді йдеться переважно про втрату ринку РФ) є згубними для неї. Адже в результаті нібито відбувається поглиблення її сировинної спеціалізації. Скептицизм щодо конкурентоспроможності вітчизняних товарів на європейському ринку притаманний навіть значній частині тих, хто послідовно виступає проти повернення на російську орбіту. Тим часом реальні тенденції в торгівлі з ЄС спростовують твердження про сировинну еволюцію вітчизняної економіки й експорту внаслідок переорієнтації на європейський ринок. Так само не підтверджуються й побоювання, що наші товари не витримають конкуренції, а український ринок завалить дешеві європейські товари. Адже більшість із них суттєво дорожча навіть за нинішнього курсу гривні до євро. А в найближчій перспективі вітчизняна валюта, найімовірніше, і далі девальвуватиме відносно спільної європейської.

Квоти та обмеження справді стримують постачання вітчизняної продукції до ЄС. Однак вони охоплюють порівняно вузьке коло чутливих для європейських виробників товарів і здебільшого стосуються саме тієї продукції, яку критики євроінтеграції називають сировинною. Навіть коли поглянути на зміни в торгівлі з ЄС за 2013–2016 роки, виявиться, що незначне просідання загального українського експорту (на 2,4%, з €12,5 млрд до €12,2 млрд) сталося за рахунок сировинних товарів і напівфабрикатів (наприклад, вивезення необроблених чорних металів впало більш як на 20%). Натомість у разі зріс експорт до Євросоюзу готової української продукції – від цукру, виробів із м'яса та риби чи вершкового масла до меблів, скловиробів і навіть продукції суднобудування. Кількадесят відсотків додали й поставки до ЄС електротехнічної продукції, машин та обладнання, продукції легкої промисловості. 2016-й став першим роком після набрання чинності економічною частиною Угоди про асоціацію та зону вільної торгівлі (ЗВТ) з ЄС.

Тенденції в українському експорті до ЄС, що увиразнилися тоді, продовжуються і від початку 2017-го й дедалі чіткіше свідчать про позитивні зміни в його структурі – від сировини та напівфабрикатів до готової продукції, причому найрізноманітніших галузей української економіки. Щоб переконатися в цьому, достатньо поглянути на зміни в поставках на європейський ринок окремих вітчизняних товарів (рис. 12).

Якщо загалом український експорт до ЄС у 2016-му додав лише 3,7% (тут і далі використовуватимемо офіційні дані Держстату в доларах), то низка несировинних товарів додала в рази, а то й на порядки більше відсотків. Так, після набрання чинності економічною частиною Угоди про асоціацію з ЄС значно вищий темп на тлі загального зростання

нашого експорту до Євросоюзу показали принаймні три важливі галузі машинобудування: електротехніка, суднобудування та виробництво машин і механізмів. І найстрімкіша динаміка в електротехніці: \$1,6 млрд 2016-го проти \$1,4 млрд роком раніше, що вивело її на перші позиції. Зростання експорту в металургії та хімічній промисловості також ілюструє, що саме готовій українській продукції вдається успішніше знаходити собі місце на європейському ринку. Зокрема, поставки виробів із чорних металів у 2016 році збільшилися на 6%, тоді як самих чорних металів, тобто сировини і напівфабрикатів, – лише на 2,3%. Експорт українських добрив до ЄС у 2016-му зменшився до \$106,5 млн (або на 31,8% порівняно з 2015-м), продукції неорганічної хімії – до \$56,6 млн (на 41,9%). Натомість зростало постачання в ЄС української хімічної продукції з вищою доданою вартістю й меншою енергоємністю. Наприклад, фармацевтичної – до \$14 млн (на 59,9%), мила та мийних засобів – до \$14,6 млн (на 18,4%). Суттєва позитивна динаміка спостерігалася й в експорті пластмас, полімерів та виробів із них – із \$94,2 млн до \$106,2 млн (на 12,7%).

Попри активні баталії докола вивозу з України необробленого лісу, уже торік помітно збільшився експорт до ЄС саме продукції деревообробної промисловості, тоді як сировини, навпаки, зменшився. Наприклад, якщо поставки паливної деревини та необроблених лісоматеріалів впали з \$169,1 млн у 2015-му до \$126,7 млн у 2016-му, то оброблених лісоматеріалів і пиломатеріалів, навпаки, зросли з \$224,8 млн до \$266,6 млн. Ще виразнішим стало нарощування поставок до країн Євросоюзу українських меблів, які в 2016-му забезпечили майже в 1,5 раза більший виторг, ніж роком раніше (\$272,4 млн проти \$183,8 млн).

Хоч і значно скромніше, однак усе одно в кілька разів швидше порівняно із загальним українським експортом до ЄС зростали й поставки іншої продукції української деревообробної промисловості: листів із дерева для облицювання (до \$107,1 млн проти \$99,1 млн рік тому), плит ДСП, ДВП, OSB та фанери (до \$109,5 млн проти \$100,9 млн). Також європейський ринок дедалі успішніше завойовують вітчизняні виробники паперово-картонної продукції: у 2016-му її експорт зріс на 62,3% порівняно з 2015-м (з \$52,5 млн до \$85,4 млн).

Впевнену динаміку показує й українська легка промисловість. Наприклад, продаж у країни ЄС текстильної та трикотажної продукції за згаданий вище період зріс на 11,1% (із \$508,5 млн до \$565,2 млн), виробів зі шкіри – на 9,4% (із \$32,4 млн до \$35,5 млн), взуття – на 8,2% (із \$116 млн до \$125,5 млн). Дедалі більший попит у країнах ЄС і на наші вироби з кераміки (+32,7%, або з \$20,6 млн до \$27,4 млн) та зі скла (+5,1%, або з \$64,7 млн до \$68 млн).



Рис. 12. Динаміка несировинного експорту до країн ЄС [16, с. 10]

Не виняток і експорт продовольства. Тут також товари з нижчою доданою вартістю втрачають свої позиції. Зокрема, експорт зерна зменшився з \$1,63 млрд у 2015-му до \$1,28 млрд у 2016-му, відходів харчової промисловості та інших продуктів для годівлі тварин – із \$0,49 млрд до \$0,44 млрд. Водночас динамічно зростає продаж до європейських країн нашого цукру (+61,5%, або з \$32,9 млн до \$53,15 млн), овочів (+67,8%, або з \$11,9 млн до \$20 млн), меду (+22,6%, або з \$59,8 млн до \$73,3 млн), готових продуктів із м'яса та риби (+63,9%, або з \$4 млн до \$6,5 млн), м'яса птиці (+5,9%, або з \$64,8 млн до \$68,7 млн). 77,5% додав і вивіз до ЄС

продукції олійно-жирової промисловості. 2016-й став переломним і для постачання туди вітчизняної молочки. Зокрема, за перший рік після набрання чинності економічною частиною Угоди про асоціацію експорт вершкового масла на європейські ринки сягнув \$2,6 млн, хоча раніше наша продукція туди взагалі не потрапляла. А коло сертифікованих постачальників молокопродукції з України на ринок ЄС постійно розширюється. Тож те, що сьогодні наш експорт до ЄС справді все ще переважно складається із сировини й напівфабрикатів, є не наслідком Угоди про асоціацію або переорієнтації нашої економіки на ринки Євросоюзу, а досі не подоланим

спадком минулого. Натомість завдяки економічній інтеграції з ЄС дедалі виразнішою стає якраз тенденція до нарощування експорту готових товарів на тлі зменшення продажу сировини та напівфабрикатів. І це цілком закономірно, адже більша частина готових промислових товарів жодних квотних обмежень для постачання до ЄС не має.

Україна поволі інтегрується й у виробничі ланцюжки провідних світових транснаціональних корпорацій. Їхні заводи з виробництва комплектуючих уже зараз досить часто з'являються в західних областях країни.

Однак за відповідних зусиль місцевої влади та менеджменту підприємств в інших регіонах така практика вже в найближчому майбутньому могла б поширитися на всю країну, зокрема й на Південний Схід, що важко переживає закономірне відмирання застарілих, безперспективних виробництв. Вихід на європейський ринок значно більшої кількості українських товарів та зростання їх експорту гальмує насамперед інертність менеджменту підприємств, який донедавна орієнтувався лише на «традиційні» пострадянські терени. Хоча частка ЄС в українському експорті товарів уже на рівні близько 40% загального обсягу, у нас є потенціал наростити поставки на цей ринок в десятки разів. Адже він ще тривалий час лишатиметься одним із найплатоспроможніших у світі. Наприклад, сукупний імпорт товарів країнами ЄС (€4,7 трлн у 2016-му) в кількості разів перевищує нинішній експорт до ЄС української продукції (€12,2 млрд у 2016-му). Відвоювати бодай кілька відсотків цього обсягу для українських виробників означає збільшити поставки в рази» [16].

### Література

1. **Давиденко Є.** Що стопорить український експорт? // Є. Давиденко // Дзеркало тижня. – 2016. – №24. – С. 7. 2. **Дубровик-Рохова А.** Українським потягам і літакам – найкращі технології. Американська General Electric підписала меморандуми про взаєморозуміння з УЗ та держпідприємством «Антонов» / А. Дубровик-Рохова // День. – 2016. – 22 лип. – С.2. 3. **Гужва І.** Кредитувати чи страхувати, або Як підтримати українського експортера? / І. Гужва //

Дзеркало тижня. – 2016. – №26. – Сб. 4. **Худицький В.** Безмитний імпорт / В. Худицький // Дзеркало тижня. – 2016. – №22. – С. 9. 5. **Аврамченко К.** Український експорт-2016: переорієнтація на ринки ЄС і зменшення поставок в інші країни / К. Аврамченко // День. – 2016. – 4 серп. – С. 8. 6. **Сірук М.** «Україні потрібно продемонструвати свої експортні переваги». Експерти – про очікування від візиту Порошенка в Малайзію та Індонезію / М. Сірук // День. – 2016. – 3 серп. – С. 3. 7. **Сірук М.** Про «агресивну експортну політику». Ігор ЛИТВИН: «На південному сході Азії бачать перспективу інвестування в Україну» / М. Сірук // День. – 2016. – 16 серп. – С.10-11. 8. **Білян П.** Удавка несвободи. Как антикоррупционеры мешают Украине улучшить торговое сальдо / П. Билян // Деловая столица. – 2016. – №38. – С. 7. 9. **Білоусова Н.** Економічний адвокат для бізнесу. Кабмін та парламент пропонують створити стимули для розвитку експорту / Н. Білоусова // День. – 2016. – 1 лип. – С. 7. 10. **The Economist:** Еволюція кросівок. Високотехнологічна фабрика Adidas повертає виробництво до Німеччини // Тиждень. – 2017. – №3. – С.40. 11. **Самаєва Ю.** Вийти із зони торговельного комфорту / Ю. Самаєва // Дзеркало тижня. – 2017. – №12. – С. 7. 12. **Крамар О.** Природний відбір. Як змінився український експорт. Український експорт фактично відновив довоєнні обсяги, однак його структура сильно змінилася / О. Крамар // Тиждень. – 2017. – №15. – С. 10-13. 13. **Самаєва Ю.** Дійти до поліції. Чому 28-відсоткове зростання експорту – дуже скромний показник / Ю. Самаєва // Дзеркало тижня. – 2017. – №21. – С. 1,6. 14. **Панченко В.** «Сила раю». Як Україні знайти своє місце в азієському сторіччі / В. Панченко, Н. Резнікова // День. – 2017. – 23 бер. – С. 8. 15. **Гужва І.** Місія нездійсненна, або Як уряд збирається подвоїти експорт / І. Гужва // Дзеркало тижня. – 2017. – №10. – С. 7. 16. **Крамар О.** Позбутися стереотипів. Як торгівля з ЄС змінює українську економіку. Чому твердження про сировинну еволюцію української економіки в результаті переорієнтації на торгівлю з ЄС не відповідає дійсності // Тиждень. – 2017. – №33-34. – С. 10-11.

Стаття надійшла до редакції 01.09.2017

Прийнято до друку 12.09.2017