

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
MINISTRY FOR EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
ZAPORIZHZHYA NATIONAL UNIVERSITY

ФАКУЛЬТЕТ МЕНЕДЖМЕНТУ  
FACULTY OF MANAGEMENT

КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА,  
МЕНЕДЖМЕНТУ ОРГАНІЗАЦІЙ ТА ЛОГІСТИКИ  
CHAIR OF ENTREPRENEURSHIP, MANAGEMENT OF ORGANIZATIONS AND  
LOGISTICS

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА  
МАГІСТРА

на тему **УПРАВЛІННЯ ТОРГІВЕЛЬНОЮ ПОЛІТИКОЮ  
ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ВІДПОВІДНО ДО ВИМОГ ЄС**

THESIS FOR THE MASTER'S DEGREE

**MANAGING PRODUCTION ENTERPRISE'S TRADE POLICY  
IN ACCORDANCE WITH EU REQUIREMENTS**

Виконав: здобувач вищої освіти 2 курсу магістратури,  
Групи 8.0732-мо  
спеціальності 073 Менеджмент  
освітньої програми «Менеджмент організацій та  
адміністрування»

М.В.Воскобойников

(ініціали та прізвище студента)

Керівник к.е.н., доц. Павлюк Т.С.

Рецензент к.е.н., доц. Хацер М.В.

Запоріжжя  
2023

## ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет менеджменту  
Кафедра підприємництва, менеджменту організацій та логістики  
Рівень вищої освіти магістр  
Спеціальність 073 Менеджмент, освітня програма

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри ПМОіЛ  
Павлюк Т.С.

---

«\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 року

## ЗАВДАННЯ

## НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Воскобойникову Михайлу Валерійовичу

1. Тема роботи: Управління торговельною політикою виробничого підприємства відповідно до вимог ЄС  
керівник роботи к.е.н., доц. Павлюк Т.С.

затверджені наказом ЗНУ від «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 2023 року №\_\_\_

2. Строк подання студентом роботи «\_\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ р.

3. Вихідні дані до роботи джерела Інтернет, спеціалізована література, періодичні видання, матеріали науково-практичних конференцій з досліджуваних питань, а також дані статистичної звітності підприємства.

4. Перелік питань, які потрібно розробити: Дослідити особливості ринку Європейського Союзу та принципи його функціонування; Проаналізувати торговельну політику виробничого підприємства ТОВ «ЕСКО»; Визначити основні вимоги ЄС та головні проблеми постачальників продукції на європейський ринок; Розробити практичні рекомендації для українських виробників, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС.

Кваліфікаційна робота магістра складається з основної частини і додаткової. Основна частина містить такі структурні елементи: вступ, сутність (3 розділи – теоретичний, аналітико-дослідницький, проектно-рекомендаційний), висновки та рекомендації, список використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. Теоретичне трактування торговельної політики ЄС та особливості виходу на європейський ринок – складається з 3 підрозділів: 1.1 Поняття та основні засади збутової діяльності підприємства та спільної торговельної політики ЄС; 1.2 Ринок Європейського Союзу – вільний рух товарів і послуг: принципи функціонування; 1.3 Теоретичні особливості торговельної євроінтеграції. РОЗДІЛ 2 Аналіз торговельною політики виробничого підприємства у контексті євроінтеграції – складається з 2 підрозділів: 2.1 Аналіз експортної діяльності Україна-ЄС до підписання Угоди про асоціація; 2.2 Дослідження торговельної політики виробничого

підприємства ТОВ «ЕСКО». РОЗДІЛ 3\_ Управління торговельною політикою виробничого підприємства враховуючи вимоги Європейського Союзу – складається з 2 підрозділів: 3.1\_ Сучасний стан торгівлі ЄС-Україна, проблеми виходу на нові ринки та основні вимоги ЄС до постачальників; 3.2\_ Практичні рекомендації українським виробникам, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС.

#### 5. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	к.е.н., доц. Павлюк Т.С.		
2	к.е.н., доц. Павлюк Т.С.		
3	к.е.н., доц. Павлюк Т.С.		

6. Дата видачі завдання \_\_\_\_\_ р.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Узгодження теми, складання змісту	червень 2023	виконано
2	Вивчення літературних джерел	липень-серпень 2023	виконано
3	Збирання матеріалу на підприємстві	серпень-вересень 2023	виконано
4	Обробка матеріалу	вересень 2023	виконано
5	Виконання розділу 1	жовтень 2023	виконано
6	Виконання розділу 2	жовтень 2023	виконано
7	Виконання розділу 3	листопад 2023	виконано
8	Формулювання висновків	листопад 2023	виконано
9	Оформлення роботи, одержання відгуку та рецензії	листопад 2023	виконано
10	Подання роботи на кафедру	01.12.2023	виконано

Студент

\_\_\_\_\_ (підпис)

М.В.Воскобойников

(ініціали та прізвище)

Керівник роботи

\_\_\_\_\_ (підпис)

к.е.н., доц. Павлюк

(ініціали та прізвище)

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер \_\_\_\_\_

к.е.н., доц. Шишкін В.О.

## РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота: Управління торгівельною політикою виробничого підприємства відповідно до вимог ЄС, 89 сторінок, 7 таблиці, 15 рисунків, перелік посилань нараховує 37 найменувань.

Комерційні ринки, на яких компанії торгують сировиною, ресурсами, комплектуючими та товарами, можуть суттєво змінитися внаслідок внутрішньої та міжнародної політики. Наприклад, зміни в торговельній політиці можуть змінити вартість сировини та імпорتنі та експортні тарифи, до яких вони застосовуються. Політична невизначеність також може призвести до нестабільності на ділових ринках. Саме такі невизначеності та постійні зміни у відносинах між країнами, актуалізує обрану тему магістерської кваліфікаційної роботи, управління торговельною політикою виробничих підприємств набуває все більшого значення в умовах динамічних євроінтеграційних процесів, з урахуванням головних вимог ЄС до виробників з України.

Метою кваліфікаційної роботи є наведення практичних рекомендацій, щодо управління торговельною політикою українських виробничих підприємств, в умовах адаптації до вимог ЄС.

Відповідно до мети магістерської кваліфікаційної роботи були виділені такі основні завдання:

- Розкрити поняття торговельної політики ЄС та особливості приєднання до неї;
- Дослідити особливості ринку Європейського Союзу та принципи його функціонування;
- Проаналізувати торговельну політику виробничого підприємства ТОВ «ЕСКО»;
- Навести аналіз експортної діяльності України з ЄС до та після вступу в силу Угоди про Асоціацію;

- Визначити основні вимоги ЄС та головні проблеми постачальників продукції на європейський ринок;
- Розробити практичні рекомендації для українських виробників, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС.

Об'єкт дослідження є торговельна політика українських виробничих підприємств.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та практичні питання, щодо управління торговельною політикою підприємства в умовах євроінтеграції.

Методи дослідження. При виконанні кваліфікаційної роботи були використані такі методи дослідження: аналіз і синтез – для визначення поняття торговельної політики ЄС та особливостей приєднання до неї; логічне узагальнення – для узагальнення особливостей ринку Європейського Союзу та принципів його функціонування; порівняльний та статистичний аналіз – при дослідженні торговельної політики виробничого підприємства ТОВ «ЕСКО»; системно-структурний аналіз, інтегральний метод – для аналізу та оцінки експортної діяльності України з ЄС до та після вступу в силу Угоди про Асоціацію; графічний метод – для графічного представлення отриманих результатів дослідження.

Інформаційну базу роботи становлять наукові роботи з підприємництва, торговельної справи, економіки підприємств, монографічні дослідження та статті вітчизняних авторів, практичні матеріали та офіційні статистичні дані, ресурси мережі Інтернет. В роботі інформація узагальнена та відображена за допомогою таблиць, графіків, схем. Обробка даних здійснювалась за допомогою сучасних інформаційних технологій.

Ключові слова: ВИРОБНИЧЕ ПІДПРИЄМСТВО, ТОРГОВЕЛЬНА ПОЛІТИКА, УПРАВЛІННЯ, МЕНЕДЖМЕНТ, ЄВРОПЕЙСЬКИЙ СЮЗ, МИТА, ТЕХНІЧНІ БАР'ЄРИ, ЕКСПОРТ.

## ABSTRACT

Qualification work: Management of the trade policy of a manufacturing enterprise in accordance with EU requirements, 89 pages, 7 tables, 15 figures, the list of references includes 37 items.

The commercial markets in which companies trade raw materials, resources, components and goods can change significantly as a result of domestic and international politics. For example, changes in trade policy can change the cost of raw materials and the import and export tariffs to which they apply. Political uncertainty can also lead to instability in business markets. It is precisely such uncertainties and constant changes in relations between countries that actualize the chosen topic of the master's qualification work, the management of the trade policy of manufacturing enterprises is gaining more and more importance in the conditions of dynamic European integration processes, taking into account the main requirements of the EU for manufacturers from Ukraine.

The purpose of the qualification is to provide practical recommendations regarding the management of the trade policy of Ukrainian manufacturing enterprises in the context of adaptation to EU requirements.

In accordance with the purpose of the master's qualification work, the following main tasks were selected:

- Reveal the concept of the EU trade policy and the peculiarities of joining it;
- Investigate the peculiarities of the European Union market and the principles of its functioning;
- Analyze the commercial policy of the production enterprise "ESKO" LLC
- Provide an analysis of Ukraine's export activity with the EU before and after the entry into force of the Association Agreement
- Determine the main requirements of the EU and the main problems of suppliers of products to the European market

- to develop practical recommendations for Ukrainian manufacturers regarding the management of trade policy in order to facilitate access to the EU market

The object of the study is the trade policy of Ukrainian manufacturing enterprises.

The subject of the study is theoretical, methodical and practical issues related to the management of the trade policy of the enterprise in the conditions of European integration.

Research methods. The following research methods were used during the qualification work: analysis and synthesis - to define the concept of EU trade policy and the features of joining it; logical generalization – to generalize the features of the European Union market and the principles of its functioning; comparative and statistical analysis - in the study of the trade policy of the manufacturing enterprise "ESKO" LLC; system-structural analysis, integral method - for analysis and assessment of Ukraine's export activity with the EU before and after the entry into force of the Association Agreement; graphic method - for graphical representation of the obtained research results.

The information base of the work consists of scientific works on entrepreneurship, trade, business economics, monographic studies and articles by domestic authors, practical materials and official statistical data, Internet resources. In the work, the information is summarized and displayed using tables, graphs, and diagrams. Data processing was carried out using modern information technologies.

Keywords: MANUFACTURING ENTERPRISE, TRADE POLICY, ADMINISTRATION, MANAGEMENT, EUROPEAN UNION, CUSTOMS, TECHNICAL BARRIERS, EXPORT.

## ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ, СКОРОЧЕНЬ ТА СИМВОЛІВ

ТОВ – товариство з обмеженою відповідальністю;

ЄС – Європейський союз;

ПрАТ – приватне акціонерне товариство;

ТРМ – trade policy managment;

МСБ – малий та середній бізнес.



## ЗМІСТ

РЕФЕРАТ	4
ЗМІСТ	9
1. ТЕОРЕТИЧНЕ ТРАКТУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК	12
1.1 Поняття та основні засади збутової діяльності підприємства та спільної торговельної політики ЄС	12
1.2 Ринок Європейського Союзу – вільний рух товарів і послуг: принципи функціонування	21
1.3 Теоретичні особливості торговельної євроінтеграції	33
2. АНАЛІЗ ТОРГІВЕЛЬНОЮ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ	38
2.1 Аналіз експортної діяльності Україна-ЄС до підписання Угоди про асоціація	38
2.2 Дослідження торговельної політики виробничого підприємства ТОВ «ЕСКО»	52
РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ ПОЛІТИКОЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ВРАХОВУЮЧИ ВИМОГИ ЄВРОПЕЙСЬКОГО СОЮЗУ	60
3.1 Сучасний стан торгівлі ЄС-Україна, проблеми виходу на нові ринки та основні вимоги ЄС до постачальників	60
3.2 Практичні рекомендації українським виробникам, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС	73
ВИСНОВКИ	83
ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ	85

## ВСТУП

Вже зараз Україна є кандидатом на вступ до Європейського Союзу. І такий статус надає нашій країні багато нових переваг. Однак, одночасно, маємо і купу невирішених завдань, які ще потрібно доробити в найближчий час. Зрозуміло, що зараз в складні часи війни українським підприємствам важко починати щось нове, або збільшувати обсяги виробництва. Однак, слід не втрачати ті можливості, що нам стали доступні та користуватися новими умовами продажу товарів наших українських виробників на ринок ЄС.

Як всі знаємо, ринок ЄС один з найбільших ринків світу, який налічує більше 500 млн споживачів, і вихід на нього означає значне збільшення не лише обсягів продажів, але й збільшення конкурентного тиску та зміна умов торгівлі. Тому питання адаптації до нових умов ведення торговельної політики згідно з вимогами Європейського Союзу, наразі є вкрай актуальними для виробників з України, які планують свою збутову діяльність за кордоном.

Функціонування вітчизняних торговельних підприємств в умовах ринкової економіки потребує адаптивного управління та планування товарного асортименту з метою задоволення потреб населення та водночас сприяння прибутковості виробників. [1] У зв'язку з цим зручним стає використання теоретичних концепцій і практичного інструментарію маркетингу, важливою складовою якого є товарна політика. Створення та розвиток продукції здійснюються підприємствами на основі інноваційної діяльності. Ефективність останнього залежить від використання науково обґрунтованих методів впровадження інновацій. Основою підвищення інноваційного потенціалу підприємств торгівлі України є вирішення низки завдань, визначених Національною програмою розвитку та реформування підприємництва.

Таким чином, основу розвитку виробничо-торговельних підприємств складає товарна політика, — політика створення продукту, його планування та удосконалення, та її складова — інноваційна діяльність, яка надає суттєві переваги підприємству-іноватору і забезпечує йому прибуткову діяльність та конкурентоспроможність [2].

Ефективне чи ні управління торговельною політикою виробничих підприємств позначається на покращенні або погіршенні фінансового стану цього підприємства.

В ринкових умовах конкуренції виробничі підприємства, що самостійно займаються збутом своєї продукції встановлюють переважно нові відносини з партнерами, на які впливають різноманітні ринкові регулятори, розробляються комерційні принципи, що спрямовуються на цілеспрямовану купівлю-продаж товарів.

Товарна політика, як складова частина маркетингової діяльності торговельних підприємств, сприяє підвищенню ефективності товарної реалізації. Згідно з сучасними концепціями маркетингу, найбільш активним інструментом комплексу маркетингу є товар, тоді як такі інструменти комплексу маркетингу, як комунікація, розподіл і ціна, базуються лише на характеристиках товару. Тому товарна політика відіграє найважливішу роль у системі маркетингового менеджменту, а від її гнучкості та ефективності залежить гнучкість та дієвість усієї маркетингової політики. Все це вищезазначене пояснює актуальність теми магістерської кваліфікаційної роботи, а саме - наведення практичних рекомендацій, щодо управління торговельною політикою українських виробничих підприємств, в умовах адаптації до вимог ЄС. Одним з основних завдань, відповідно до мети є розробити практичні рекомендації для українських виробників, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС.

## РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНЕ ТРАКТУВАННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ ЄС ТА ОСОБЛИВОСТІ ВИХОДУ НА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ РИНОК

### 1.1 Поняття та основні засади збутової діяльності підприємства та спільної торговельної політики ЄС

Необхідність збутової діяльності як важливої складової зовнішньоекономічної діяльності підприємства зумовлена багатогранною значущістю цієї діяльності для будь-якого підприємства [6, с.11]:

- У сфері збуту підводяться результати всіх зусиль підприємства, спрямованих на розвиток зовнішньоекономічної діяльності та отримання максимального прибутку;

- Пристосовуючи збутову діяльність до потреб покупців і створюючи для них максимальну вигоду до, під час і після покупки товару, виробники мають більше можливостей для перемоги в конкуренції на зовнішніх ринках;

- Збутова діяльність представляється собою продовження виробничого процесу, беручи на себе обробку продукту і підготовку його до продажу (сортування, пакування, пакування);

- Ефективніше визначати та вивчати потреби іноземних споживачів у процесі продажу.

Загалом існує кілька типів визначень категорій продажів:

- Перший тип визначень описує збут як контакт із споживачами, формування та розвиток відносин із споживачами;

- Другий тип визначення характеризується управлінським підходом, згідно з яким збутова діяльність узгоджується з елементами маркетингу (планування, контроль, цінова політика);

- Третій тип визначення характеризується підкресленням обміну товарів і валюти;

- Четвертий тип враховує всі перераховані вище характеристики.

Цю класифікацію запропонувала Н. В. Майбогіна, наголошуючи на тому, що збутовою діяльністю можна вважати весь комплекс відносин, що включає юридичні, комерційні та технічні операції [7].

Основні підходи до трактування поняття «збутова діяльність» більш детально представлено у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1 – Підходи до трактування  
поняття «збутова діяльність»

Автор	Трактування
1	2
Ляпунов А.Д.	Діяльність підприємства по доведенню товарів від виробника до споживачів.
В. Наумов	Система відносин у сфері товарно-грошового обміну між економічно та юридично незалежними суб'єктами ринку, що мають комерційні інтереси.
Ямкова О.М.	Комплекс заходів щодо просування продукції на ринки (встановлення попиту, отримання і обробка замовлень, збір і підготовка товарів на відправку, відвантаження і транспортування до місця продажу або призначення) і організація розрахунків за неї.
Браун К.	Сукупність дій, які здійснюються з тією миті, як продукт в тій формі, в якій він використовуватиметься, поступає на комерційне підприємство або до комерційного виготівника, до того моменту як споживач закупає його
Кальченко А.Г.	Процес організації товарного обміну готової продукції з метою одержання підприємницького прибутку
Лук'янець Т.І.	Процес просування готової продукції на ринок та організацію товарного обміну з метою одержання підприємницького прибутку
В. Вертоградов	Сукупність стратегічних рішень у сфері продажу. Однак у той же час наголошує на тому, що стратегія продаж і стратегія продажі — це різні речі, адже продаж є сукупністю послідовних дій по відношенню до конкретного покупця
Майбогіна Н.В.	Комплекс відносин, які включають юридичні, комерційні та технологічні операції

Продовження таблиці 1.1 – Підходи до трактування  
поняття «збутова діяльність»

1	2
Л. В. Балабанова, А. В. Балабанич [15, с. 15].	Все те, що забезпечує максимальну вигоду торговельної угоди для кожного з партнерів при першочерговому врахуванні інтересів і вимог проміжного чи кінцевого споживача
Л. Давидова, В. Фальцман [16]	Перетворення виробничих товарів і послуг у гроші.
В. Н. Наумов [17]	Сукупність заходів, котрі проводяться після виходу продукції за межі території виробника
В. Бурцев [3, с. 50-60]	Реалізація економічного інтересу виробника (отримання підприємницького прибутку) на основі задоволення платоспроможного попиту споживачів
А. Балабанич, Л. Бадабанова [19, с.20]	Цілісний процес, що охоплює: планування обсягу реалізації товарів із урахуванням рівня прибутку, що очікується; пошук і обрання найкращого партнера — постачальника (покупця); проведення торгів, включаючи встановлення ціни відповідно до якості товару та інтенсивності попиту; виявлення й активне використання факторів, здатних прискорити збут продукції та збільшити прибуток від реалізації.
Глазкова К.О. [20, с. 103], П.І. Белінський [21, с. 267].	Процес просування готової продукції на ринок та організації товарного обміну з метою отримання підприємницького прибутку.
Д. Баркан [22]	Сфера діяльності підприємства, спрямована на реалізацію продукції на певних ринках.
С. Хрупович [23, с. 202]	Процес організаційно-економічних операцій, що містить маркетинговий аспект (дослідження й аналіз кон'юнктури ринку, визначення обсягів збуту, вибір та управління каналами розподілу) й логістичний аспект (транспортування, складування, управління запасами, обслуговування замовлень) і здійснюється з метою досягнення економічних результатів від реалізації продукції споживачам та створення позитивного іміджу підприємства на ринку.

Політику ЄС, щодо торговельних питань називають «спільною торговельною політикою ЄС». Вона є цариною компетенцій ЄС, в якій структури Союзу мають виняткові повноваження, за якими можуть встановлювати торгівельні правила для всіх членів ЄС. [8]. Також підкреслимо, що сам термін «єдина торговельна політика ЄС» з самого початку було вжито у Договорі про заснування ЄЕС ще у 1957 році. У третьому розділі цього Договору йшлося про те, що таке «Торговельна політика», зокрема це зазначено у статтях 110 та 116. Як приклад, статті 111 визначає обов'язки членів-держав ЄС, стосовно удосконалення систем стимулювання експорту в інші країни, з вимогою збереження конкурентного середовища. [5].

Поступовий розвиток світової торгівлі, а також знищення або зменшення бар'єрів у міжнародній торгівлі, зокрема й митних являють собою головну мету спільної торговельної політики ЄС. Така політика скерована на встановлення міцних стосунків країн-членів не лише задля реалізації торгової політики, а також для поглиблення митної інтеграції країн, що є в складі ЄС. Реалізація торговельної політики у зовнішньоекономічній сфері є загальним фундаментом для подальшої розробки певних нормативних актів. В подібних нормативних актах вагома увага приділяється врегулюванню імпортно-експортним операціям також системі заходів, спрямованого на захист продавців та покупців, а ще квотуванню та оформленню ліцензій [11].

Для того, щоб основні напрямки торгової політики ЄС були ефективно реалізовані, структурні органи Європейського Союзу використовують тарифні та нетарифні методи регулювання .

Найвагомішими серед інструментів торговельної політики ЄС є тарифні методи регулювання, що включають в себе митні збори, зокрема Єдиний митний тариф. Він застосовується до імпорту товарів через зовнішні кордони ЄС та є загальним для всіх членів ЄС, але ставки мита відрізняються від одного виду імпорту до іншого залежно від того, що за

продукція імпортується та звідки саме. Мита дають перевагу в ціні для товарів місцевого виробництва над аналогічними товарами, які імпортуються, і вони підвищують доходи для урядів. Одним із результатів Уругвайського раунду були зобов'язання країн знизити тарифи та «прив'язати» свої ставки митних зборів до рівнів, які важко підвищити. Нинішні переговори в рамках Дохійського порядку денного продовжують зусилля в цьому напрямку в галузі сільського господарства та доступу до несільськогосподарських ринків [1].

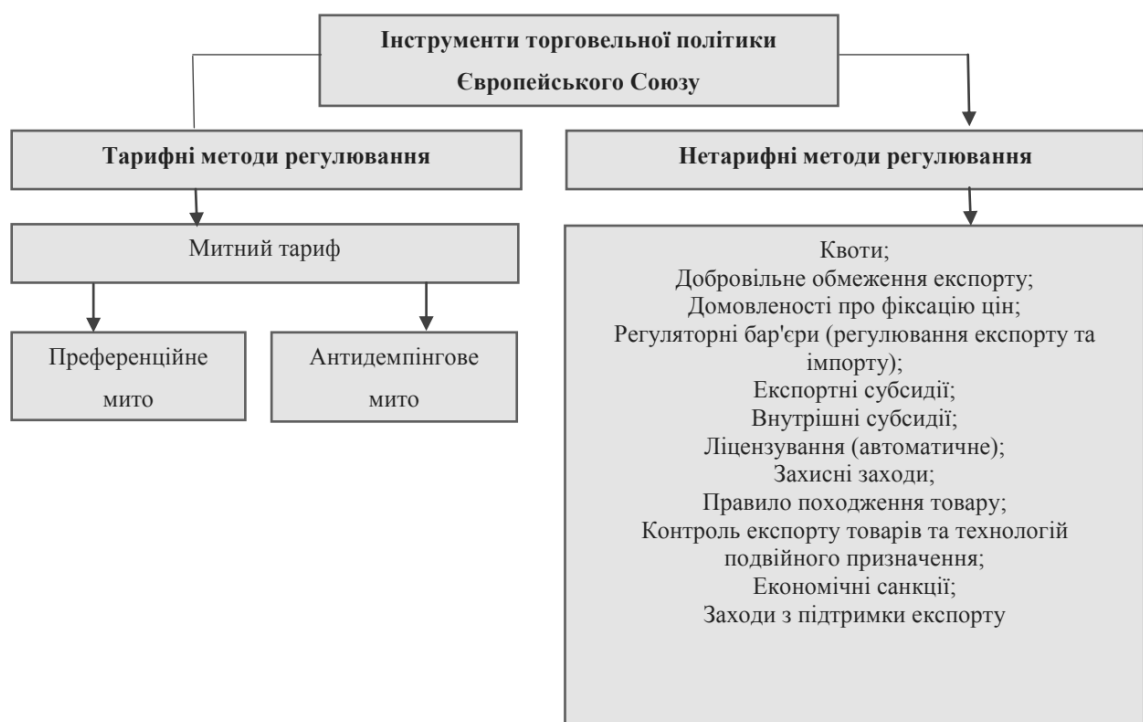


Рисунок 1.1 - Тарифні та нетарифні методи регулювання торгівлі, що використовують структурні органами Європейського Союзу [1].

Найважливішим інструментом тарифного регулювання в Європейському Союзі є Єдиний митний тариф (СМТ). Його запровадження було необхідною передумовою утворення митного союзу. Є багато причин імплементації митних платежів, але найголовнішими є наступні:

– поповнення бюджету ЄС (90% усіх потоків стягнених митних платежів);



- скорочення імпорту, що може привести до зменшення відтоку капіталів до країн-експортерів, а також досягнення позитивного сальдо;
- впровадження заходів, захисту продукції національних виробників;
- реакція на неправомірне виконання чи не виконання домовленостей країн, що в складі СОТ;
- проблематичний експорт сировини, продовольчих продуктів та інших за цінами, що є меншими ніж світові і, таким чином, це не дасть змоги зрости дефіциту саме цих товарів на внутрішньому ринку (шляхом стягнення експортних мит);
- стимулювання розвитку та посилення ефективності певних регіонів (вільних зон, спеціальних економічних зон);
- стимулювання розвитку та ефективності окремих галузей через надання сприятливих тарифних режимів [11].

Відповідно до угод, Щ підписані в межах ГАТТ/СОТ, Європейський Союз послідовно знижує ставки імпорتنних мит. Велика кількість продукції отримує тарифні преференції в Європейському Союзі. У вигляді пільгових ставок митних зборів з імпорتنних товарів з певних країн або груп країн. Наразі ЄС застосовуються автономні (прийняті в односторонньому порядку) і конвенційні (прийняті на основі міжнародних договорів) мита.

Використання тарифних преференцій не може суперечити принципу найбільшого сприяння; тому необхідно дотримуватися певних умов, в першу чергу, правил походження. Велика кількість тарифних пільг впроваджуються окремими правовими актами Ради ЄС.

Торгова політика на міжнародному рівні ЄС базується на основних нормах європейського законодавства і реалізується через них. Іншими словами, згідно з установчими договорами ЄС, договорами, що вносять до них зміни (ревізійні договори); договорами про вступ нових держав – членів ЄС [11].

Тобто, врегулювання стосунків країн-членів ЄС з іншими країнами здійснюються на рівні ЄС. Зараз головним документом, який врегульовує

поділ повноважень між наднаціональними органами ЄС та національними урядами у сфері торгової політики є Лісабонський договір, який набув чинності в грудні 2009 р. У цьому договорі зазначено, що всі торговельні угоди (і двосторонні, і багатосторонні), що укладаються ЄС, обов'язково слід ухвалювати парламентом ЄС. Окрім цього, Комісія ЄС повинна постійно звітувати перед парламентом (точніше, перед парламентським Комітетом із міжнародної торгівлі) щодо проведення Комісією торгових переговорів. ідсумовуючи, можна зазначити, що наразі наднаціональні органи Європейського Союзу мають достатні повноваження у сфері формування та реалізації спільної торговельної політики.

Також зазначимо, що тарифні інструменти регулювання торгівлі залишаються економічно важливими заходами політики ЄС. Задля скасування або зменшення торгових обмежень чи бар'єрів у вільному обміні товарами чи послугами з різними країнами, тобто лібералізації у сфері міжнародної торговельної політики, ЄС застосовує двосторонні угоди, що зазвичай набувають форм угод про вільну торгівлю. ЄС було підписано близько 200 угод про вільну торгівлю, вони стосуються близько 36% обсягів торгівлі товарами та послугами світі. Саме тому дотримання та вдале виконання існуючих угод є одним з найважливіших завдань для Європейського Союзу. Такі двосторонні угоди укладаються не лише стосовно основних зобов'язань у торгівлі, а також для допомоги у регулюванні співпраці з питань інвестицій, інтелектуальної власності, державних публічних закупівель тощо. Саме ці та інші інструменти сприяють прискоренню, полегшенню, здешевленню та прозорості регулювання торгівлі [10].

На сьодні міжнародна ситуація у світовій торгівлі допомагає досягти певні основні цілі торговельної політики Європейського Союзу, що реалізуються через укладення угод про вільну торгівлю та просування норм і стандартів продукції ЄС. Європейський Союз є лідером у світовій торгівлі продуктами та послугами, цим спричинена велика залежність

економіки ЄС від торгівлі. За наданою інформацією на рисунку 1.2, можна зробити висновок, що ЄС дуже потужний ігрок на світовому ринку.

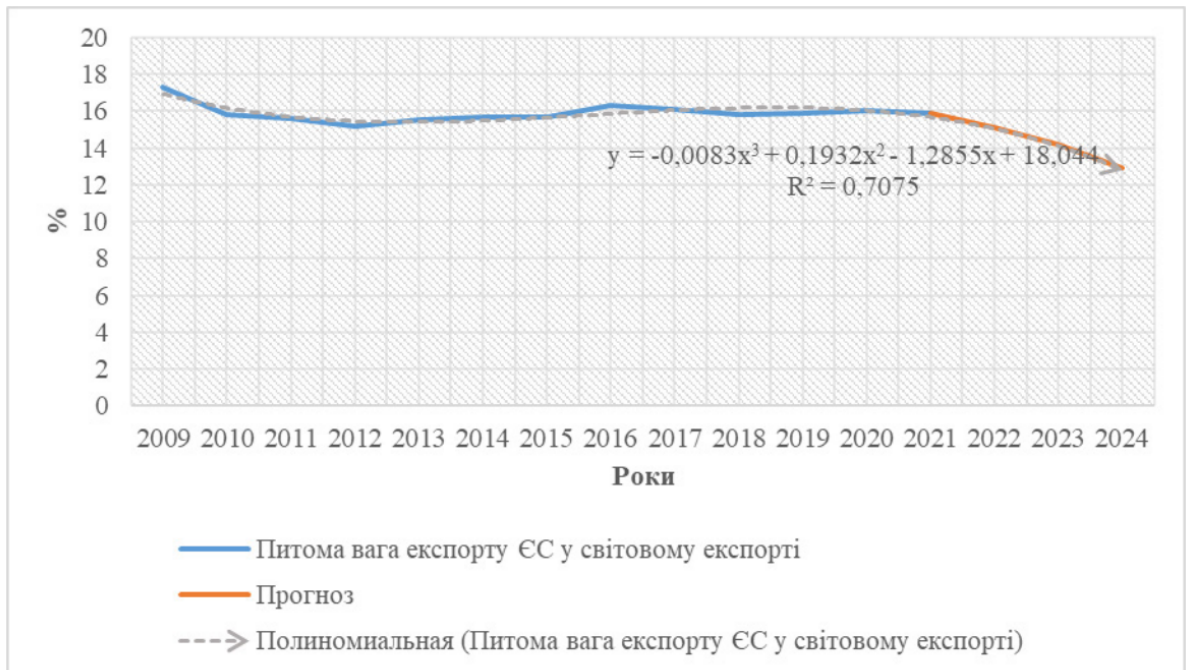


Рисунок 1.2 – структура експорту ЄС, 2009-2021 рр., % Складено автором на основі: [12]

Як приклад, у 2020 році частка ринку ЄС становила 16% від світового експорту, це демонструє високий рівень інтеграції ринка ЄС до інших міжнародних ринків. Зміни питомої ваги експорту Європейського Союзу пояснюється і фінансово-економічною кризою в 2013-2015 роках, і імплементацією санкційних режимів. Поліноміальний тренд-аналіз з високим показником апроксимації свідчить, що в майбутньому частка ЄС у світовому експорті має від'ємну тенденцію. Причиною цієї тенденції є декілька факторів: зростаюча роль Китаю на світовому ринку, подолання наслідків кризи COVID-19 та вплив на міжнародну торгівлю повномасштабного вторгнення росії в Україну.

Говорячи про межі торговельної політики Європейського Союзу, слід нагадати про те, що ці обмеження пояснюються різноманітними підходами. По-перше фіналістська теза, якої дотримується Рада, згідно якої

зазначається, що до торговельної політики належить будь-який захід, який у кінцевому підсумку впливає на структуру чи обсяги торгівлі ЄС. По-друге інструменталістська теза, якої дотримується Комісія, стверджує, що вирішальним чинником є специфічний інструмент, який регулює міжнародну торгівлю, і саме він має підпадати під ст. 207. Так, за практикою ЄС до спільної торговельної політики відносяться програми фінансування місцевої допомоги для експорту, угоди про сировину з іншими країнами-постачальниками, система загальних преференцій країнам, що розвиваються тощо. [1]

З рисунку 1.3 можемо побачити, яку саме частку торгівля на ринках країн-ЄС займає у загальному обсязі світової торгівлі.

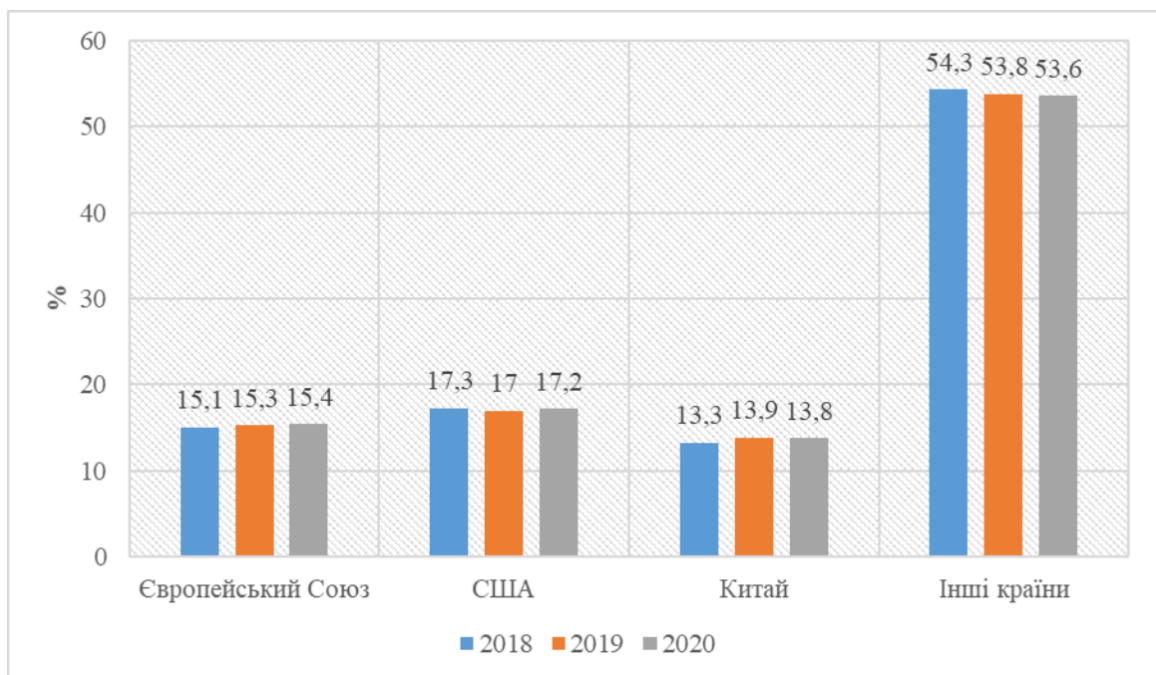


Рисунок 1.3 – Питома вага частки ЄС у світовій торгівлі у динаміці [1]

Щодо проблем сфери спільної торговельної політики ЄС, то зазначимо, що є проблема підпорядкованості цій політиці міжнародної торгівлі послугами та інтелектуальної власності. Вирішення цієї проблеми

актуалізувалося у середині 90-х рр., коли у 1994р. у межах ГАТТ/СОТ було підписано Генеральну угоду з торгівлі послугами (ГАТС) та Угоду про торговельні аспекти прав інтелектуальної власності (ТРИПС). Комісія звернулася за роз'ясненнями до Європейського Суду відносно характеру компетенції Союзу та окремих країн- членів у цій сфері. При цьому Комісія вважала, що навіть послаблений зв'язок послуг та прав інтелектуальної власності з обміном саме товарами не є перешкодою для включення їх до спільної торговельної політики, тобто до виключної компетенції Союзу. [1].

## 1.2 Ринок Європейського Союзу – вільний рух товарів і послуг: принципи функціонування

Відповідно до положень Договору про функціонування Європейського Союзу та Єдиного європейського акту спільний ринок має бути місцем, де гарантується вільний рух товарів, людей, послуг і капіталу. Відповідно до ст. 26 ФЕСУ «Внутрішній ринок — це територія без внутрішніх кордонів, де гарантується вільний рух товарів, осіб, послуг і капіталу відповідно до положень Договору» (рис. 1.4, табл. 1.2).

Таблиця 1.2. - Програма внутрішнього ринку ЄС [3]

<b>Чотири основні свободи</b>	
1	2
Вільний рух товарів (лібералізація ринку продуктів на підставі ст. 28–37 ДФЕС)	Ліквідація фізичних бар'єрів; технічна гармонізація і стандартизація; гармонізація непрямих податків; ліквідація національного протекціонізму.
Вільний рух (ст. 45–48 ДФЕС)	Осіб, які не здійснюють комерційної діяльності (студентів, пенсіонерів, інвалідів); найманих працівників; самостійних працівників – тих, що зайняті вільними професіями.

## Продовження таблиці 1.2. - Програма внутрішнього ринку ЄС [3]

1	2
Свобода надання послуг (ст. 56–2 ДФЄС)	Лібералізація ринкових послуг; європейські програми публічних послуг (зв'язок, поштові послуги, транспорт, електроенергія, аудіовізуальні послуги); мінімальні ліцензійні вимоги – взаємовизнання кваліфікації.
Свобода руху капіталів (ан. 63–66 ДФЄС)	Довготермінових; комерційних; короткотермінових.
Доповнюючі свободи	
Свобода підприємництва (ст. 49–55 ДФЄС)	Право на заснування підприємств; право про спілки.
Вільний доступ до урядових замовлень	Директиви, що стосуються вільного доступу на території всього внутрішнього ринку.
Політика внутрішнього ринку	створення правових та інституціональних норм, що уможливають вільне оперування на ринках продуктів і факторів виробництва; усунення бар'єрів доступу на європейський ринок та мобільності на ринку; технічна гармонізація і стандартизація; податкова гармонізація; соціальна політика; політика щодо спілок (європейська спілка, право про спілки); політика підтримки підприємництва (групування європейських економічних інтересів, програми для малих та середніх підприємств).
Інструменти підтримки	соціальні інструменти (мінімальні основні стандарти в галузі здоров'я й безпеки праці); охорона інтересів споживача; охорона середовища; інструменти, адресовані до бізнесу (право про спілки, оподаткування корпорацій, програми співробітництва фірм).
Політика підтримки	Політика конкуренції; торговельна політика; транспортна політика; промислова політика й політика промислової конкуренційності; політика охорони навколишнього середовища; регіональна політика та політика соціально-економічної єдності.

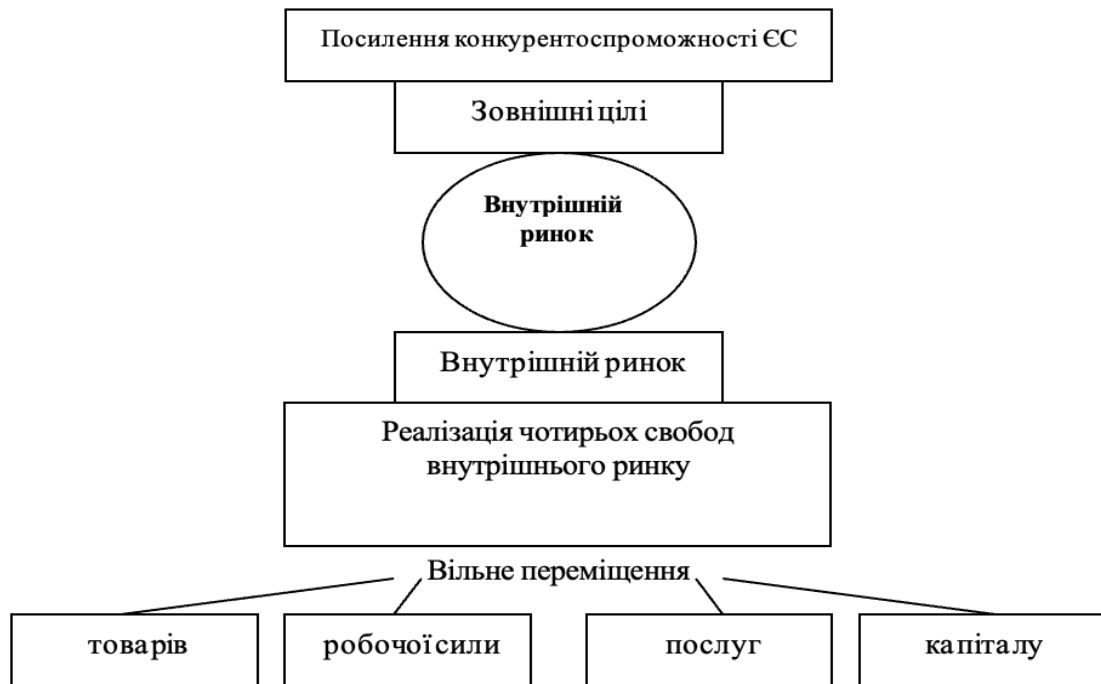


Рисунок 1.4. – Головні цілі функціонування спільного ринку [3]

Принцип вільного руху товарів і послуг. Першою з чотирьох свобод, які складають основу внутрішнього ринку ЄС, є вільний рух товарів. Цей принцип є канонем спільного ринку та однією з його «чотирьох свобод». Основою правил вільного руху товарів є положення про те, що після введення в обіг товари вільно переміщуються в межах Союзу і що законність їх надходження не підлягає адміністративним обмеженням без вагомої та розумної причини. Немає ринкових кордонів, не кажучи вже про митні бар'єри. Усі товари підпадають під однакові нормативні та сертифікаційні вимоги, а також мають обкладатися однаковими податками. Досягнення такої лібералізації торгівлі товарами між країнами-учасницями вимагає знищення всіх тарифних і нетарифних бар'єрів, таких як фінансові, якісні або кількісні бар'єри. Основа вільного руху товарів поширюється як на промислову продукцію, так і на сільськогосподарську та споживчу продукцію. Однак такі заходи не можуть служити формою дискримінації або діяти як приховане обмеження взаємної торгівлі.

З юридичної точки зору та з точки зору впливу на торгівлю

внутрішній ринок ЄС – це територія, наближена до території країни.

Досягнення такої ліберальної торгівлі вимагає знищення цих бар'єрів:

- тариф шляхом створення митного союзу між країнами-учасницями;
- паратарифний, тобто фіскальний;
- не митниця, напр. якісний, кількісний.

Принципи вільного переміщення охоплюють як промислову, так і сільськогосподарську продукцію.

Походження продукту також є важливим поняттям. Положення про вільний рух товарів поширюється на продукти, що походять із країн-учасниць, або на товари, які були законно імпортовані на територію кожної країни-учасниці (тобто після виконання всіх формальностей, наприклад, митниці).

Обидва види товарів, які виробляються в країнах-членах і законно імпортуються на територію кожної країни-члена, визнаються продуктами Співтовариства, і європейське законодавство визначає їх однаково.

Усі інші товари визначаються як товари, що не належать до Співтовариства, і на них не поширюються основні положення внутрішнього ринку.

Зняття митних бар'єрів. Одним із інструментів реалізації принципу вільного руху товарів є усунення митних бар'єрів між державами-членами ЄС і запровадження єдиного митного тарифу в торгівлі з іноземними державами. зона вільної торгівлі).

Усунення митних бар'єрів у внутрішній торгівлі ЄС полягає у створенні митного союзу між країнами-учасницями. На практиці це означає різницю між митом і будь-яким відповідним митом. Спочатку скасували експортні мита, потім поступово в три етапи знизили імпорتنі мита, а потім повністю скасували.

Подібні принципи застосовуються до митних витрат\*. Разом із розпорядженням про скасування митних зборів і відповідних зборів Союз застосував так зване призупинене обмеження, яке полягає в забороні



введення нових митних обмежень під час укладення контракту. Ця заборона є безумовною. Країни-учасниці не можуть порушувати або ухилятися від нього, навіть у певних секторах. Зовнішнім проявом митного союзу є єдиний митний тариф. Його запровадження створювало аналогічні митні бар'єри на зовнішніх кордонах країн-учасниць, які (за винятком зазначених) стали митним кордоном Європейського Союзу. Єдиний митний тариф не лише встановлює єдині мита на товари з третіх країн, що імпортуються до країн-учасниць, а й уніфікує митну номенклатуру. Юрисдикція профспілки є виключною у цій сфері. Це означає, що жодна держава-член не може самостійно змінити митний тариф. Усі зміни та доповнення до зобов'язань також враховуються владою ЄС.

Створення митного союзу, усунення податкових бар'єрів або поступова гармонізація податкової політики виявилось недостатнім для забезпечення повного вільного руху товарів на єдиному ринку. Необхідно було також усунути різноманітні кількісні та якісні перешкоди.

Кількісні обмеження EUT відповідно до статей 34 (імпорт) і 35 (експорт) та різні подібні заходи заборонені у торгівлі всередині Союзу.

Верховний суд ЄС визначив як заходи, еквівалентні кількісним обмеженням, усі нормативні акти країн-членів, які можуть прямо чи опосередковано, фактично чи потенційно перешкоджати торгівлі всередині Союзу.

Це включає, наприклад, обмежувальні положення щодо упаковки, маркування товару, його характеристики, розміри тощо. Ці обмеження заборонені незалежно від походження товару.

Однак заборона кількісних обмежень і подібних заходів не є абсолютною. Крім того, країни-учасниці мають можливість вводити заборони та обмеження на імпорт, експорт або транзит, якщо причини для цього вимагають суспільної моралі, громадського порядку та безпеки, захисту здоров'я та життя людей, захисту тварин і рослин і вимог національного захисту. прав. цінності культурної, промислової чи

комерційної власності.

Однак заборони не повинні бути довільною дискримінацією чи прихованими обмеженнями торгівлі між країнами-учасницями.

#### Усунення податкової дискримінації

У межах ЄС стаття 110 ДФЄС забороняє податкову дискримінацію подібних товарів, що походять з інших країн-учасниць. Згідно з тлумаченням Верховного Суду ЄС, подібні продукти – це товари, які мають однакову функцію та функцію, що відповідає однаковим потребам в очах громадськості. На практиці це означає, що країни-члени не можуть накладати прямі чи непрямі податки на товари, імпортовані з інших країн ЄС, які є вищими, ніж національні податки. Це може стосуватися торгових операцій на ф'ючерсному ринку.

Звісно, це не означає, що країни-учасниці позбавлені права працювати та вимірювати ваги. Однак така робота є глобальною під прикриттям того, що вона не представляє форму дискримінації імпортової продукції чи наявності конкуруючої вітчизняної продукції.

Забороняється використовувати інші звичаї для охорони національної власності. Положення, що розглядаються, можуть бути уточнені змінами в правилі щодо скасування мит та подібної інформації. Принцип недискримінації товарів, вироблених в ЄС, і товарів із третіх країн, що потрапляють у вільний обіг.

Прихована субніванізація також підсмажується звільненням. Він може бути застосований, коли країна-учасниця експорту товарів повертає податок за період, більший за останній переказ.

Усунення податкових бар'єрів є одним із найважливіших завдань політики через негативний і позитивний вплив на дії уряду. Регулювання балансу внутрішнього ринку відбувається шляхом оцінки, а не стандартизації законодавства в цій сфері, що ускладнить життя як вітчизняним, так і зовнішнім. за домовленістю з міністром фінансів від червня 1991 р. кожна компанія-учасник з початку 1993 р. стандартна ставка

ПДВ не менше 15%. Також можливе використання двох спеціалізованих цін, але не менше 5% 157.

Процедура обліку ПДВ на рівні контакту з ЄС наразі регулюється Директивою Ради 2006/112/ЄС від 28 листопада 2006 року.

ПДВ стягується в країні світу. Країна-експортер також застосовує нульову ставку податку. Право на продаж за нульовою ставкою, коли товари надсилаються до священного реєстратора іноземної податкової адміністрації та коли країна-експортер позичає товари.

Вирішальним фактором є отримання товару, а не сама оплата. Компанії з усіма зарубіжними підрозділами мають борг перед податковими органами. На внутрішньому ринку ЄС ця інформація доступна онлайн. З липня 1991 року туристи можуть самостійно привозити придбані у світі товари, загальна вартість яких зросла з 390 до 600 євро на людину. ПДВ сплачується відповідно до ставки податку в країні, де придбано товар. У разі грошових переказів, купівлі транспортних засобів, майна та транспортних засобів в принципі стягує додатковий податок відповідно до податкової ставки країни походження.

Акцизи стягуються в країні, де товар придбано. Завдяки прикордонному контролю в інтегрованій системі інвентаризації контроль здійснюється в глобальній документації системи економічних одиниць. З січня 1993 року акцизна була найнижчою рекламованою ціною на дешевий бензин, пиво, вино та тютюн.

Партнери зможуть гармонізувати практику в перших країнах щодо нормативних актів першої особи. Усі країни-учасниці запровадили систему зважування доданої вартості. Тим часом, робляться перші інтенсивні кроки для гармонізації ПДВ і розподілу, з'ясовуючи різницю між ними проти попередньої єдиної конкуренції в єдиному ЄС.

Спрощення формальностей

Якісні бар'єри поділяються на фізичні та технічні. Перша категорія включає, серед іншого, усі митні формальності та формальності, пов'язані з

перетином кордону (наприклад, санітарні, фітосанітарні, ветеринарні перевірки, контроль токсичності відходів, безпека товарів, що перевозяться). Митний кодекс Союзу від 1 січня 1993 року скасував обтяжливі митні формальності для перевезення товарів через внутрішні кордони між державами-членами. У той же час процедури адміністрування рослин і охорони здоров'я були спрощені.

Технічні бар'єри також не сприяють міжнародній торгівлі. По-перше, це стосується різних стандартів, яким мають відповідати ті самі продукти в усіх країнах, а також процедур, які стосуються громадського порядку та спокою та є дискримінаційними за своєю природою. Повернути їх назад виявилось складніше, ніж очікувалося. Тому політика Євросоюзу в цьому питанні змінюється. Справа стосувалася понад 100 тис. стандартів, що діяли в країнах-учасницях у 1985 р. Їх повна уніфікація виявилася неможливою. З цієї причини було запроваджено загальний принцип взаємного визнання країн, який було підтверджено за відповідними критеріями. Все інше вирішено вирішувати поступово під час переговорів.

Вільний рух послуг. Створення спільного ринку в ЄС гарантує принцип відкриття національних ринків для вільного руху послуг. Він ґрунтується на взаємному визнанні національних правових норм, що стосуються цієї сфери, а в сфері базових норм (за необхідності) бачить їх гармонізацію. Відповідно до Єдиного європейського документа 1986 р. кінець 1992 р. був обраний крайнім терміном впровадження повного вільного руху послуг, але на практиці між країнами-учасницями все ще існують суттєві розбіжності в реалізації спільних домовленостей.

В економіці країн ЄС ринкові послуги (транспортні, туристичні, банківські, агентські послуги, зв'язок тощо) складають понад 48% ВВП усіх країн-учасниць загалом. Частка сфери послуг у валовому внутрішньому продукті за останні 20 років зростає приблизно на 10%. Крім того, комунікаційні та фінансові послуги є основою економічної інфраструктури та передумовою для ефективного функціонування ринку на рівні всього

Європейського Союзу.

Як і вільний рух товарів, вільне надання послуг гарантується Договором про заснування Європейського Союзу.

Послуги – це діяльність (зазвичай оплачувана), яка в основному здійснюється в контексті торгівлі, промисловості, ремесел або вільних професій. Стаття 57 ДФЄС містить наступне визначення послуги: «Послуги вважаються послугами в розумінні Договору, якщо вони зазвичай надаються за винагороду в тій мірі, в якій вони не підпадають під положення про вільний рух товарів, капітал і особи». Принцип вільного руху послуг зберігає, з одного боку, право купувати іноземні послуги, що складаються з громад у країнах-партнерах як у власній країні, так і на території країни, де знаходиться постачальник послуг, а з іншого боку

- право продажу цих послуг, у тому числі отримання та здійснення підприємницької діяльності на власну користь, створення та управління комерційними товариствами, профспілками, агентствами та філіями.

У договорі послуги визначаються як усі види діяльності, які зазвичай здійснюються за винагороду та які не регулюються положеннями про вільний рух товарів, капіталу та осіб. Послуги – це здебільшого діяльність, пов'язана з торгівлею, промисловістю, ремеслами чи вільними професіями – ст. Стаття 57 ДФЄС. ст. 58, стор. 1., відповідно до пункту 1., послуги в транспортному секторі регулюються положеннями базової угоди про транспорт, а банківські та страхові послуги положеннями про лібералізацію руху капіталу - ст. 58, п. 2. Підключення до послуг також включено в інші умови договору.

Послуги часто асоціюються з вільними професіями (наприклад, лікар або юрист) і в цьому сенсі – з економічною діяльністю, тому часто прописуються відповідні правила (це одна з проблем, пов'язаних з регулюванням послуг). Але ст. 52 і далі. Згідно з угодою, фізична або юридична особа, яка бере участь в економічній діяльності, повинна постійно проживати в країні-учасниці, де вона має право оселитися і де вона створює

інфраструктуру для своєї діяльності, в той час як особа або компанія надає послуги комітет 1999/2006. Договір поширюється на особу на території однієї держави і має постійне місце проживання на території іншої держави. Вид діяльності не важливий.

Свобода надання послуг включає ті самі види діяльності, що й свобода економічної діяльності (тобто відкриття та виконання роботи на власну користь, заснування та управління комерційними підприємствами, профспілками, агентствами та філіями), але їх виконання обмежене в часі і пов'язані з перетином внутрішніх кордонів Союзу.

Однак ці принципи не застосовуються до практики державної служби.

Кордон можна перетинати у трьох випадках: по-перше, коли міністерство-отримувач послуг тимчасово переїжджає в країну (найпоширеніший випадок, так звана динамічна незалежність надавача послуг).

Служби, регулювання яких є основною функцією забезпечення мобільності послуг); по-друге, якщо отримувач послуги (турист, отримувач медичних послуг, відрядження) переїжджає до країни постачальника з метою отримання послуги (пасивна свобода обслуговування); по-третє, якщо сама послуга перетинає кордони – телебачення і радіомовлення, дистанційна освіта, дистанційна торгівля (вільне переміщення товарів послуг).

Лібералізація торгівлі в Європейському Союзі стикається з декількома бар'єрами, пов'язаними з наданням конкретних послуг, відмінностями в моделях споживання між країнами та різними іншими складними національними правилами (особливо в секторах послуг, таких як: зв'язок, фінанси, страхування та транспорт). промисловості). Певні послуги, що використовуються в певних сферах послуг, включаючи телекомунікації та повітряний транспорт, традиційно регулюються виключно державою-членом. У цьому контексті половина з 282 факторів, передбачених Білою книгою Європейської комісії (1985 р.) на рівні внутрішнього ринку,

відноситься до послуг. Однак досконала гармонізація національного законодавства в цій сфері виявилася неможливою, і ми вимушено вдалися до обмеженої співпраці на рівні Союзу через принцип універсального визнання стандартів поведінки в окремих країнах одночасно.

Послуги надаються на внутрішньому ринку через різні канали: безпосередньо з-за кордону опосередковано (наприклад, у фізичній формі з об'єктами; сама послуга з'являється там, де послуга надається).

Інтернаціоналізація в сфері обслуговування натрапляє на перешкоди з боку об'єктивних факторів, тобто відбувається внаслідок спеціальних операцій обслуговування та є результатом особливостей бюджетної системи держави. Перешкоди, пов'язані з технологіями, що дозволяють надавати послуги на відстані, значною мірою мають бути подолані (з іншого боку, сторони підвищують свою мобільність). Необхідні зусилля для досягнення інтеграції внутрішнього ринку, коли послуги можуть надаватися безкоштовно з території країни-учасниці бенефіціарам в інших країнах, не були розроблені до 1980-х років. У Білій книзі від 1985 року відповідна частина присвячена вільному руху послуг. З перших 300 футів, необхідних для створення внутрішнього ринку, половина пов'язана з послугами. Початково закладалася гармонізація приписів держав-учасниць у сфері надання послуг на просторі Союзу.

Це виявляється надто складним і трудомістким. З цієї причини застосовується метод взаємного визнання національних стандартів і нормативної ваги з мінімальною гармонізацією на законодавчому рівні ЄС. Було також домовлено, що з 1993 року внутрішній ринок послуг функціонуватиме належним чином. Однак адаптація в цій області не була такою швидкою, як мала б бути. Послуги будуть надаватися в більш організованій і контрольованій атмосфері національної економічної діяльності, що відображається в системі високого рівня державних судових стандартів, що наразі є найбільшою перешкодою для внутрішнього процесу лібералізації. Варто також зазначити, що регулювання життя в

туристичному секторі є більш складним, ніж в інших сферах, і що вільний потік товарів, капіталу та людей посилив тиск для подолання бар'єрів для обміну опонентами.

Ринок фінансових послуг Союзу характеризується високим рівнем регулювання, але найважче його досягти в процесі внутрішньої лібералізації. На ринку фінансових послуг постачальники послуг безпосередньо з війни основних структур філій, капітальних паперів і ринків мають такий масштаб, що його можна порівняти з сучасною Європою, а інвестори є скрізь. . почуття закінчилося. Екстенсивний. Таким чином, форми розподілу можна використовувати під найкращими спостереженнями з гарантованим покриттям ризиків у всьому Союзі.

Лібералізація фінансових послуг базується на лібералізації руху капіталу. Результатом попередньої роботи є створення унікальної концепції вигоди на банківському ринку та ринку цінних паперів. Ліцензія дозволяє фінансовим установам надавати певні послуги в усіх країнах Європейського Союзу – безпосередньо з внутрішнього ринку або через закордонні філії. Ліцензія визнається джерелом кредиту цієї фінансової установи. Але в той же час концентрація взаємного визнання повинна бути виконана, тобто установа, яка на основі такої ліцензії повинна регулюватися на місцевому рівні (в країні, де надаються послуги), фінансуватися законом і визнаватися контролюючими органами. його схвалення має бути визнане на цьому ринку (контроль і збереження фінансових інститутів, де вони знаходяться). Прийняття принципу банківської ліцензії виражено в II Директиві про банки (II. Директива Ради № 646/89 від 15 грудня 1989 року про координацію правових і регулятивних стандартів діяльності кредитних установ).

У цьому випадку її управління розподіляється між країною, в якій зареєстрована страхова компанія, і країною, в якій вона отримує прибуток.

Дерегуляція ринку цінних паперів супроводжується лібералізацією руху капіталу. Він спрямований на поступову гармонізацію умов ринку цінних паперів ЄС. Ринок нових видів послуг – телекомунікаційних та



інформаційних – пропонує більше можливостей для повної інтеграції, оскільки наразі є важливим інструментом процесу інтеграції, особливо в той же час, що й інші ринки послуг ЄС.

### 1.3 Теоретичні особливості торговельної євроінтеграції

Оскільки триває процес підготовки до переговорів щодо вступу України до ЄС, наша країна має велику підготовчу роботу, наприклад. Також постійно розвивається адаптація національного законодавства до стандартів ЄС.

Як зазначила в коментарі Союзу заступник директора Центру економічних стратегій Марія Репко, Україна продовжує реалізацію плану дій щодо гармонізації законодавства з європейськими принципами ГААТ та Угоди про Асоціацію з Європейським Союзом.

За його словами, масштабна війна між Росією та нашою державою та інші фактори вимагають внесення змін до цього плану на 2023-2024 роки. з метою прискорення економічної інтеграції України до Європейського Союзу та забезпечення її доступу до єдиного ринку.

"Такий підхід уже частково передбачено угодою через систему внутрішнього ринку кількох секторів, і одним із головних завдань України є якнайшвидше впровадження цієї системи. Крім того, план містить довгострокові заходи, які можуть бути реалізовані в рамках угоди», - наголошує він.

Крім того, експерт звертає увагу на те, що законодавство ЄС постійно розвивається, тому не варто копіювати те, що вже застаріло, а зміни мають бути відображені в планах дій з євроінтеграції України.

Абсолютно вільний ринок. Одним із найважливіших стовпів інтеграції національної економіки у внутрішній європейський ринок, безсумнівно, є зона вільної торгівлі з Європейським Союзом.

У квітні 2022 року Єврокомісія зробила безпрецедентний крок для

підтримки України перед обличчям повномасштабного вторгнення Росії. Після цього на рік було скасовано всі митні збори на українські товари та підписано угоду про автомобільні перевезення, що дозволило продовжити торгівлю між Україною та ЄС.

Крім того, частка ЄС у міжнародній торгівлі України минулого року досягла 55,5 відсотка проти 41 відсотка до війни між Росією та нашою державою. І йдеться не лише про український експорт до ЄС, а й про імпорт необхідних товарів, адже майже 90 відсотків палива та 70 відсотків ліків наша країна отримує з Європи.

Тому такою важливою є заява Президента Єврокомісії Урсули фон дер Ляєн на саміті Україна-ЄС про суттєве подовження періоду безмитної торгівлі. «Звичайно, ми продовжимо програму безмитного шопінгу, щоб товари з України потрапляли в ЄС безмитно, як і минулого року», — сказав він.

Варто додати, що ми поки не знаємо, коли ця система буде розширена. Зважаючи на те, що Україна прагне стати членом єдиного європейського ринку, найкращим варіантом наразі є започаткування безмитної торгівлі або принаймні продовження періоду перебування в середньостроковій перспективі. Це дозволяє європейській компанії планувати свій розвиток в Україні на кілька років і збільшувати кількість іноземних інвестицій, а вітчизняним підприємцям – реалізовувати довгострокові стратегії.

У 2022 році розпочався новий етап відносин між Києвом і Брюсселем – отримання Україною Статусу кандидата в ЄС. Вже говоримо про можливість стати членом Європейської спільноти, вплинув на інші реформи. Це може стати стимулом для влади та громадян країни, а також бути позитивним сигналом для європейських та міжнародних інвесторів.

Зараз на порядку денному – адаптація національного права до європейського правопорядку. Говорячи про поглиблення інтеграції українських компаній на ринок ЄС, кажемо про практичне впровадження «безвізової системи» в у різних галузях, підвищення промислової інтеграції

тощо. Це сприятиме успішному розвитку України на європейському шляху через здійснення найважливіших запланованих реформ, що були зазначені ще в Угоді про асоціацію а містяться у пакеті рекомендацій Єврокомісії, який є умовою для початку переговорів про вступ.

Європейська інтеграція України триває в умовах великої російської інтервенції. Війна, розпочата країною-агресором з одного боку, засвідчила волю українців відстояти незалежність нашої держави, підкреслити європейський шлях її розвитку, об'єднала український народ та зміцнила підтримку громадської думки щодо руху в ЄС. З іншого боку, вона умовно активізувала двосторонні процеси євроінтеграції, надала нової якості політиці Брюсселя щодо України, змусила переглянути свої стратегії та пріоритети у сфері безпеки. В той самий час війна, під час якої Україна зазнала величезних людських, фінансових та економічних втрат, вплинула на характер просування в Єдину Європу, виявила особливості, так би мовити «військової» євроінтеграції.

Торговельна інтеграція є поворотним моментом для оптимізації співпраці між країнами для реалізації спільних інтересів у національній зовнішній торгівлі. Чудова етимологія категорії «співпраця», що слід пояснювати як співпрацю або співпрацю в рамках установи.

Глобальну економічну інтеграцію можна розглядати на більш високому рівні, як розвиток міжнародної економічної діяльності, що характеризується поглибленням торговельно-економічних зв'язків країни та його наслідками взаємодоповнюваності, взаємозалежності, взаємної координації дій та зближення національних та іноземних механізмів, а також одночасне зміцнення спільних зобов'язань, що реалізуються на транснаціональній основі.

Також можна підкреслити, що Угода у торгівлі є інституціоналізацією, реалізацією торгової політики у двосторонніх відносинах з третіми країнами для досягнення та реалізація національних комерційних і фінансових цілей.

Торговельно-економічні відносини починаються з взаємовідносин держава або інтегрованої організації, що базується на торговій та фінансовій діяльності, а також на кооперації та внутрішньому розвитку. Вони утворюють найбільшу сферу державного економічного співробітництва. Двосторонні торговельно-економічні відносини характеризується довгостроковими умовами співробітництва, які країни узгодили та скріпили міжнародними угодами. Ці відносини стають ефективними, коли вони будуються з нуля.

Підприємства, розробляючи стратегії виходу на ринки ЄС, можуть обрати один з різноманітних варіантів експортної політики. Детально порівняння різних варіантів стратегій виходу на експорт виробничих підприємств представлено на рисунку 1.5

Критерій	Стратегія											
	Непрямий експорт		Прямий експорт		Кооперація			Інтеграція				
	Представники зарубіжних підприємств на внутрішньому ринку	Зовнішньоторгові представники на внутрішньому ринку	Експортні агенти	Зарубіжні збутові і агентські організації на зовнішньому ринку	Спеціально створені збутові організації на зовнішньому ринку	Ліцензійний договір / франшизайзинг	Підрядне виробництво / управління по договору	Компенсаційні угоди	Виробництво за контрактом	спільне підприємництво (підрядне виробництво,	Складальне виробництво	Пряме інвестування
1. Швидкість виходу	Висока		Середня		Висока			Низька	Середня	Низька	Висока	
2. Рівень капіталовкладень	Низький		Залежно від ступеня участі		Від низького до середнього			Залежно від ступеня участі: від середньої до дуже високої			Висока	
3. Прямі інвестиції	Відсутні		Присутні		Відсутні			Присутні			Присутні	
4. Рівень управління / контролю за кордоном	Відсутній		Низький		Середній			Низький			Високий	
5. Рівень ризиків	Низький		Високий		Середній			Низький			Від середнього до дуже високого	

Рисунок 1.5 - Порівняльна характеристика стратегій виходу на ринки [2]

Укладання зовнішньоторговельних угод, створення дружніх умов, налагодження співпраці між іншими країнами або групи країн. Укладаючи такі угоди про приєднання, Європейський Союз (ЄС) пропонує своїм торговельним партнерам найглибшу співпрацю, про яку може побажати третя країна.

Укладення угод про вільну торгівлю та їх повна імплементація в Україні підтвердили незворотній вектор розвитку європейської держави та вибір європейської моделі економічного розвитку. Це допоможе сформулювати основу системного та комплексного моделювання правової, соціально-політичної, фінансово-економічної та соціально-демографічної діяльності національної економіки. Зона вільної торгівлі має сприяти поступовій інтеграції України внутрішній ринок ЄС.

## РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ТОРГІВЕЛЬНОЮ ПОЛІТИКИ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА У КОНТЕКСТІ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ

### 2.1 Аналіз експортної діяльності Україна-ЄС до підписання Угоди про асоціацію

Спираючись на економічну теорію і практику, згадаємо такі основні поняття, як конкурентоспроможність продукції та послуг, конкурентоспроможність компаній (організацій, спільнот), регіонів, країн. Спільним для всіх цих визначень є визнання того, що конкуренція є конкуренцією і що конкурентоспроможність є здатністю конкурувати за певні переваги (капітал, трудові ресурси, споживачі) і навіть на одному рівні з іншими товарами, виробниками, країнами.

На міжнародному рівні існують заходи оцінки конкурентоспроможності країни. У міжнародних класифікаціях конкурентоспроможності (зокрема за Індексом конкурентоспроможності зростання (GCI — Growth Competitiveness Index) та Індексом поточної конкурентоспроможності (BCI — Business Competitiveness Index) Україна належить до країн, що розвиваються, але характеризується політичною та економічною нестабільністю, несприятливий інвестиційний клімат та високий ризик для господарської діяльності [10].

Індекс зростання конкурентоспроможності, тобто зростаючий індекс конкурентоспроможності (GCI), показує здатність економіки країни досягти стабільного економічного зростання в середньостроковій перспективі за умов постійного управління поточним рівнем економічного розвитку [2, с. 104]. При цьому аналізуються три категорії: технології, державні інституції та макроекономічний клімат. Як зазначає Н. Говорова, «інноваційні технології суттєво визначають економічний розвиток країн з високим технологічним розвитком» [3]. Для країн із середнім (як Словенія) та низьким рівнем технологічного розвитку (як Чад) важливий обмін та

адаптація іноземних технологій у межах прямих іноземних інвестицій. У зв'язку з цим при розрахунку GCI використовується набір так званих країн-ядра (країни ЄС, це Швеція, Німеччина, Фінляндія, Люксембург, Данія, Італія, Ірландія, Австрія, Велика Британія, Франція, Бельгія, Нідерланди), де розвиток нових технологій є вирішальним стимулом для економічного розвитку.

Всесвітній економічний форум (ВЕФ) визначив глобальний індекс конкурентоспроможності, який замінив індекс конкурентоспроможності з 2006 року (його розраховували лише у 2006 році). Цей індекс оцінює такі категорії: основні потреби (державні установи, інфраструктура, макроекономічна стабільність, охорона здоров'я та базова освіта); підвищення ефективності (вища освіта, ринки товарів і послуг, ринки праці, фінансові ринки, технологічна зрілість, розмір ринку); зміни та розвиток (розвиток бізнесу, інновації) [10].

Задля того, щоб наша країна досягла гідного рівня конкурентоспроможності на міжнародній арені нерозривно зв'язане із модернізація української економіки є однією з головних завдань сьогодення. Зараз економіка нашої країни є надзвичайно енерго- та ресурсозатратною, структуру національного продукту визначають виробництва з низьким рівнем доданої вартості, невисоким залишається інноваційний потенціал.

Ситуація в цьому секторі економіки має стосуватися всіх сфер життя держави і суспільства. Зрозуміло, що за поточної незмінної економічної ситуації неможливо забезпечити всю країну ресурсами, необхідними для прискореної модернізації та наближення до європейських економічних, соціальних і гуманітарних стандартів. Свідоцтва високих темпів економічного зростання та деякі позитивні показники соціального розвитку свідчать про досягнення достатньо розвинутого рівня ринкових відносин, що дозволяє економічним одиницям функціонувати без втручання держави. [11].

Однією з основних проблем розвитку товарного експорту з України — це невисокий рівень конкурентоспроможності українських товарів на зовнішніх ринках, де спостерігається з високий рівень доданої вартості та використання недорогих методів технологічності і наукової місткості товарів. Дуже довго Україну вважали постачальником напівфабрикатів, що виготовлялися галузями з використанням трудомістких технологій), енерго- та матеріало-місткості та, нажаль з низьким рівнем екологічності. Така динаміка розвитку експортної структури, в свою чергу є протиріччям щодо національних структурних пріоритетів і прогнорзним розвиткам структури світового господарства загалом.

Реально розуміючи виклики, що сьогодні постали перед нашою країною, слід детально враховувати цілу низку факторів, що якнайбільше впливають на середньо- та довгострокове зростання конкурентоспроможності країни й, в той же час мають певні ризики, і певні можливості, а саме інституції, інфраструктура і освіта. Такі сфери найбільше залежать від питань відповідальності держави. Однак державні установи не є єдиним учасником економічного розвитку країни з метою збільшення добробуту її громадян. Держава лише створює сприятливі умови для здійснення бізнес- та підприємницької діяльності, а вже суб'єкти господарської діяльності вже мають забезпечити робочі місця і зробити внесок у формування валового національного продукту. [8]

Дванадцять складових конкурентоспроможності. Фонд ефективного управління визначає конкурентоспроможність як сукупність інституцій, політики та факторів, які визначають рівень продуктивності країни. Рівень продуктивності, у свою чергу, впливає на рівень добробуту, який може забезпечити економіка. Крім того, рівень продуктивності також визначає окупність інвестицій, які є основним двигуном економічного зростання. Іншими словами, конкурентоспроможна економіка – це така економіка, яка може підтримувати зростання.



Отже, поняття конкурентоспроможності включає статичну та динамічну складові. Хоча продуктивність країни визначається її здатністю підтримувати високий рівень доходу, продуктивність також є одним із найважливіших факторів, що визначають окупність інвестицій, і одним із основних рушійних сил потенційного економічного зростання. Багато факторів визначають продуктивність і конкурентоспроможність. Століттями економісти намагалися виявити та зрозуміти фактори, задіяні в цьому процесі. У результаті з'явилися різні теорії: від концепції спеціалізації та поділу праці, розробленої Адамом Смітом, до визначення пріоритетності інвестицій у фізичний капітал та інфраструктуру економістами неокласичної школи.

Таблиця 2.1 - Дванадцять складових конкурентоспроможності [14]

<p><b>Базові вимоги</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Інституції</li> <li>• Інфраструктура</li> <li>• Макроекономічне середовище</li> <li>• Охорона здоров'я та початкова освіта</li> </ul>	<p>Основа <b>факторно-орієнтованих</b> економік</p>
<p><b>Підсилювачі ефективності</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Вища освіта та професійна підготовка</li> <li>• Ефективність ринку товарів</li> <li>• Ефективність ринку праці</li> <li>• Рівень розвитку фінансового ринку</li> <li>• Технологічна готовність</li> <li>• Розмір ринку</li> </ul>	<p>Основа <b>Орієнтованих на ефективність</b> економік</p>
<p><b>Фактори розвитку та інноваційного потенціалу</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Рівень розвитку бізнесу</li> <li>• Інновації</li> </ul>	<p>Основа <b>інноваційно-орієнтованих</b> економік</p>

Звіт про конкурентоспроможність регіонів України у 2013 році, опублікований фондом «Ефективне управління», досліджував рівень

розвитку бізнесу в Україні – наскільки він підготовлений до сучасних глобальних викликів і тенденцій, наскільки ефективно використовує ресурси, його менеджмент, пріоритетами є етика та соціальна відповідальність. Отримані результати неясні. З одного боку, українські компанії мають відносно високу динаміку змін і потенціал розвитку в певних сферах, з іншого боку, їм часто бракує знань, технологій і фінансових ресурсів, а іноді навіть просто корпоративної культури.

Слід зазначити, що результати неоднорідні в межах країни: рівень розвитку бізнесу різниться залежно від регіону, галузі та розміру компанії. Майбутній успіх України на світовому ринку багато в чому залежить від здатності компанії реалізувати свій потенціал і таким чином скоротити відставання від провідних світових рейтингових компаній.

Індекс конкурентоспроможності регіонів України у 2013 році розраховано на основі статистичних даних за 2011-2012 роки. а також результати опитування, проведеного в січні-травні 2013 року серед керівників компаній.

За три роки індекс зріс у середньому по регіонах на 0,14 пункту з 3,87 пункту до 4,01 пункту. У 2011 році середній показник відповідав 96-му місцю зі 142 країн (рівень Сербії та Монголії), цього року середній регіональний показник відповідає 88-му місцю зі 148 країн у світовому списку (рівень Камбоджі). між Боснією і Герцеговиною та Молдовою). [9]

За останні три роки багато регіонів значно підвищилися на шкалі конкурентоспроможності регіонів України. Слід відзначити Хмельницьку область, що покращила свої позиції на 7 пунктів, Одеська та Рівненська області піднялися на 5 позицій. Водночас позиції деяких регіонів суттєво послабилися: Луганська та Миколаївська області втратили 8 місць, а Волинська – 5 позицій у загальнодержавному рейтингу.

У 2013 році перша п'ятірка лідерів національного рейтингу конкурентоспроможності змінилася. Одеська область увійшла до п'ятірки лідерів і посіла третє місце, обійшовши Донецьку та Дніпропетровську

області та витіснивши з п'ятірки лідерів Київську область. У підсумку п'ятірка лідерів у 2013 році склалася так: місто Київ, Харківська область, Одеська, Донецька та Дніпропетровська області [12].

У п'ятірці аутсайдерів також відбулися деякі зміни. У 2013 році Херсонська область покращила свої позиції, обігнавши Кіровоградську область, яка згодом посіла останнє місце серед 27 областей України. П'ять регіонів, які замикають класифікацію в цілому, залишилися колишніми: Чернігівська, Тернопільська, Житомирська, Херсонська та Кіровоградська області.

Значна різниця між регіонами України в оцінці інфраструктури (майже 2 бали), технологічної готовності (1,6 бали), вищої освіти та професійно-технічної підготовки (1,2 бали) та інноваційності (1,2 бали). Традиційно регіони сильно відрізняються за обсягом ринку через об'єктивні причини. З іншого боку, зменшується розрив у регіональних оцінках охорони здоров'я та базової освіти, ефективності ринків продукції та праці, ступеня розвитку фінансових ринків та ступеня розвитку ділового життя.[11]

Рівень розвитку закладів у регіонах України традиційно є чинником, що обмежує зростання конкурентоспроможності. Середня оцінка регіонів України на один заклад (3,83 бали) нижча за середньосвітову (3,98 бали). Водночас вона вища за оцінку закладів країн Центральної та Східної Європи (ЦСЄ; 3,75 бала) та країн СНД (3,59 бала). Інституції традиційно були проблемою для класифікаторів. Третій рік поспіль рейтинг Києва, останнього в цьому компоненті, відповідає 104-му місцю у світовому рейтингу зі 148 країн (рівень Ivory). Цього року найвищу оцінку закладів отримала Хмельниччина. Це відповідає рейтингу Грузії та її 68-му місцю у світовому рейтингу, що також не є конкурентною перевагою.

Таблиця 2.2 – Динаміка обсягів експорту продукції з України по роках (млн долл) [11]

Таблиця – 2.3 – Географічна структура експорту товарів України

(млн долл) [11]

Всього	Країни СНД	Інші країни Світу	Європа	Країни ЄС (28)	Азія	Африка	Америка	Австралія і океанія	Інші
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
63320,7	22077,3	41243,4	17064,2	16758,6	16813,0	5094,7	2163,6	40,1	67,8

Рік	обсяг експорту (млн долл)
1996	14400,8
1997	14231,9
1998	12637,4
1999	11581,6
2000	14572,5
2001	16264,7
2002	17957,1
2003	23066,8
2004	32666,1
2005	34228,4
2006	38368
2007	49296,1
2008	66967,3
2009	39695,7
2010	51405,2
2011	68394,2
2012	68830,4
2013	63320,7

У 2014 році експорт товарів становив 53913,5 млн дол. США, імпорт - 54381,8 млн дол. Порівняно з 2013 роком експорт зменшився на 13,5% (на 8392,4 млн.дол.), імпорт – на 28,3% (на 21452,8 млн.дол.). Від'ємне сальдо становить 468,3 млн дол. (2013 рік, негативний – 13528,7 млн дол.) [13].

На формування від'ємного сальдо впливають окремі товарні групи: паливні корисні копалини, нафта та продукти її перегонки (13 103,7 млн. дол.), пластмаси, полімерні матеріали (2 462,9 млн. дол.), фармацевтична продукція (2 217,1 млн. дол.), засоби наземного транспорту, крім

залізничного 2157,8 млн. дол. механічні машини (\$1936,4 млн), електричні машини (\$1124,2 млн).

Співвідношення імпорту експорту – 0,99 (у 2013 році – 0,82).

Зовнішня торгівля ведеться з партнерами з 217 країн. [13]

Обсяг експорту товарів до країн Європейського Союзу склав 17 004,7 млн. дол., або 31,5% від загального обсягу експорту, і перевищив показник 2013 року на 431,2 млн. дол., або на 2,6% (2013 р. – 16 573,5 млн. дол., або 26,%). Зокрема, зросли поставки тваринних і рослинних жирів і олій на 58,4%, деревини та виробів з деревини – на 21,8%, електричних машин – на 10,6%, механічних машин – на 5,5%, зерна – на 5%.

Найважливіші експортні поставки до країн ЄС здійснювалися в Польщу - 4,9% від загальної вартості експорту (чорні метали, руди, шлаки та зола, електротехнічне обладнання), Італію - 4,6% (чорні метали, зернові, тваринні жири та олія). або рослинного походження), Німеччина - 3% (електричні машини, одяг і аксесуари до одягу, текстиль, механічні машини) та Угорщина - 2,8% (електричні машини, чорні метали, мінеральне паливо, нафта та продукти її переробки); Росія – 18,2% (механічне обладнання, чорні метали, неорганічні хімічні продукти), Туреччина – 6,6% (чорні метали, олійні культури та фрукти, добрива), Єгипет – 5,3% (чорні метали, зерно, жири та тварини – або рослини). олія), Китаю - 5% (руди, шлаки і зола, зернові культури, тваринний або рослинний жир і олія), Індії - 3,4% (тваринний або рослинний жир і олія, чорні метали, паливні мінерали, нафта і чистячі засоби) і Білорусі - 3% (чорні метали, залишки та відходи харчової промисловості, паливні корисні копалини, нафта та засоби очищення). [11]

З найбільших країн-партнерів експорт товарів до Італії зріс на 5,7%, до Єгипту – на 5,3%, до Польщі – на 3,9% та до Німеччини – на 2,5%. При цьому в Росії він знизився на 33,7 відсотка, в Білорусі - на 16,7 відсотка, в Індії - на 7,1 відсотка, в Туреччині - на 5,1 відсотка.

Основу виробничої структури українського експорту складають малоцінні метали та вироби з них – 28,3% (зниження на 13,1% порівняно з

2013 роком), у тому числі чорні метали – 23,9% (зменшення на 9,8%). Частка продукції рослинництва становить 16,2% (зменшення на 1,3%), у тому числі зернових культур – 12,1% (зростання на 3%), мінеральних продуктів – 11,3% (зменшення на 15,1%), у тому числі руди, шлаки та золи – 6,4 % (зниження з 8,5%) . . %) та мінеральне паливо, олії та продукти їх перегонки – 3,7% (зниження на 25,2%), механічні та електричні машини – 10,5% (зменшення на 17,1%), тваринні або рослинні жири та олії – 7,1% (більше ніж 9,3%) , готової їжі - (зменшення на 11,5%) та промисловість хімічних продуктів та інші галузі (зниження на 23,8%) - по 5,7%.

Імпорт товарів із країн Європейського Союзу становив 21 059,8 млн. дол. США або 38,7 % від загального обсягу та менший порівняно з 2013 роком на 5 707,1 млн. дол. США або 21,3 % (у 2013 році вартість імпорту становила 26 766,9 дол. США). ). Зменшилися постачання наземним транспортом на 56,5%, крім залізниці, папером і картоном – на 34,6%, верстатами – на 32%, різними хімічними речовинами – на 28,9%, фармацевтичною продукцією – на 21,1%. електричні машини – 20,6%, пластмаси, полімерні матеріали – 17,4% [11]

Серед країн ЄС найбільші надходження надходять з Німеччини – 9,9% від загального обсягу імпорту (мінеральне паливо, нафта та дистиляти, механічні двигуни, наземне транспортне обладнання, крім залізниці), з Польщі – 5,6% (мінеральне паливо, нафта та дистиляти, електротехніка). машини, пластмаси, полімерні матеріали), Італія - 2,8% (механіка, медичні вироби, пластмаси, полімерні матеріали), Угорщина - 2,7% (мінеральне паливо, нафта та продукти перегонки, електротехнічне обладнання, пластмаси), полімерні матеріали); з інших країн Росія – 23,3% (мінеральне паливо, нафта та продукти її перегонки, механічні та електричні машини), Китай – 9,9% (електричні та механічні машини, пластмаси, полімерні матеріали), Білорусь – 7,3% (мінеральне паливо, нафта і продукти дистиляції, наземне транспортне обладнання, крім залізниць, механічні

двигуни) і США - 3,5% (механічні двигуни, мінеральне паливо, нафта і продукти дистиляції, наземне транспортне обладнання, крім залізниць).

Порівняно з 2013 р. імпорт товарів лише з Білорусі зріс на 10,7% та з Угорщини на 4,6%, тоді як імпорт з інших основних країн-партнерів зменшився: з Росії – на 45,1%, із США – на 29,9%, з Китаю – з 27,4 відсотка. %, Італії – з 26,9%, Польщі – з 24,3% та Німеччини – з 19,5%. [11]

В обсязі імпортованих товарів мінеральні продукти становили 29,5% (на 27,8% менше порівняно з 2013 роком), у тому числі мінеральне паливо, нафта та продукти їх переробки – 27,8% (на 28,6% менше). Поставка електричних машин і механізмів досягла 16% (зменшення на 26,4%), у тому числі механічних – 9% (зменшення на 27,8%) та електричних – 7% (зменшення на 24,5%), хімічної та суміжних галузей промисловості – 12,5% (зменшення на 19,4%). %), у тому числі лікарські засоби – 4,5% (зменшення на 20,1%), полімерні матеріали, пластмаси та вироби з них – 6,7% (зменшення на 20,4%), у тому числі пластмаси, полімерні матеріали – 5,4% (зменшення на 17,2%). , недорогоцінні метали та вироби з них – 6,1% (зменшення на 32,9%), у тому числі чорні метали та вироби з них – 3,9% (зменшення на 37,2%), наземний транспорт, літаки, водні засоби – 4,9% (зменшення на 54,7%), в т.ч. наземного транспорту, крім залізничного, – 4,5% (зменшення на 54,7%), готові харчові продукти – 4,8% (зменшення на 18,2%), продукти рослинництва – 3,7% (зменшення на 22,3%), текстильні матеріали та текстильні вироби - 3,5% (зменшення на 21,6%) вартості імпорту.

У 2014 році Україна отримала іноземної сировини на 3 027,1 млн дол. (зниження на 16,4% до 2013 року). Найбільші поставки з Німеччини, Польщі та Угорщини. Експорт готової продукції з імпортової сировини досяг 4243,9 млн дол. (менше 15,6%).

Експорт сировини досяг 127,7 млн дол. (на 19,6% більше від суми 2013 року). Водночас Україна імпортувала готової продукції із сировини на 143,4

млн доларів. (більше 9,1%). Найбільші поставки – зі Швеції, Швейцарії та Німеччини. [12]

Українська економіка на 70% залежить від експорту. Проте в номенклатурі товарів, що реалізуються на зовнішньому ринку, залишаються товари з групи сировини та напівфабрикатів: металовироби, мінеральні продукти та продукція хімічної промисловості, які разом складають 65% українського експорту. Оскільки Україна майже повністю залежить від зовнішніх джерел енергії, а енергоємність вищезгаданої продукції в країні є найвищою в Європі, говорити про конкурентоспроможність чи рентабельність виробництва неможливо. виробництва та переробки українського експорту.

Крім того, застаріла виробнича база більшості українських підприємств не дозволяє випускати продукцію, що відповідає світовим стандартам за якістю та ціною.

Важливу роль у забезпеченні якості продукції вітчизняних виробників та її конкурентоспроможності на світових ринках відіграють змагання за якість продукції. [13]

Конкурентоспроможність об'єднує (синтезує) усі сторони, частини, фактори функціонування та розвитку об'єкта управління. Фактори конкурентоспроможності слід поділити на загальні зовнішні фактори та специфічні внутрішні фактори. Основним фактором, що визначає конкурентоспроможність продукції, є конкурентоспроможність зовнішнього середовища: якість управління, конкурентоспроможність країни, регіону та організації.

Можна також зауважити і те, що у 2011 році конкурентоспроможну інноваційну продукцію продавали 1043 підприємства України на загальну суму 42,4 млрд грн (3,8% від загального обсягу реалізованої промислової продукції).

За обсягами найбільші показники проданої інноваційної продукції у 2011 році були продемонстровані на підприємствах з виробництва коксу,



продуктів нафтоперероблення, а також ядерних матеріалів, машинобудування, ремонту та монтажу машин і обладнання, металургійного виробництва та виробництва готових металевих виробів [13].

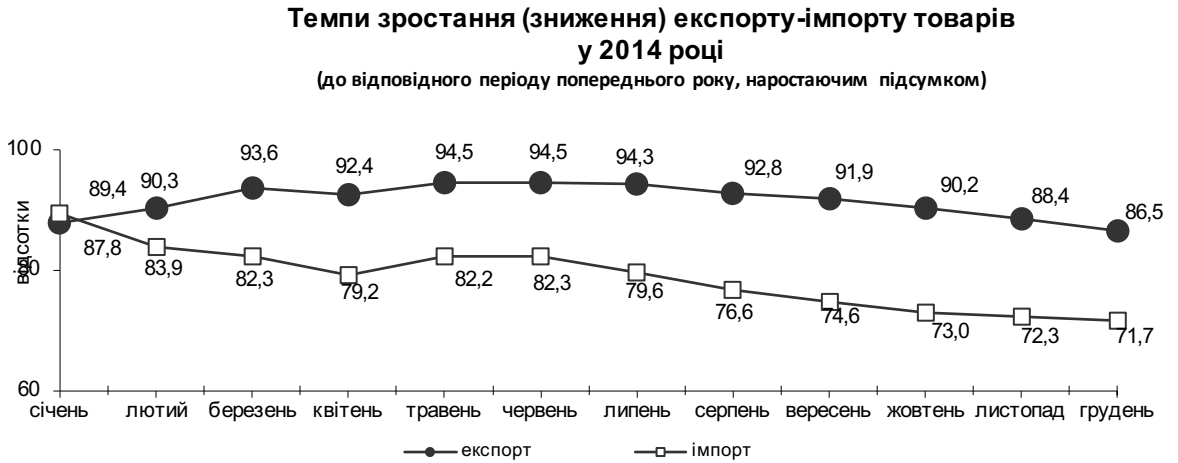


Рисунок 2.1 – Динаміка експорту-імпорту товарів за 2014 рік. [ 19]

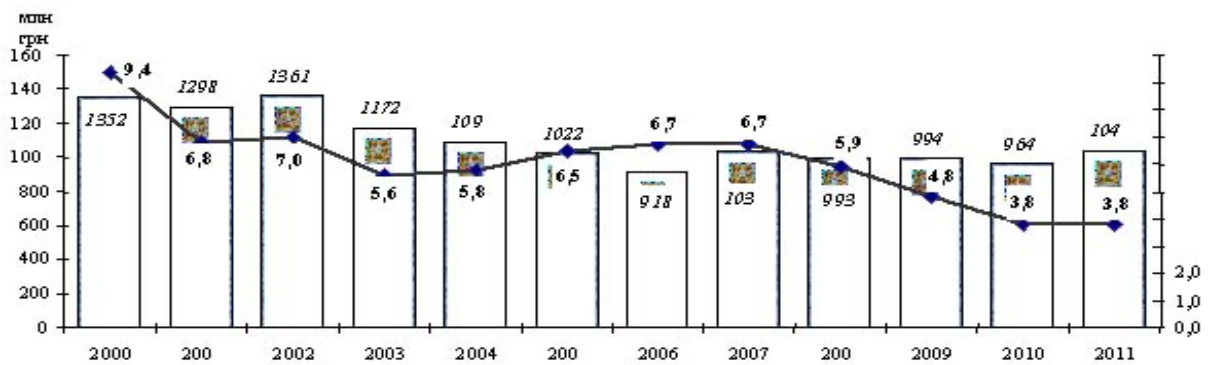


Рисунок 2.2 – Динаміка реалізації інноваційної продукції підприємств України [13]

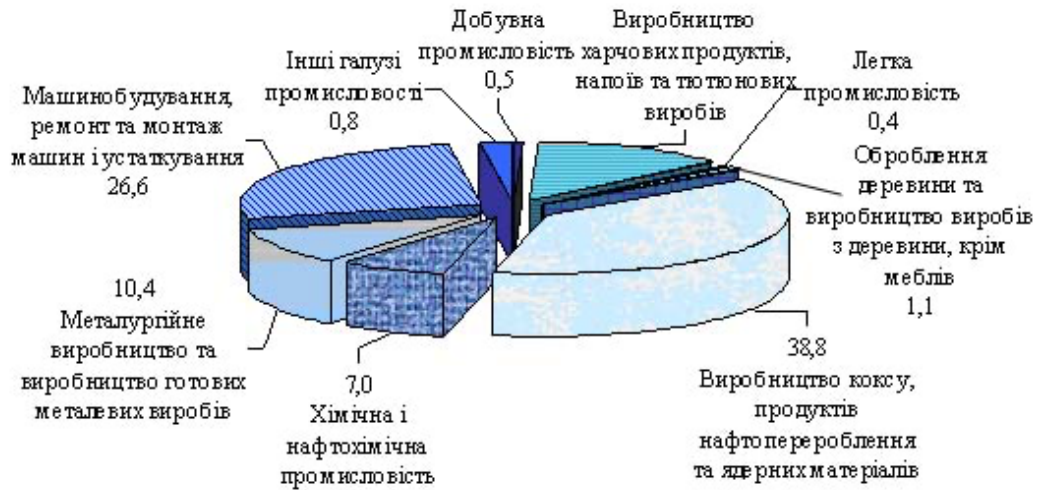


Рисунок 2.3 - Структура реалізованої інноваційної продукції підприємствами промисловості за видами економічної діяльності у 2011 р., % [ 13 ]

У 2011 році за межі України інноваційну продукцію поставили 378 підприємств (36,2% підприємств, що реалізовували інноваційну продукцію) на суму 12,6 млрд грн (29,8% реалізованої інноваційної продукції).

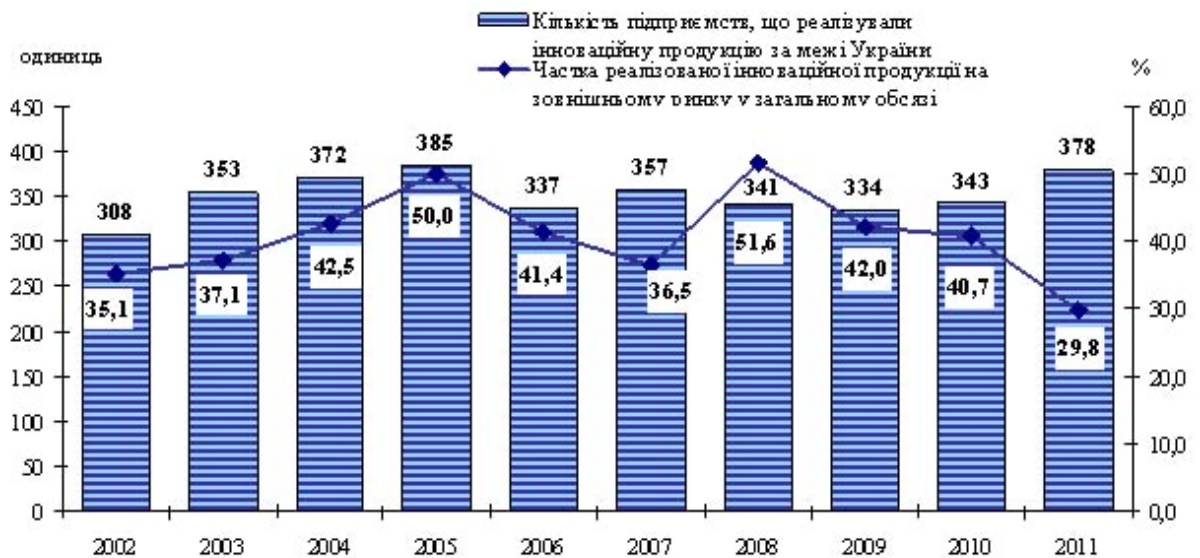


Рисунок 2.4 - Динаміка кількості підприємств, що експортували інноваційну продукцію та її частка у загальному обсязі реалізованої інноваційної продукції. [19]

При цьому найбільшу кількість впроваджень інноваційної продукції здійснено підприємствами з виробництва побутової техніки – 33,4%, виробництва радіотелевізійної та комунікаційної апаратури – 35,0%, виробництва частин електро- та радіоапаратури – 50,4%, виробництва оптики, фотоприлади та обладнання - 33,8%.

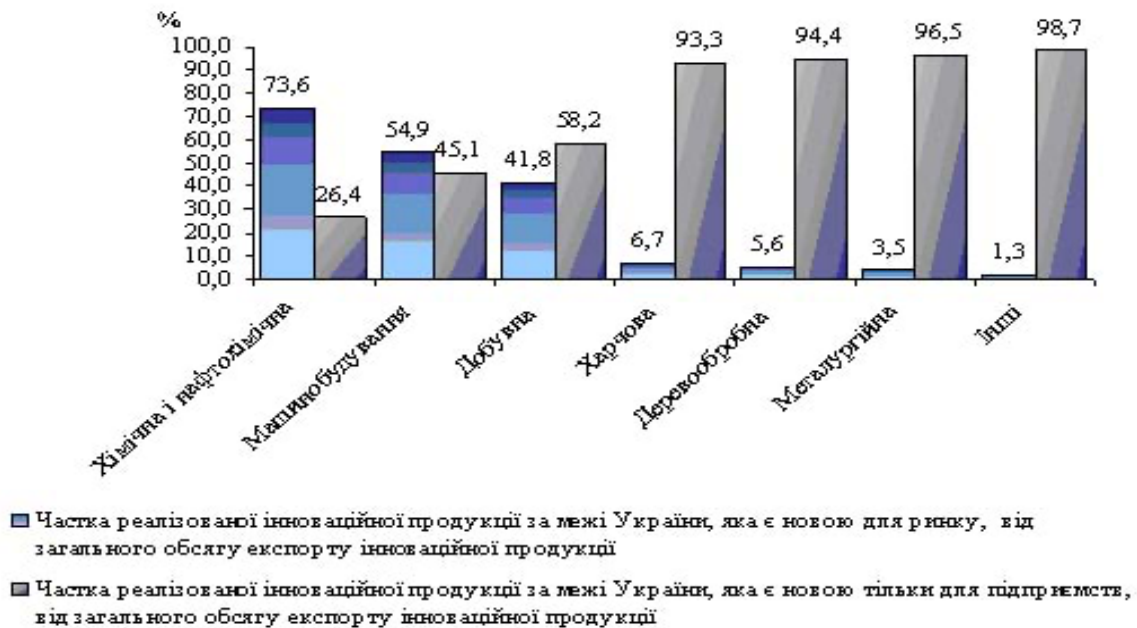


Рисунок 2.5 - Частка експорту реалізованої інноваційної продукції за ступенем новизни за видами економічної діяльності у 2011 р., % [20]

Новинки на ринку пропонують 120 компаній за межами України. Частка цієї продукції становить 32,3% від обсягу реалізованої нової продукції в Україні, або 13,3% від загального обсягу реалізованої нової продукції. [36]

Частка конкурентоспроможної нової продукції, що реалізується 286 компаніями за межами України, становить 28,1% від продажів нових для компанії товарів, або 16,5% від упаковки всіх нових товарів для продажу. . За видами діяльності лідерами з експорту нової продукції на ринок є види діяльності хімічної та нафтохімічної промисловості та машинобудування.

Проаналізувавши вибірку українського експорту, можна зробити висновок, що конкурентоспроможність української продукції на світовому ринку часто страждає через низький експорт. При експорті продукції з України багато товарів не тільки збільшать обсяги закордонних продажів, а й покращать стан грошового балансу та утвердять Україну як країну, що пропонує на світовому ринку хороші та дешеві товари. І головною проблемою цього залишається законодавче регулювання зовнішньої торгівлі та недостатнє фінансування малого та середнього підприємництва вітчизняними та іноземними інвесторами країни, в тому числі державою.

## 2.2 Дослідження торговельної політики виробничого підприємства ТОВ «ЕСКО»

Виробниче підприємство «ЕСКО», що здійснює також і комерційну діяльність було започатковано у 1996 році і на тепер вже понад 25 років спеціалізацією цього підприємства залишається реалізація та сервісне обслуговування різноманітного інструменту для будівельників, від аматорів до професіоналів, а також продаж садово-паркової техніки.

Засновниками підприємства були Світлана Анатоліївна Тімінська, Марат Нігматулліні, Максим Нуровичі та Ігор Вікторович Болдишев.

Підприємство має організаційно-правову форму ТОВ ВКП «ЕСКО», за власністю - це недержавне підприємство. Статутний капітал компанії становить 375,00 грн.

Іншими словами, коли ви купуєте якісну техніку для саду та городу або інструмент у спеціалізованому електронному-магазині ЕСКО, то ви додатково отримаєте професійну консультацію, вчасну поставку зі складу підприємства, а також сервісну підтримку [15].

Для розуміння фінансового стану підприємства, його основні фінансово-економічні показники наведені у таблиці 2.3.

Таблиця 2.3 - Основні фінансово-економічні показники ТОВ «ЕСКО»  
(тис. грн)

Критерії	2017	2018	2019
1	2	3	4
Обсяг виручки	110 000	160 000	230 000
Розмір активів	90 000	80 000	120 000
Всього зобов'язань	130 000	100 000	130 000
Довгострокові зобов'язання	34,27 %	37,64%	27,18%
Поточні зобов'язання	65,73 %	62,36%	72,82%
Чисті активи	-35 000	-20 000	-6 000
Персонал	115	115	109

Складено автором за даними [16]

Більш наглядно ця динаміка представлена на рисунку 2.4

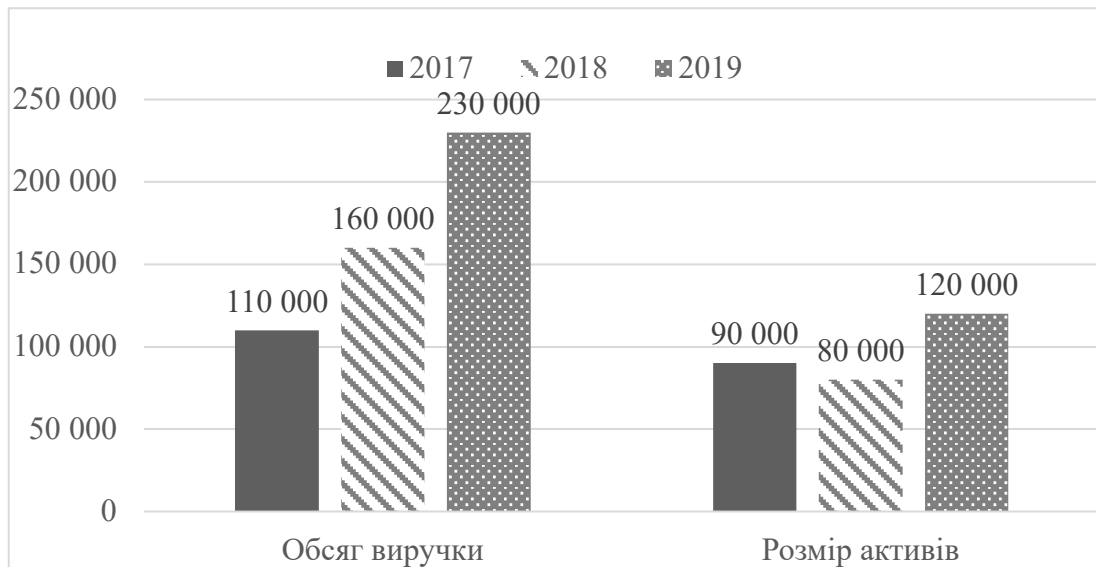


Рисунок 2.4 – Динаміка змін обсягів виручки та розміру активів по роках (тис.грн) [16]

Фінансово-господарська діяльність компанії представляє собою цілий комплекс заходів, щодо виробництва, а також реалізації товарів та послуг, в межах фінансових ресурсів підприємства.

В цілому можна зазначити, що фінансова діяльність являє собою

процес виготовлення товарів та послуг або продуктів. Фінансова діяльність підприємства - це частина всієї господарської діяльності.

ТОВ «ЕСКО» володіє потужними центрами розподілу товарів у Києві, Дніпрі, Вінниці та Одесі. Зазначені відділення організовані у формі офіс/склад з магазинами та сервісними центрами.

Збутова концепція компанії відображена у слогані підприємства - «ЕСКО – Ваш надійний партнер» [15]

Таблиця 2.2 наведена загальна сума прибутку та сума податки ТОВ «ЕСКО» по роках (тис., грн).

Таблиця 2.2 – Сума прибутку та податків в динаміці по роках (тис. грн)

Критерії	2017	2018	2019
1	2	3	4
Прибуток від реалізації	112000	163 000	234 000
Собівартість реалізованої продукції	71 000	121 000	183000
Валовий прибуток	44 000	52 000	56 000
Витрати на збут	11 000	16 000	22 000
Інші фінансові витрати	12 000	12000	9 000
Податок на прибуток	0-10	010	0-10
Прибуток після оподаткування	3 000	21000	16 000
Сукупний дохід	3 000	21 000	16 000

Складено автором на основі [17]

Для підприємства «ЕСКО» велике значення має консультаційно-технічний супровід клієнтів. Задля забезпечення найвищої якості компанія здійснює:

- обов'язкову перевірку якості виготовленої продукції незалежною атестованою лабораторією «Тест-Сервіс»,
- має необхідні ліцензії та сертифікати якості заводів виготовлювачів,
- надає проф-консультації в будівельно-монтажних рішеннях,

- проводить натурні випробування на будівельних майданчика,
- Консультує монтажні і будівельні бригади з приводу правильного використання інструментів,
- проводить на об'єктах шеф-монтаж для контролю установки елементів кріплення,
- консультує проектні і архітектурні організації в галузі технічних рішень застосування інструментів,
- допомогу та консультацію в розрахунку елементів кріплення, доставку необхідного обладнання та інструментів в будь-якій кількості в будь-яку точку України.[16]

Основний вид діяльності ТОВ ВКП «ЕСКО» - оптова торгівля побутовими електротоварами.

А також:

- Оптова торгівля іншою технікою і обладнанням;
- Роздрібна торгівля електричними побутовими приладами в спеціалізованих магазинах;
- Інші види роздрібною торгівлі новими товарами в спеціалізованих магазинах;
- Ремонт машин і обладнання.

Зараз підприємство реалізовує понад 3000 видів інструментів і технічного обладнання. Серед торгової номенклатури наступне: викрутки акумуляторні, дрилі – шуруповерти, гайковерти, цвяхозабивачі, пістолети гарячого повітря, пістолети для змащення та герметика, пістолети клейові, рейсмуси, фарбопульти, молотки відбійні, багатофункціональний інструмент, набори електроінструментів, перфоратори, газонокосарки, пирососи садові, райдери, розкидачі добрив, снігоприбирачі, інструмент універсальний Multi-Tool, інструмент для монтажу і демонтажу, молотки, монтажні пістолети, кувалди, викрутки, степлери, сокири, парові щітки, пирососи автомобільні, пирососи акумуляторні, пирососи-електровіники, електрощітки, приладдя для парових щіток, бетонорізи, вібратори для

бетону, віброплити, віброрейки, вібротрамбовки, дрилі алмазного свердління, затиральні машини, компресори, нарізчики швів, системи свердлильні, верстати свердлильні, алмазні настільні пили, плиткорізи ручні, приладдя для вібраторів для бетону, аксесуари для бензинових двигунів, приладдя для затирочних машин, приладдя для віброплит, оливи та мастила, набори полотен для лобзиків, ножі для рубанків та рейсмусів, насадки полірувальні, патрони свердлильні, полотна для електропилки тощо. [17]

Продаж товару відбувається під зареєстрованою торгівельною маркою «ЕСКО». Дана торгівельна марка виступає єдиним офіційним представником і дилером таких брендів, як: DeWALT, BLACK+DECKER, STANLEY, BOSTITCH, EnerSol, SEQUOIA, CEDIMA, BOSCH, SOLO, STIGA, ALPINA.

Підприємство продовжує розвиватися на динамічному ринку, в умовах економічних негараздів, зростаючих загроз та небезпек та нових викликів з боку конкурентів. Головні конкуренти ТОВ «ЕСКО» є наступні: ТОВ «Арсенал» (Київ, Київська область), ТОВ «Нейл», ТОВ «Леотекс» (Західний регіон), ТОВ «Крептех», ТОВ «Ікстех» (Східний і Північно-Східний регіони), ТОВ «Грандметіз», ТОВ «Мегаболт» (Південний регіон), АТ «Солді».

Метою кожного підприємства є отримання прибутку. А головним Основне завданням всієї системи управління маркетингом є забезпечення виробництва тих товарів, що будуть привабливими на різних цільових ринках. Ефективність маркетингового менеджменту залежить і від діяльності маркетингового відділу, і від взаємодії та співпраці інших відділів підприємства. Також певний вплив на це мають і посередники, і, авжеж конкуренти. [17]

У ТОВ «ЕСКО» маркетингову діяльність здійснює відділ маркетингу та збуту, який і слідкує за товарною політикою, який виконує такі функції:

- надає організації необхідну маркетингову інформацію;



- проведення комплексу досліджень ринку, пов'язаних із попитом споживачів, пропозицією товарів постачальниками;
- аналіз та оцінка ситуації на ринку;
- формування продукту, ціна, рекламна політика організації;
- розробка стратегії продажу товарів;
- організація рекламних заходів та заходів для просування товарів та створення позитивного іміджу організації;
- розробка та впровадження політики збуту компанії;
- пошук оптових покупців, укласти з ними контракти та контролювати їх виконання
- організація оптової торгівлі товарами різними методами (з особистим підбором товарів представником покупця в торгових залах зразків, через мобільні склади, торгові агенти тощо.) ;
- діяльність з доставки товарів відповідно до укладених контрактів (визначення обсягів поставок, частоти поставок товарів, підготовка маршрутів та розкладів доставки товарів);
- реєстрація відвантаження та документація на відвантаження;
- управління запасами;
- організація складських операцій.

Важливу роль для компанії відіграє розробка асортиментної політики відділом маркетингу та збуту. Для формування асортименту на підприємстві ТОВ «ЕСКО» ретельно вивчається попит на вироблену продукцію. Аналіз даних попиту дозволяє скласти переліки приблизного асортименту, в яких вказується, які товари (види та сорти) повинні постійно знаходитися на складах. Дотримання цього списку дозволяє завжди мати на складі саме ті товари, що запитуються. Перевірка відповідності фактичного асортименту зазначеному в переліку проводиться постійно. Сегментування ринку - розбивка ринку на чіткі групи покупців, для кожної з яких можуть знадобитися окремі товари або комплекси маркетингу. [16]

Сегментування ринку дає можливість: по-перше, визначити найбільш

привабливі для підприємства сегменти ринку, по-друге, визначити і практично застосувати найбільш адекватні маркетингові інструменти для роботи з обраними сегментами.

#### Клієнтура:

- ринок споживачів — це економічно активне населення України, яке набуває продукції для власного використання, у випадку ТОВ «ЕСКО» - це жінки або чоловіки, які купують продукцію з метою використання її у побуті, робити ремонт тощо;

- ринок виробників — організації, які купують продукцію фірми для подальшого використання у виробництві, наприклад, будівництво різних споруд, будинків;

- ринок проміжних продавців — це організації, які купують товар для подальшого перепродажу з метою отримання прибутку (гуртові бази, приватні магазини тощо).

Оцінка сегменту ринку, яку займає фірма «ЕСКО», яка спеціалізується на виробництві і реалізації інструментів для дому та саду, тощо.

#### Демографічні:

- основними споживачами є люди 18+ років, переважно чоловіки;
- професія споживачів впливає на вибір товару;
- рівень доходу середній, високий.

#### Географічні:

- фірма працює на території України;
- чисельність населення - 43 мільйони;
- щільність населення - 71 осіб на 1км<sup>2</sup>;
- Україна розташована в помірному кліматичному поясі – важливий критерій при виборі матеріалу, з якого виготовлений виріб.

#### Психографічні:

- соціальний прошарок – споживачі із середнім рівнем достатку;

Особливості поведінки споживачів:

- емоційне відношення до користування - необхідне придбання.
- рівень випадковості користування - низький;
- рівень зацікавленості в користуванні - високий; Особливості

запитів споживачів:

- відносно характеру послуг - продукція повинна бути якісною;
- відносно методів реалізації - традиційні канали зв'язку.

Специфіка організації купівлі:

- отримання товару - одразу після оплати; у кредит – для великих підприємств, постійних клієнтів;
- взаємовідносини з споживачами - максимальне урахування побажань споживачів при підборі товару товару.

### РОЗДІЛ 3. УПРАВЛІННЯ ТОРГОВЕЛЬНОЮ ПОЛІТИКОЮ ВИРОБНИЧОГО ПІДПРИЄМСТВА ВРАХОВУЮЧИ ВИМОГИ ЄС

3.1 Сучасний стан торгівлі ЄС-Україна, проблеми виходу на нові ринки та основні вимоги ЄС до постачальників

ЄС є найбільшим торговим партнером України, на частку якого припадає 55,2% торгівлі товарами в 2022 році. Україна є 17-м найбільшим торговельним партнером ЄС, на яку припадає близько 1% загальної торгівлі товарами ЄС. Загальна торгівля товарами між ЄС та Україною сягнула 57,8 млрд євро у 2022 році, тобто торгівля товарами подвоїлася з моменту набуття чинності ПВЗВТ у 2016 році.

Експорт України до ЄС у 2022 році склав 27,6 мільярда євро, збільшившись на понад 15% порівняно з попереднім роком, завдяки «Шляхам солідарності», які допомагають Україні експортувати свою продукцію автомобільним, залізничним та внутрішнім водним транспортом після неспровокованого та невинуватого вторгнення Росії в Україну і блокування її морських портів. Основні статті експорту України до ЄС за вартістю становлять зернові культури (16,5% від загального експорту), насіння олійних культур (11,7%), тваринні або рослинні жири та олії (10,7%), залізо та сталь (9,3%), а також руди, олень і зола. (8,4%). У 2022 році Україна обігнала США як третє за величиною джерело імпорту агропродовольчої продукції ЄС.

Експорт ЄС в Україну у 2022 році становив 30,1 мільярда євро. Експорт ЄС в Україну зріс на 6,5% з 2021 року. Основним експортом ЄС в Україну є мінеральне паливо та мінеральні масла (20% усього експорту), автомобілі (9,7%), електричні машини (9,4%), машини (8,4%) і пластмаси (4,4%) [23].

ЄС є найбільшим торговим партнером України, на частку якого припадає 55,2% торгівлі товарами в 2022 році. Україна є 17-м найбільшим

торговельним партнером ЄС, на яку припадає близько 1% загальної торгівлі товарами ЄС. Загальна торгівля товарами між ЄС та Україною сягнула 57,8 млрд євро у 2022 році, тобто торгівля товарами подвоїлася з моменту набуття чинності ПВЗВТ у 2016 році.

Експорт України до ЄС у 2022 році склав 27,6 мільярда євро, збільшившись на понад 15% порівняно з попереднім роком, завдяки «Шляхам солідарності», які допомагають Україні експортувати свою продукцію автомобільним, залізничним та внутрішнім водним транспортом після неспровокованого та невиправданого вторгнення Росії в Україну і блокування її морських портів. Основні статті експорту України до ЄС за вартістю становлять зернові культури (16,5% від загального експорту), насіння олійних культур (11,7%), тваринні або рослинні жири та олії (10,7%), залізо та сталь (9,3%), а також руди, олень і зола. (8,4%). У 2022 році Україна обігнала США як третє за величиною джерело імпорту агропродовольчої продукції ЄС [24].

Експорт ЄС в Україну у 2022 році становив 30,1 мільярда євро. Експорт ЄС в Україну зріс на 6,5% з 2021 року. Основним експортом ЄС в Україну є мінеральне паливо та мінеральні масла (20% усього експорту), автомобілі (9,7%), електричні машини (9,4%), машини (8,4%) і пластмаси (4,4%).

Динаміка торгівлі товарами українських підприємств з ЄС представлена на рисунку 3.1

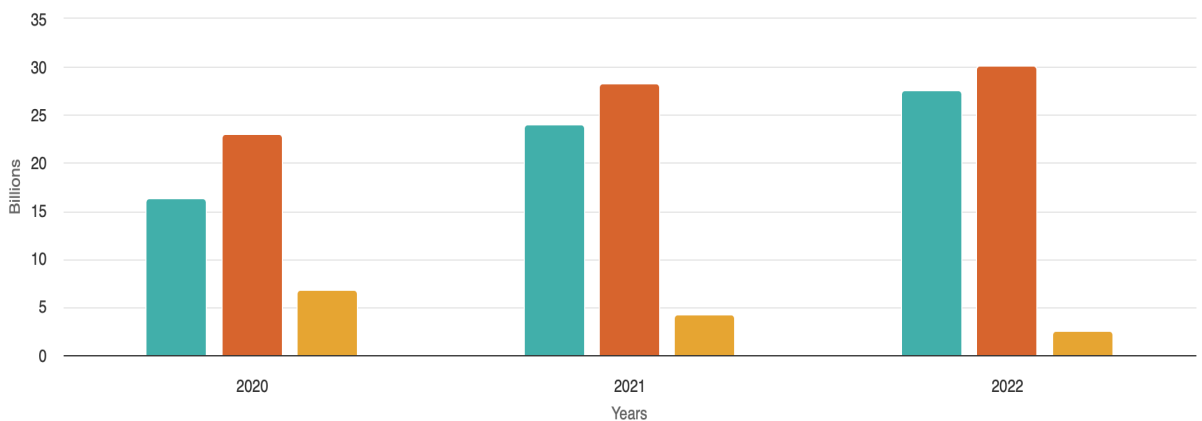


Рисунок 3.1 – Динаміка торгівлі товарами Україна-ЄС [33].

Як ми знаємо Поглиблена та всеосяжна зона вільної торгівлі між Україною та ЄС застосовувалась тимчасово з листопада 2014 року. З січня 2016 року Угода про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі (ПВЗВТ) запрацювала, вона знизила тарифи, з якими стикаються європейські компанії під час експорту до України. Угода сприяла полегшенню торгівлі, шляхом підвищення ефективності митних процедур і поступового наближення українського законодавства, правил і процедур, у тому числі стандартів, до законодавства ЄС. ПВЗВТ відкривала ринки для товарів і послуг з обох сторін на основі передбачуваних і застосованих правил торгівлі.

Угода про асоціацію зробила імпорту з України та експорту в Україну легшим і доступнішим для компаній ЄС, також надала низку переваг для бізнесу, таких як скасування тарифів, а також ефективно та швидко полегшення митного руху на міжнародних кордонах

ЄС є одним із найбільших торговельних партнерів України, а це означає, що існує кілька можливостей для імпорту та експорту з ЄС в Україну та навпаки [31].

Основними експортними товарами є сировина, така як залізо, сталь, продукція гірничодобувної промисловості, сільськогосподарська продукція, машини та хімічна продукція. Україна наразі працює над оптимізацією політики для користі малим підприємствам під час торгівлі з ЄС. Малі підприємства також можуть отримати підтримку від Флагманської ініціативи ЄС щодо МСП.

Угода між Україною та ЄС покращила конкурентоспроможність європейського бізнесу на українському ринку та навпаки. Загалом для торгівлі товарами угода скасувала більшість мит – ЄС: 98,1% та Україна: 99,1%.

У той час як значна частина тарифів на промислові товари була скасована, коли угода набула чинності, були узгоджені перехідні періоди для ряду товарних ліній. Угода вилучила 94,7% тарифних позицій.

Для деяких товарів ЄС скасування тарифів відбувалося поступово з наступними перехідними періодами (Таблиця 3.1)

Таблиця 3.1 - Перехідні періоди скасування тарифів для деяких товарів

№	Вид товару	Рік скасування тарифів
1	2	3
1	корисні копалини	2019
2	хімікати	2021
3	добрива	2023
4	вироби з деревини	2021
5	взуття	2021
6	вироби з міді	2021
7	вироби з алюмінію	2023
8	автомобілі та більшість автотранспорту	2023р

З набуттям чинності угодою 49,2% промислової продукції могли надходити в Україну без мита [26].

Планувалося, що до 2023 року частка лібералізованого Україною експорту з ЄС збільшиться до 96%. Це подальше поступове скасування мит стосується наступних товарних ліній:

- корисні копалини - 2023
- органічні хімікати - 2019
- добрива - 2019
- шини гумові - 2021р
- вироби зі шкіри - 2021
- текстиль типу головних уборів - 2019

Автомобільний сектор України також матиме перехідний період до 2026 року, який є результатом переговорів у СОТ у 2008 році.

Імпортні мита на більшість сільськогосподарських товарів, що імпортуються в ЄС, були знижені до нуля в 2016 році. Тарифні квоти

застосовуються для решти сільськогосподарських товарів, які не лібералізовані. Управління цими квотами здійснюється або в порядку черги, або через імпортні ліцензії.

Майже половина сільськогосподарських товарів в Україні була лібералізована, коли угода набула чинності, але для невеликої кількості товарів діє перехідний період до 2023 року.

Угода між Україною та ЄС забороняє використання експортних мит обома сторонами. Проте уряд України погодився до 2026 року поступово скасувати діючі експортні мита на певні товари, зокрема худобу та шкіряну сировину, насіння деяких видів олійних культур і види металу.

Для українського експорту передбачено спеціальний захисний механізм до 2031 року. Це означає, що Україні дозволено накладати надбавку на експортне мито кількох товарів, таких як шкіряна сировина, насіння соняшнику та види металу, сталі та міді, якщо , протягом річного періоду кумулятивний обсяг експорту з України до ЄС перевищує тригерний рівень.

Щодо інших бар'єрів у торгівлі Українських виробників з ЄС, то тут слід виділити наступні (Рисунок 3.2)

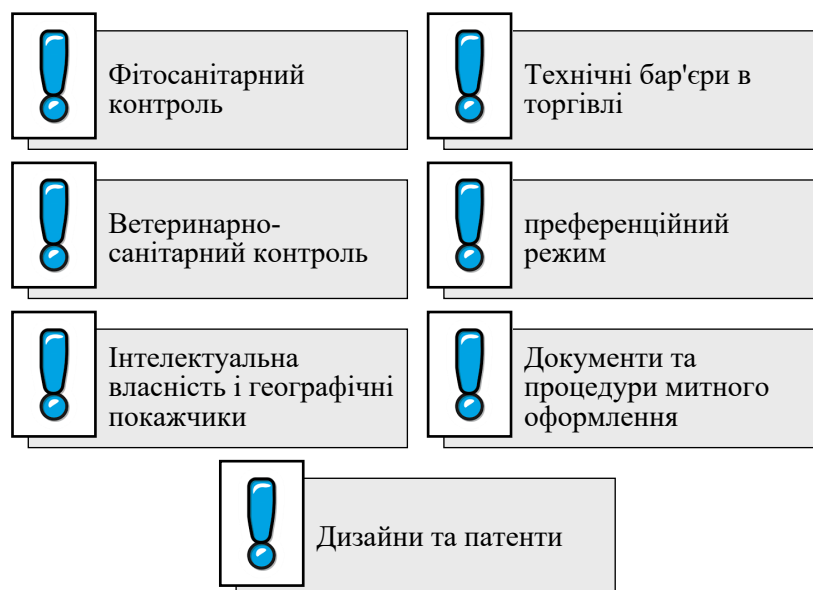


Рисунок 3.2 – Основні торговельні бар'єри, які застосовує ЄС до українських виробників [27]



Ветеринарно-санітарний контроль. Цей контроль спрямований на запобігання поширенню хвороб тварин. Ветеринарно-санітарний контроль, як правило, здійснюється при експорті, імпорті та транзиті тварин, репродуктивного матеріалу, біопрепаратів, патологічного матеріалу, ветеринарних препаратів, засобів догляду за тваринами, кормових добавок, преміксів, а також продуктів тваринного походження (включаючи м'ясні продукти, яйця, молоко, риба і мед).

Фітосанітарний контроль. Цей вид боротьби не тільки запобігає розповсюдженню шкідників, але й призначений для нагляду за карантинними режимами. Фітосанітарний контроль застосовується при експорті, імпорті та транзиті рослин і рослинної продукції (включаючи харчові продукти), упаковки, транспортних засобів, ґрунту та інших продуктів, які поширюють регульованих шкідників.

Технічні бар'єри в торгівлі. Хоча технічні правила є важливими, вони іноді можуть виступати в якості бар'єрів для міжнародної торгівлі і, таким чином, можуть бути значним тягарем для вас як експортера.

Документи та процедури митного оформлення. Угода забезпечує більш прозорі та спрощені митні процедури для полегшення торгівлі та зменшення витрат для бізнесу.

Документи. У покрокових посібниках описано різні типи документів, які необхідно підготувати для митного оформлення ваших товарів. Залежно від вашого продукту, митні органи можуть вимагати всі або деякі з наведених нижче елементів:

- комерційний рахунок-фактура (спеціальні вимоги до його форми та змісту див. у My Trade Assistant).
- пакувальний лист
- ліцензії на імпорт певних товарів
- сертифікати, які підтверджують, що ваш продукт відповідає обов'язковим нормам щодо продукції, таким як вимоги щодо здоров'я та безпеки, маркування та пакування.

- proof of origin - декларація про походження

Інтелектуальна власність і географічні покажчики. Угода захищає ваші права інтелектуальної власності під час імпорту та/або експорту ваших товарів в Україну.

Торгові марки та авторське право. Угода між Україною та ЄС відповідає декільком міжнародним угодам, які регулюють управління товарними знаками та авторським правом, забезпечуючи справедливу та прозору систему реєстрації торгових марок. Якщо адміністрація торговельної марки відхиляє заявку, про це рішення необхідно повідомити заявника в письмовій формі та вказати причини відмови. Торгова марка може бути анульована, якщо вона не використовувалася протягом 5 років на території, на якій вона була зареєстрована.

Дизайни та патенти. Згідно з угодою між Україною та ЄС ваші самостійно створені проекти, що мають індивідуальний характер, охороняються шляхом їх реєстрації на термін до 25 років. Це надасть вам виключне право на використання дизайну та заборонить третім особам використовувати, відтворювати, продавати чи імпортувати та/або експортувати його без вашої згоди.

Географічні зазначення. Спеціальний комітет з географічних індикаторів, створений відповідно до угоди ЄС-Україна, контролюватиме виконання угоди щодо інтелектуальної власності та звітуватиме перед Комітетом з питань торгівлі.

Торгові марки. Заявки на торговельну марку слід подавати до Українського інституту інтелектуальної власності (УІВ), який є державним підприємством [24].

Щоб мати право на преференційний режим, ваш продукт повинен відповідати правилам походження згідно з угодою. Походження – це «економічна національність» товарів, що продаються. Якщо ви новачок у цій темі, ви можете знайти вступ до основних понять у розділі товарів.

Правила походження. Правила походження, що застосовуються згідно з Угодою про асоціацію з Україною, є правилами Конвенції РЕМ (Регіональна конвенція про Пан-Євро-Середземноморські преференційні правила походження).

Конвенція РЕМ про правила походження спрямована на встановлення спільних правил походження та кумуляції між 25 Договірними сторонами (ЄС, ЄАВТ, балканськими країнами та партнерами ЗВТ у південному та східному регіоні сусідства ЄС) та ЄС для сприяння торгівлі та інтеграції ланцюги поставок в межах зони.

Чи походить мій продукт з ЄС чи України відповідно до Конвенції РЕМ? Щоб ваш продукт відповідав вимогам нижчого або нульового пільгового тарифу відповідно до Конвенції РЕМ, він має походити з ЄС або України [24].

Продукт також має відповідати всім іншим застосовним вимогам, зазначеним у розділі, таким як недостатня обробка чи обробка або правило прямого транспортування. Існують також деякі додаткові гнучкості, які допоможуть вам дотримуватися правил для конкретних продуктів, наприклад, толерантність або кумуляція.

Приклади основних типів правил щодо окремих продуктів у торговельних угодах ЄС.

- правило доданої вартості – вартість усіх матеріалів іншого походження в продукті не може перевищувати певний відсоток його ціни франко-завод;

- зміна тарифної класифікації – виробничий процес призводить до зміни тарифної класифікації між матеріалами іншого походження та кінцевим продуктом – наприклад, виробництво паперу (розділ 48 Гармонізованої системи) з целюлози іншого походження (розділ 47 Гармонізованої системи);

- специфічні операції – необхідний певний виробничий процес, наприклад, прядіння волокон у пряжу – такі правила в основному

використовуються в текстильній промисловості, швейній промисловості та хімічній промисловості.

Якщо Європейський парламент і Рада приймуть директиву CSDD, українські експортери підпадають під дію низки правил, спрямованих на виявлення та зменшення негативного впливу на права людини та навколишнє середовище під час торгівлі з ЄС.

Директива опосередковано вимагатиме від українських компаній, які торгують на внутрішньому ринку ЄС:

(1) Впроваджувати внутрішню політику належної перевірки, включаючи аудит і моніторинг фактичного та потенційного несприятливого впливу економічної діяльності на права людини та навколишнє середовище;

(2) У разі несприятливих наслідків вжити відповідних заходів, включаючи виплату збитків постраждалим;

(3) Взаємодіяти з компетентними регуляторними органами ЄС для забезпечення повної відповідності новим правилам CSDD [18].

Угода надає додаткову гнучкість, щоб допомогти вам дотримуватися правил для конкретного продукту, таких як толерантність або кумуляція.

Толерантність - правило допуску дозволяє виробнику використовувати матеріали іншого походження, які зазвичай заборонені правилом для конкретного продукту, на суму до 10% від ціни продукту франко-завод. Цей допуск не може бути використаний для перевищення будь-якого максимального порогу вартості матеріалів іншого походження, перелічених у правилах для конкретних продуктів.

Спеціальні допуски застосовуються до текстильних виробів та одягу, класифікованих у групах HS з 50 по 63, які включені до приміток 5 та 6 додатку I «Вступні примітки до списку в додатку II»

Кумуляція - Конвенція РЕМ передбачає два способи кумулятивного походження. Двостороння кумуляція - матеріали, що походять з України, можуть вважатися такими, що походять з ЄС (і навпаки), якщо використовуються у виробництві продукту в ЄС.

Діагональна кумуляція - матеріали, що походять з однієї Договірної сторони Конвенції РЕМ, можуть вважатися такими, що походять з іншої Договірної сторони, коли оцінюється, чи походить кінцевий продукт, щоб отримати переваги від преференційного доступу при експорті до третьої Договірної сторони в межах Пан-Євро-Серединоземної зони. — діагональна кумуляція застосовується лише в тому випадку, якщо між усіма зацікавленими Договірними сторонами діє торгова угода, і ці країни застосовують однакові правила походження

Інші вимоги. Продукт також має відповідати всім іншим застосовним вимогам, зазначеним у Конвенції, таким як недостатня обробка або переробка або правило прямого транспортування.

Правило прямого транспортування. Продукція з походженням повинна транспортуватися з ЄС в Україну (і навпаки) або через території Договірних сторін, з якими застосовується кумуляція, без подальшої обробки в третій країні.

Деякі операції можуть проводитися в третій країні, якщо продукти залишаються під митним наглядом, наприклад:

- розвантаження
- перезавантаження
- будь-яка інша операція, призначена для збереження продуктів у хорошому стані.

Докази того, що ці умови були виконані, повинні бути надані митним органам країни-імпортера шляхом пред'явлення єдиного транспортного документу (наприклад, коносамент), який охоплює проїзд із країни-експортера через третю країну, через яку пройшов товар. Або сертифікат, виданий митними органами третьої країни, через яку ви перевозите свій товар за їх відсутності будь-які підтверджуючі документи.

Недолік мита. Відповідно до Конвенції РЕМ у торгівлі між ЄС та Україною неможливо отримати відшкодування попередньо сплачених мит

на матеріали іншого походження, які використовуються для виробництва товару, який експортується за преференційним тарифом.

Процедури походження. Експортери та імпортери повинні дотримуватися процедур походження. Процедури викладені в Розділі V про підтвердження походження та Розділі VI про домовленості про адміністративну співпрацю. Вони уточнюють напр. як задекларувати походження товару, як вимагати преференцій або як митні органи можуть перевірити походження товару.

Як отримати пільговий тариф. Щоб скористатися пільговим тарифом, імпортери повинні надати підтвердження походження.

Підтвердження походження може бути будь-яким:

- сертифікат переміщення EUR.1 або EUR-MED, або
- декларацію про походження або декларацію про походження EUR-MED

Підтвердження походження дійсне протягом 4 місяців з дати видачі.

Сертифікати переміщення EUR.1 або EUR-MED видаються митними органами країни-експортера.

Експортер, який подає заявку на сертифікат, повинен бути готовий подати документи, що підтверджують статус походження відповідної продукції.

Декларація про походження або декларація про походження EUR-MED. Експортери можуть самостійно задекларувати, що їхній продукт походить з ЄС або Договірної сторони Конвенції РЕМ, надавши декларацію про походження. Декларація про походження може бути зроблена затвердженим експортером - будь-який експортер, якщо загальна вартість партії не перевищує 6000 євро [29].

Щоб декларацію про походження, експортер повинен набрати, поставити печатку або надрукувати таку заяву на рахунку-фактурі, накладній або іншому комерційному документі, що ідентифікує продукт: «Експортер продуктів, на які поширюється цей документ (митний дозвіл №

...), заявляє, що, якщо не вказано інше, ці продукти мають ... преференційне походження».

Декларація про походження може бути зроблена будь-якою офіційною мовою ЄС або офіційними мовами в зоні РЕМ, як зазначено в Додатку IV (заява щодо кумуляції завжди має бути англійською). Виробник повинен підписати свою декларацію про походження від руки. Якщо ви є схваленим експортером, ви звільняєтеся від цієї вимоги за умови, що ви даєте своїм митним органам письмове зобов'язання взяти на себе повну відповідальність за будь-яку декларацію, яка ідентифікує вас.

Перевірка походження. Митні органи можуть перевірити, чи імпортований продукт справді має походження чи відповідає іншим вимогам походження. Перевірка базується на адміністративному співробітництві між митними органами сторін-імпортерів та експортерів. Перевірки місцевої митниці - візити сторони-імпортера до експортера не допускаються. Органи влади сторони-експортера роблять остаточне визначення походження та інформують органи влади сторони-імпортера про результати [28].

Вимоги до продукції. Технічні правила та вимоги.т Угода між Україною та ЄС передбачає гармонізацію законодавства, стандартів і процедур оцінки відповідності між Україною та ЄС. Таким чином, виробники з України мають відповідати лише одному набору вимог, щоб їхня продукція була розміщена на ринку як ЄС, так і України.

Призупинення імпорتنих мит, квот і заходів торгового захисту щодо українського експорту до Європейського Союзу – відомих як автономні торговельні заходи (АТМ) – діють ще на рік. Це потужне свідчення непохитної підтримки ЄС з боку України допоможе полегшити складну ситуацію, в якій опинились українські виробники та експортери через неспровоковану та невиправдану військову агресію Росії.

ЄС поступово скасовує до 15 вересня 2023 року виняткові та тимчасові запобіжні заходи, ухвалені 2 травня 2023 року щодо імпорту

пшениці, кукурудзи, насіння ріпаку та соняшнику з України під винятковими гарантіями Регламенту про автономні торговельні заходи. Обсяг цих заходів додатково скорочується з 17 до 6 тарифних позицій для 4 продуктів, які охоплюються. Ці тимчасові та цілеспрямовані заходи були прийняті через логістичні вузькі місця щодо цих продуктів у Болгарії, Угорщині, Польщі, Румунії та Словаччині та за умови, що країни-члени не збережуть жодних обмежувальних заходів. Поетапна відмова дозволить значно покращити шляхи Солідарності та вирішити проблеми з вивезенням українського зерна з країни для цього врожаю.

Ці заходи залишаються необхідними протягом обмеженого періоду часу, враховуючи виняткові обставини серйозних логістичних вузьких місць і обмежених можливостей зберігання зерна напередодні сезону збору врожаю, який спостерігається в п'яти державах-членах. Згідно з домовленістю, створено Спільну координаційну платформу для координації зусиль Комісії, Болгарії, Угорщини, Польщі, Румунії та Словаччини, а також України для покращення потоку торгівлі між Союзом та Україною, включаючи транзит сільськогосподарської продукції. уздовж коридорів. Виконавчий віце-президент Валдіс Домбровскіс очолює цей процес на політичному рівні. Перша стартова зустріч цієї координаційної платформи відбулася на технічному рівні 2 червня [26].

Якщо транзиту українських товарів перешкоджають надмірно обтяжливі вимоги в одній або кількох із п'яти держав-членів, Комісія переоцінить, чи залишаються істотні умови для застосування цих превентивних заходів.

Ці виняткові та тимчасові заходи повною мірою відповідають рішучому зобов'язанню ЄС підтримувати Україну та зберігати її спроможність експортувати її зерно, яке має вирішальне значення для того, щоб нагодувати світ і підтримувати низькі ціни на продовольство, перед обличчям викликів, спричинених неспровокованою російською агресією проти України та його цивільні особи.



Діючи з 4 червня 2022 року банкомати для лібералізації торгівлі з Україною позитивно вплинули на торгівлю України з ЄС. Разом із Solidarity Lanes банкомати забезпечили збереження торговельних потоків з України до ЄС у 2022 році, незважаючи на збої, спричинені війною, і всупереч загальній тенденції значного зменшення торгівлі України в цілому.

Будучи односторонніми та тимчасовими за своєю природою, банкомати значно розширюють сферу тарифної лібералізації в рамках Поглибленої та всеосяжної зони вільної торгівлі між ЄС та Україною (ПВЗВТ) шляхом призупинення всіх непогашених мит і квот, а також мит на антидемпінгові та захисні заходи щодо українських імпорту у скрутну годину України.

Виняткові та тимчасові запобіжні заходи щодо ввезення з України обмеженої кількості товарів набули чинності 2 травня 2023 року та діяли до 5 червня 2023 року [26].

3.2 Практичні рекомендації українським виробникам, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС

Українські компанії та їхні дочірні компанії, які торгують в ЄС і отримують державну допомогу, можуть бути зобов'язані надати відповідну інформацію слідчим органам і провести аудит і незалежний аналіз того, чи субсидії, які вони отримують, спотворюють торгівлю.

Враховуючи потенційні наслідки застосування вищезазначених інструментів, можна зробити висновок, що внаслідок тимчасового послаблення умов торгівлі з'явилися нові бар'єри для торговельної діяльності українських підприємств на європейському ринку.

Тим не менш, наші торговельні партнери в ЄС не відмовилися від права відстоювати свої національні інтереси шляхом запровадження відповідних обмежень у сфері міжнародної торгівлі, тому Україна, як

країна-кандидат на вступ до ЄС, має дотримуватись та виконувати ці обмеження, щоб уникнути торговельних обмежень вплив заходів [18].

З початку повномасштабної війни з Росією рік тому ЄС став пріоритетом важливості збереження економіки України. Продовження лібералізації торгівлі ще на один рік свідчить про нашу непохитну підтримку в допомозі Україні зберегти її торговельну позицію з рештою світу, одночасно з подальшим поглибленням її торгових відносин з ЄС. Ми також поступово скасовуємо тимчасові запобіжні заходи щодо імпорту пшениці, кукурудзи, насіння ріпаку та соняшнику з України, і ми створили координаційну платформу для значного покращення шляхів солідарності ЄС, щоб уникнути вузьких місць, пов'язаних з торгівлею. Європейська комісія без вагань діятиме, якщо національні заборони на торгівлю не дозволять українським сільськогосподарським товарам дістатися до країн, де вони потрібні [26].

Як впливає невизначеність торговельної політики на ефективність торговельної діяльності виробничого підприємства можна побачити на рисунку 3.3



Рисунок 3.3 - Внутрішній механізм невизначеності торговельної політики, що впливає на ефективність ланцюга поставок підприємства

Розробка стратегії міжнародної торгівлі може бути серйозною справою для бізнесу будь-якого розміру. Таким чином, розробка для малого бізнесу створює кілька унікальних проблем. Суть будь-якої глобальної стратегії торгівлі має зосереджуватися на семи ключових концепціях:

- Потужні пропозиції Будь-який успішний план міжнародної торгівлі повинен починатися з високоякісного унікального продукту.

- Ринкові можливості. Побудова глобальної стратегії означає проведення широкого дослідження ринку.

- Логістичні ланцюги поставок. Розглядання ланцюжка поставок, такі як управління та логістика, набувають все більшого значення під час вступу в глобальну торгівлю.

- Відповідність міжнародному праву. Юридичні міркування щодо міжнародної торгівлі можуть включати три різні набори правил і норм: внутрішні закони країни, у якій базується, закони країни, де ви збираєтеся відкрити магазин, і міжнародні закони, які регулюють світову торгівлю.

- Стратегічне партнерство

Знайти місцевих партнерів, які допоможуть з логістикою та продажами «останньої милі», також є ключовим.

- Місцеві ресурси

Налагоджуючи зв'язки з місцевими організаціями, не забувайте про місцеві ресурси, які можуть допомогти вам у досягненні міжнародних амбіцій.

Будь-яка міжнародна торгова стратегія настільки сильна, наскільки сильна команда, яка за нею стоїть. Співробітники вашої компанії потребують чітких, практичних вказівок, щоб успішно вивести ваш бізнес на нові ринки. Наймання потрібних талантів — в ідеалі — кандидатів із досвідом роботи з експортом — і сприяння внутрішньому зростанню можуть полегшити реалізацію амбітної, потенційно капіталомісткої ініціативи.

Тож подальший шлях: що повинні робити промислові виробники, щоб орієнтуватися в зміні торгової політики?

Промислові виробники повинні мати всеохоплюючу довгострокову стратегію, яка допоможе створити стійкість до змін умов торгівлі (рис. 3).

Керівники бізнесу очікують перенаправити свою енергію на вдосконалення бізнесу та зосередитися на прийнятті стратегічних рішень, які сприятимуть довгостроковому зростанню. Нижче наведено п'ять основних підходів, які можна розглянути, які можуть підвищити стійкість і підготуватися до мінливого ландшафту глобальної торгівлі (Рисунок 3.4)

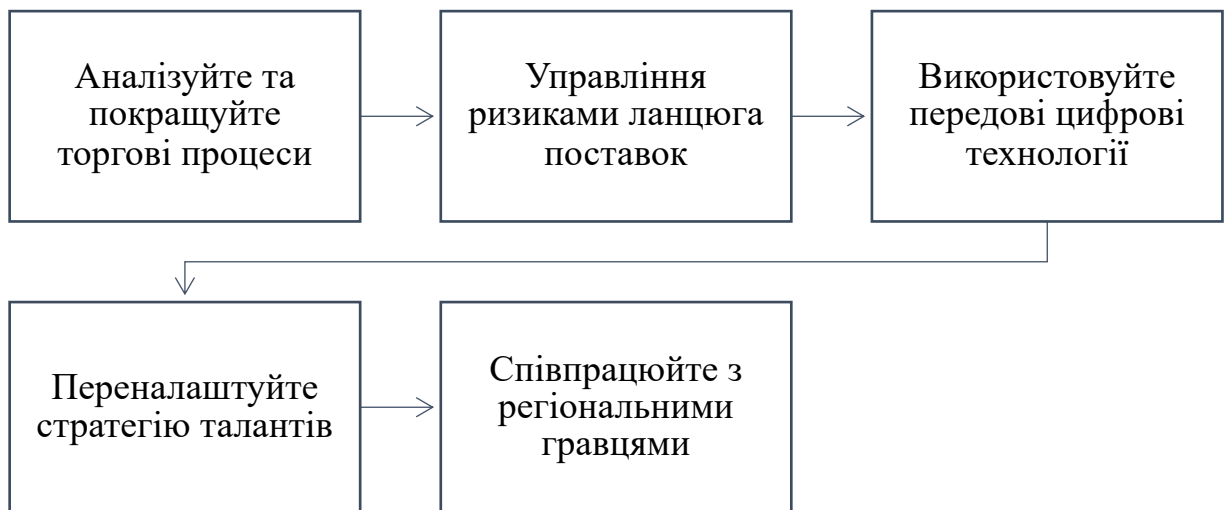


Рисунок 3.4 - Всеохоплююча довгострокова стратегія, стійкості підприємства до зміни торговельних умов.

1) Аналізуйте та вдосконалюйте торгові процеси, оскільки очікується, що виробники, які займаються глобальною торгівлею, продовжуватимуть стикатися з лабіринтом складних правил імпорту та експорту. Щоб забезпечити відповідність вимогам і отримати вигоду від можливостей економії коштів, їх потрібно ретельно використовувати. Виробники можуть впоратися з глобальними торговельними ризиками, водночас керуючи операційною ефективністю та ефективністю використання ресурсів шляхом оптимізації торговельних процесів і

автоматизації дотримання торгових норм. Стандартизація та автоматизація процесів можуть, серед іншого, забезпечити міцнішу основу для досягнення потенційних переваг від спеціальних торгових програм, доступних у всьому світі. Ефективна інтеграція процесів імпорту та експорту в загальні бізнес-цілі, податкове планування та ланцюг поставок управління може мати вирішальне значення для успіху виробника.

2) Управляйте ризиками ланцюга постачання, відкриваючи нові канали постачальників і зосередження на стратегічній діяльності з пошуку джерел, включаючи географічну концентрацію постачальників. Щоб подолати вплив торговельних заходів (підвищення тарифів), виробникам слід розробити альтернативні джерела поставок. Потенційний вплив на норму прибутку торговельних обмежень спонукає більшість виробників шукати варіанти зниження витрат на сировину за рахунок поставок з інших регіонів і адаптації до нових торгових шляхів. Опитування Deloitte серед промислових лідерів показало, що 56 відсотків лідерів промисловості погодилися з тим, що виробники, ймовірно, будуть «виходити з іншого регіону», щоб пом'якшити нестабільність торгівлі. Крім того, виробники повинні вимірювати рівень ризику для важливих постачальників і компонентів, а також розвивати гнучкість, щоб змінювати рівень запасів у періоди збоїв. Зокрема, виробники повинні розглянути можливість пом'якшення окремих точок відмови шляхом розвитку відносин із малими та середніми фірмами-постачальниками, включаючи надання підтримки та доступу до фінансування.

3) Використовуйте передові цифрові технології для підвищення продуктивності та оптимізації бізнес-операцій. Автоматизація внутрішніх процесів і оптимізація робочих процесів, впровадження інтелектуальних систем управління та використання аналітики даних для прийняття керованих даними рішень могли б допомогти виробникам краще підготуватися до боротьби з невизначеністю в торгівлі. Наприклад, оператори вантажних перевезень, логістики та ланцюгів постачання

використовують цифрові інструменти для автоматизації повторюваних завдань. United Parcel Service Inc., наприклад, використовує платформу для розрахунку найефективнішого маршруту доставки для своїх водіїв, які зазвичай роблять у середньому 120 зупинок на день.

4) Переналаштуйте стратегію талантів, щоб врахувати потреби робочої сили щодо збільшення виробництва та розвитку цифрових навичок, які потрібні сьогодні та в майбутньому. Талант і навчання залишаються основними сферами уваги для більшості виробників і оцінюються як головний виклик для зростання в майбутньому. У цьому контексті лідери виробництва, можливо, захочуть переглянути свою стратегію талантів, інвестуючи в навчання та розвиток своєї робочої сили з навичками, необхідними у часи, коли виробництво має бути перенесено, особливо тими технічними та цифровими навичками, які, як очікується, будуть необхідні для ефективної конкуренції в майбутнє. Виробники можуть розглянути можливість створення базових таборів для навчання та підвищення кваліфікації талановитих працівників у нових регіонах, де працівники ще не мають технічних навичок для передового виробництва. Наприклад, Bosch Rexroth і Singapore Polytechnic відкрили дві навчальні лабораторії в кампусі останнього, щоб навчати учасників використанню Інтернету речей (ІТ) у виробництві. Завдяки моделюванню передових виробничих процесів на зменшеній системі розумної фабрики учасники спробують використовувати пристрої ІТ для збору та аналізу даних датчиків для покращення виробничих процесів.

5) Співпрацюйте з регіональними гравцями, щоб створити можливості для перенесення виробничих потужностей, коли це необхідно. Наприклад, Harley-Davidson Inc. співпрацює з місцевим виробником у Китаї, щоб створити свій найменший мотоцикл за десятиліття для ринку, що швидко зростає, розширюючи стратегію виробництва мотоциклів за межами Сполучених Штатів. Стратегія партнерства з провідними

місцевими гравцями в ключових виробничих регіонах надає промисловим виробникам гнучкість для адаптації до змін геополітики та змін у торгівлі.

Програмне забезпечення Global Trade Management автоматизує відповідність нормативним вимогам торгівлі, управління митними зборами, митну документацію та митні документи для товарів, що відправляються та продаються через кордон. Основні компоненти наскрізного програмного рішення для відповідності торгівлі включають належну перевірку, підготовку та подання митних документів, управління митами та нормативний торговий контент. Ці основні компоненти можна використовувати в процесах імпорту та експорту.

Повна актуальна інформація про торговельні норми та правила — нормативний торговельний зміст — є основою для ефективного управління торгівлею та відповідності, незалежно від того, експортує компанія, імпортує чи те й інше. Зміст регулювання торгівлі варіюється від митних тарифів, які використовуються для класифікації товарів, до ставок мита, необхідних для розрахунку витрат на землю, і правил експортного контролю, які визначають, чи може компанія законно завершити операцію.

Збір, очищення та публікація торгового вмісту є складним процесом, ускладненим кількістю залучених країн і державних установ, відмінностями в торгових режимах, різними форматами та швидкими змінами правил. Підтримка точного торговельного контенту є важливою для ефективних і дієвих процесів дотримання торгових норм [37].

Скринінг Due Diligence. Уряди в усьому світі публікують сотні часто оновлюваних списків осіб, організацій та організацій, яким заборонено здійснювати операції в певних юрисдикціях. Визначати вручну, чи позначено партнера, клієнта чи контактну особу як сторону з обмеженим доступом, займає багато часу, є неефективним і ненадійним. Угоди з цими сторонами, навіть ненавмисно, можуть призвести до великих штрафів і корпоративного ризику.

Додатки для перевірки належної обачливості, які також називають обмеженою перевіркою сторін або перевіркою заборонених сторін, надають компаніям надійний спосіб ретельно перевірити партії, товари та пункти призначення на відповідність сотням державних списків, щоб захистити бізнес від економічного та репутаційного ризику.

Використання угод про вільну торгівлю (ЗВТ), відшкодування мита та програм відстрочення сплати мита є чудовим способом зменшити або усунути витрати на імпорт. Але кваліфікація продуктів для кожної відповідної ФТА та керування процесом подання вимагає експертних знань, яких більшість компаній не мають у своїй діяльності.

Щоб скористатися угодами про вільну торгівлю, імпортери повинні отримати інформацію про продукт від партнерів по ланцюгу поставок і визначити, які продукти відповідають правилам походження для кожної торгової угоди. Подібним чином митні склади та зони вільної торгівлі (ЗВТ) допомагають імпортерам відстрочити або повернути свої мита. Тим не менш, програмами важко керувати вручну, і аутсорсинг може швидко переважити потенційні фінансові вигоди. Програмне забезпечення для керування обов'язками, таке як додаток Duty Management від e2open, може вирішити ці проблеми та допомогти компаніям оптимізувати переваги всіх відповідних програм зниження мита.

Шість головних переваг програмного забезпечення для управління торговельною політикою.

Програмне забезпечення для управління торговельною політикою підприємства (TRM) допомагає компаніям орієнтуватися в складних викликах торгівлі та визначати потенційну економію мита для підвищення маржі та збільшення прибутку. Коли процеси торгівлі узгоджені та інтегровані з процесами управління постачальниками, закупівлями, логістикою та іншими процесами ланцюга поставок, переваги рішень TRM збільшуються ще більше.

#### 1. Зменшення ризику



Програмне забезпечення ТРМ допомагає компаніям уникнути штрафів і мінімізувати репутаційний ризик, створюючи точні та ефективні торговельні процеси, підкріплені комплексним нормативним торговим контентом.

## 2. Покращена відповідність

Рішення для управління торгівлею допомагають забезпечити відповідність правилам і нормам, що постійно змінюються, завдяки доступу до актуальних нормативних даних і інформації та автоматизації перевірки обмежених сторін, створення документів, керування обов'язками та подання документів.

## 3. Економія мита

Програми ТРМ оптимізують економію мита, визначаючи всі відповідні програми зниження мита, податків і тарифів і автоматизуючи керування відстрочками та відшкодуваннями. Повністю використовуйте митне складування ЄС, зони зовнішньої торгівлі США (ЗВТ) і програми повернення мита, серед іншого. Деякі компанії можуть скоротити мито вдвічі за допомогою програмного забезпечення ТРМ.

## 4. Зменшення затримок на кордоні

Глобальні програмні рішення для управління торгівлею допомагають компаніям пришвидшити імпорт і експорт, уникаючи помилок або упущень у деклараціях, електронного подання повної, точної митної документації та сприяючи співпраці з постачальниками, брокерами, перевізниками та експедиторами [37].

## 5. Підвищення ефективності торгових операцій

Програмне забезпечення ТРМ створює повторювані торговельні процеси, автоматизує створення та подання документів, а також звільняє персонал торгових операцій, щоб зосередитися на діяльності з вищою вартістю, де потрібен їхній досвід.

## 6. Конкурентна перевага та можливості розширення

Компанії, які використовують програмне забезпечення Trade Policy Management, можуть збільшити маржу за рахунок зниження мита та тарифів. Крім того, дані про мита та тарифи можна використовувати для виявлення нових ринкових можливостей і оптимізації майбутньої економії мита при складанні планів пошуку та виробництва.

Набір додатків e2open Trade Policy Management допомагає компаніям набуту гнучкості, щоб швидко реагувати на непередбачувані нормативні умови, підтримувати відповідність, зменшувати мита та керувати торговими ризиками.

Набір є частиною підключеної платформи ланцюга поставок e2open і використовується для ефективного планування, виконання та адміністрування глобальної торгівлі, що підтримується найповнішою у світі базою даних нормативних актів і правил ведення бізнесу, яка охоплює 98% світової торгівлі. Програмне забезпечення автоматично застосовує ці регулятивні правила до всіх транскордонних транзакцій, зменшуючи ризики невідповідності, такі як затримки на кордоні, штрафи, втрата торгових привілеїв і кримінальна відповідальність. Організації також отримують можливість мінімізувати витрати на сплату мита та прискорити імпорт та експорт завдяки доступу до потужної мережі глобальних торгових партнерів e2open [37]. E2open надає все, що потрібно компаніям для ефективного управління торгівлею на одній платформі.

## ВИСНОВКИ

Зовнішня політика охоплюють різні способи, якими країна прагне просувати та захищати власні інтереси на міжнародному рівні. Вона часто безпосередньо зосереджена на сприянні торгівлі через міжнародні кордони, включаючи зниження імпорتنих та експортних тарифів і сприяння інвестиціям у міжнародну торгівлю. У разі суперечок з країнами ці угоди можуть бути призупинені або, в крайньому випадку, можуть бути накладені ембарго, які повністю обмежують торгівлю.

Закордонні справи також можуть бути спрямовані на інші сфери міжнародного співробітництва, такі як зміна клімату, права людини та збройні конфлікти. Однак це майже завжди матиме наслідки для міжнародної торгівлі, оскільки торговельні угоди дуже часто використовуються як інструмент переговорів під час укладання міжнародних угод з цих питань.

Ділові ринки, на яких підприємства торгують сировиною, ресурсами та комплектуючими, можуть зазнавати значних змін у результаті внутрішньої та міжнародної політики. Це може бути наслідком як прямих наслідків політичних рішень, так і наслідків невизначеності чи спекуляцій щодо політичних питань.

Зміни в торговельній політиці, наприклад, можуть змінити вартість сировини та тарифи на імпорт і експорт, яким вони підлягають. Це змінить їх ціну та прибутковість на бізнес-ринках і може призвести до спроб пошуку альтернативних джерел або матеріалів. Політична невизначеність також може спричинити нестабільність для ділових ринків.

У першому розділі було наведено теоретичне трактування торговельної політики ЄС та особливості виходу на європейський ринок. Тут було зазначено основні засади збутової діяльності підприємства та спільної торговельної політики ЄС. Також розкрито особливості відкритого ринку Європейського Союзу та його принципів функціонування. Було

також наголошено на важливості євроінтеграційних процесів та нових можливостей для нашої держави.

Другий розділ було присвячено аналізу торгівельної політики виробничого підприємства у контексті євроінтеграції, а саме: проаналізовано експортну діяльність Україна-ЄС до підписання Угоди про асоціація та досліджено торговельну політику виробничого підприємства ТОВ «ЕСКО».

А ось в третьому розділі були зазначені особливості управління торговельною політикою виробничого підприємства враховуючи вимоги Європейського Союзу, досліджено сучасний стан торгівлі ЄС-Україна, та виокремлено основні проблеми виходу на нові ринки та основні вимоги ЄС до постачальників. Нарешті, було наведено практичні рекомендації українським виробникам, щодо управління торговельною політикою задля полегшення виходу на ринок ЄС. Було запропоновано не лише розробляти нову, деталізовану стратегію розвитку торговельної політики, а ще й запроваджувати програмне забезпечення Trade Policy Management, яке дасть змогу збільшити маржу за рахунок зниження мита та тарифів, а дані про мита та тарифи можна буде використовувати для виявлення нових ринкових можливостей і оптимізації економії тарифів у майбутніх планах закупівель і виробництва. В комбінації з набором додатків для управління торговою політикою e2open (TPM) дасть підприємствам можливість швидко реагувати на непередбачувані нормативні умови, підтримувати відповідність, знижувати тарифи та керувати торговими ризиками.

## ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Шнирков О.І. Спільна торговельна політика Європейського Союзу. Матеріали для лекцій. 2019. URL : [https://e-learning.iir.edu.ua/pluginfile.php/5070/mod\\_book/chapter/](https://e-learning.iir.edu.ua/pluginfile.php/5070/mod_book/chapter/) (дата звернення: 20.09.2023)
2. Міщенко А.П. Стратегічне управління: Навч. посіб. Київ: «Центр навчальної літератури», 2004. 336 с.
3. Головні принципи організації торговельної політики ЄС. URL : <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/> (дата звернення: 20.09.2023)
4. Могилова А. Ю., Шибун М. О., Управління асортиментом торгового підприємства. Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». 11.07.2019. URL : [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6\\_2020/5.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/6_2020/5.pdf) (дата звернення: 20.09.2023)
5. Хринюк О.С., Ганіч С.С. Торговельна політика підприємств: стратегії виходу на зовнішній ринок. Економіка та суспільство. Вип.40. 2022. URL : <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1447/1392> (дата звернення: 20.09.2023)
6. Харчук Т. В. Шляхи виходу підприємств на зовнішній ринок. Актуальні проблеми економіки. 2019. № 8(98). С. 12–16.
7. Кравчук Н. Я. Дивергенція глобального розвитку: сучасна парадигма формування геофінансового простору. Київ : Знання, 2020. С. 782.
8. Козлова Н. А. Інструменти smm – маркетинг як драйвери просування суб'єктів сфери horeca в умовах скорочення бюджетів. Інновації, технології, наука. Збірник статей міжнародної науково-практичної конференції: у 4 частинах. 2019. С. 121–129.
9. Максимова Т. Г., Шевчук О. А. Моніторинг розвитку приватно-державного партнерства у сфері вищої освіти. Проблеми економіки та управління у торгівлі та промисловості. 2018. С. 26.

10. Зайцева Н.О., Бабій О.М. Конкуренентоспроможність держави: досвід України. Європейський вектор економічного розвитку. 2009. № 2 (7). С. 51-58
11. Експертна доповідь Україна в 2007 році: внутрішнє і зовнішнє становище та перспективи розвитку. URL : [https://niss.gov.ua/sites/default/files/2007-03/Exp-Officia\\_final-0106f.pdf](https://niss.gov.ua/sites/default/files/2007-03/Exp-Officia_final-0106f.pdf) (дата звернення: 20.09.2023)
12. БІЗНЕСНАВІГАТОР Науково-виробничий журнал №3(35) 2014. URL : [http://business-navigator.ks.ua/journals/2014/35\\_2014/35\\_2014.pdf](http://business-navigator.ks.ua/journals/2014/35_2014/35_2014.pdf) (дата звернення: 23.09.2023)
13. Зовнішня торгівля України: XXI століття [Текст] : монографія / А.А. Мазаракі, Т.М. Мельник, Н.О. Іксарова [та ін.] ; за заг. ред. А.А. Мазаракі. – Київ : Київ. нац. торг.- екон. ун-т, 2016. – 600 с.
14. Шипуліна Ю. С., Костик К. О. Шляхи розвитку інноваційної діяльності України в глобалізованому економічному просторі. Механізм регулювання економіки, 2013, № 4. С. 51-63
15. Сайт Компанії «ЕСКО» URL : <https://www.esco.ua/uk/> (дата звернення: 20.09.2023)
16. Досьє виробничо-комерційне підприємства «ЕСКО» на порталі YouControl. URL : [https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company\\_details/22579667/](https://youcontrol.com.ua/ru/catalog/company_details/22579667/) (дата звернення: 20.09.2023)
17. ТОВ «ЕСКО ЗАПОРІЖЖЯ». Опендата. URL : <https://opendatabot.ua/c/40700370> (дата звернення: 20.09.2023)
18. Єфименко І. Нові приховані виклики для українських експортерів до ЄС. Економічна правда. 19.08.2022. URL : <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/08/19/690589/> (дата звернення: 20.09.2023)

19. Офіційний сайт Служби статистики України. URL : [https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu\\_u/spr.htm](https://ukrstat.gov.ua/operativ/menu/menu_u/spr.htm) (дата звернення: 20.09.2023)
20. Український інститут науково-технічної експертизи та інформації. URL : <http://www.uinteі.kіev.ua/> (дата звернення: 22.10.2023)
21. Відновлення ділової активності: бізнес більше вірить у власні сили. Українформ. 20.01.2023. URL : <https://www.ukrinform.ua/rubric-economy/3655945-vidnovlenna-dilovoi-aktivnosti-biznes-bilse-virit-u-vlasni-sili.html> (дата звернення: 20.09.2023)
22. Як ЄС уже зараз може допомогти українському бізнесу. Інструменти підтримки. Економічна правда. 17.05.2022. URL : <https://www.epravda.com.ua/publications/2022/05/17/687133/> (дата звернення: 20.09.2023)
23. Ukraine is adapting trade protection legislation to comply with EU regulations, which will strengthen protection for its producers. Ukraine business news. 27.11.2023. URL : <https://ubn.news/ukraine-is-adapting-trade-protection-legislation-to-comply-with-eu-regulations-which-will-strengthen-protection-for-its-producers/> (дата звернення: 30.11.2023)
24. Technical regulation. Mission of Ukraine to the European Union. 15.04.2023. URL : <https://ukraine-eu.mfa.gov.ua/en/centr-pidtrimki-eksporteriv/tehnichne-regulyuvannya-v-yes> (дата звернення: 25.10.023)
25. EU-Ukraine Deep and Comprehensive Free Trade Area. European Commission. URL : <https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/eu-ukraine-deep-and-comprehensive-free-trade-area> (дата звернення: 25.10.023)
26. EU extends trade benefits for Ukraine. European Commission. 06.06.2023. URL : [https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/news/eu-extends-trade-benefits-ukraine-2023-06-06\\_en](https://neighbourhood-enlargement.ec.europa.eu/news/eu-extends-trade-benefits-ukraine-2023-06-06_en) (дата звернення: 25.10.023)
27. Trade policy formulation and implementation. International trade centre. URL : <https://intracen.org/our-work/topics/business-environment/trade-policy-formulation-and-implementation> (дата звернення: 25.10.023)

28. Communication from the Commission to the European Parliament, the council, the european economic and social committee and the committee of the regions empty. European Commission. 18.02.2021. URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:52021DC0066&rid=7> (дата звернення: 25.10.023)
29. International trade policy. BRIEFING EPRS Ideas Paper Thinking about future EU policy. July 2020. URL : [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652033/EPRS\\_BRI\(2020\)652033\\_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2020/652033/EPRS_BRI(2020)652033_EN.pdf) (дата звернення: 25.10.023)
30. Why is the Commission producing a new trade strategy? European Commission. 2022. URL : [https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda\\_21\\_645](https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/qanda_21_645) (дата звернення: 25.10.023)
31. COMMISSION RECOMMENDATION (EU) 2021/1700 of 15 September 2021. URL : <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32021H1700> (дата звернення: 25.10.023)
32. Designing a US-EU industrial and trade policy. 18.10.2023. URL : <https://www.atlanticcouncil.org/in-depth-research-reports/issue-brief/designing-a-us-eu-industrial-and-trade-policy/> (дата звернення: 25.10.023)
33. EU trade relations with Ukraine. Facts, figures and latest developments. European Commission. URL : [https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/ukraine\\_en](https://policy.trade.ec.europa.eu/eu-trade-relationships-country-and-region/countries-and-regions/ukraine_en) (дата звернення: 25.11.023)
34. Ukraine: Accelerating the Transition to Market Editor: [Mr. Patrick Lenain](#) and [Mr. Peter Cornelius](#). URL : <https://www.elibrary.imf.org/display/book/9781557756190/ch013.xml> (дата звернення: 25.11.023)



35. Ukraine will join the EU programs «Single market» and «Customs». June 2023. URL : <https://gmk.center/en/news/ukraine-will-join-the-eu-programs-single-market-and-customs/> (дата звернення: 25.11.023)
36. Changing global trade policies and manufacturing: How can manufacturers navigate the dynamic trade climate?  
URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/us/Documents/energy-resources/trade-winds-and-manufacturing.pdf> (дата звернення: 25.11.023)
37. The Importance of Global Trade Management in Today's Volatile Business Environment. URL: <https://www.e2open.com/blog/the-importance-of-global-trade-management-in-todays-volatile-business-environment/> (дата звернення: 25.11.023)