

ВПРОВАДЖУЮЧИ УГОДУ
ПРО АСОЦІАЦІЮ УКРАЇНА-ЄС:
ПЕРШІ УРОКИ, НАСЛІДКИ,
ПРАКТИКИ ВИКОРИСТАННЯ

АНАЛІТИЧНА ДОПОВІДЬ

Олександр Сушко
Роберт Хорольський
Вероніка Мовчан
Олег Мирошніченко

Впроваджуючи Угоду про асоціацію Україна-ЄС: перші уроки, наслідки, практики використання

За ред. Сушка О.В., наукового директора Інституту Євро-Атлантичного Співробітництва, м. Київ.

Безпрецедентна доля Угоди про асоціацію між Україною та ЄС вже стала частиною політичної історії Європи, хоча боротьба за її майбутнє все ще триває. Дану публікацію присвячено викликам і механізмам впровадження Угоди, аналізу її перших наслідків та допомозі українському бізнесу, перед яким відкриваються нові можливості, що потребують специфічних знань та оволодіння інструментарієм виходу на найбільш платоспроможний і конкурентний ринок у світі, яким є ринок Європейського Союзу.

Аналітичну доповідь підготовлено експертами, що представляють незалежні аналітичні центри України, за координації **Інституту Євро-Атлантичного Співробітництва (ІЄАС)**.

Видання здійснене за підтримки Фонду Конрада Аденауера
Відповідальність за інформацію, наведену у розділах, несуть автори.
Підготовка до друку: Антон Писаренко

Фото на обкладинці: згідно ліцензії CreativeCommons ССО

© Представництво Фонду Конрада Аденауера
в Україні, 2016

ФОНД КОНРАДА АДЕНАУЕРА
вул. Академіка Богомольця, 5, оф. 1
01024, Київ
WWW.KAS.DE/UKRAINE
OFFICE.UKRAINE@KAS.DE

ПЕРЕДМОВА

Цією аналітичною доповіддю Інститут Євро-Атлантичного співробітництва та Фонд Конрада Аденауера продовжують серію публікацій, що стосуються Угоди про Асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яку було розпочато у 2007 році.

Ініціатори цієї доповіді свого часу стояли у витоків розробки концепції, структури та основних положень Угоди про асоціацію ще в ті часи, коли ані назва, ані зміст Угоди ще не стали реальністю. Чимало наших пропозицій було враховано переговорами сторонами під час роботи над Угодою.

Коли переговорна робота була завершена, але внаслідок зовнішнього тиску Угоду намагались поховати, ми активно відстоювали її, як необхідний для розвитку країни догоровказ європейських реформ. Коли за драматичних обставин, після Революції Гідності, угода була врешті підписана, ми запропонували бачення перших кроків у її впровадженні, включно з інституційним, законодавчим та кадровим забезпеченням.

Сьогодні з-поміж понад 20-ти угод про асоціацію різних типів, які має Європейський Союз з третіми країнами, саме угода з Україною може претендувати на найвищу з усіх демократичну легітимність. Адже історія Угоди між ЄС і його членами та Україною є єдиним прикладом, коли громадянам довелося неймовірно високою ціною захищати своє право на гідність, символом якого стала рутинна, з бюрократичної точки зору, Угода про асоціацію.

Сьогодні безпрецедентна доля Угоди про асоціацію між Україною та ЄС вже стала частиною політичної історії Європи, хоча боротьба за її майбутнє все ще триває.

Тим не менше, сьогодні саме час зосередитися на виконанні Угоди і визначити перші наслідки, що впливають з її впровадження.

Олександр Сушко,

науковий директор Інституту Євро-Атлантичного Співробітництва

Габріеле Бауманн,

директор Представництва Фонду Конрада Аденауера в Україні

ЗМІСТ

ВСТУП	5
ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ ВИМІР ВИКОНАННЯ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ	6
ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВПРОВАДЖЕННЯ АСОЦІАЦІЇ	12
ДЕСЯТЬ КРОКІВ ДО ЕКСПОРТНОГО УСПІХУ НА РИНКУ ЄС.....	25

ВСТУП

Ідея даної доповіді народилася в дорозі, під час здійснення останнього раунду регулярної програми круглих столів та громадських обговорень з питань європейської інтеграції, яку Інститут Євро-Атлантичного співробітництва разом з Фондом Конрада Аденауера проводить в регіонах України, починаючи з 2001 року.

Учасники наших заходів неодноразово звертались до нас із побажанням отримувати систематизовану інформацію щодо наслідків впровадження Угоди про асоціацію (УА) між Україною та ЄС – як для політико-правової системи, так і для економіки України. Крім того, від учасників надходили запити щодо практичних рекомендацій для використання українським бізнесом, насамперед малим і середнім, нових можливостей, які відкриває УА, щодо кращих умов виходу на єдиний європейський ринок.

Під час заходів в регіонах протягом 2015 року ми представляли і обговорювали як перші наслідки впровадження УА, так і прогнози щодо впливу УА на політико-правові та економічні реалії України. Ми залучали команду експертів, що представляють різні аналітичні центри, різний професійний погляд на проблему, внаслідок чого тематика заходів охопила широкий спектр питань впровадження УА: від аналізу впливу на правову систему України до практичних рекомендацій активній частині суспільства і бізнесу щодо нових можливостей.

Таким чином, ця публікація містить в собі як суто аналітичну частину, що стосується політики і права (Розділ 1), економіки (Розділ 2), так і набір порад і рекомендацій, що базується на вивченні технологій включення в європейський ринок, адаптованих до українських реалій (Розділ 3).

Олександр Сушко,

науковий директор Інституту Євро-Атлантичного Співробітництва

1. ПОЛІТИКО-ПРАВОВИЙ ВИМІР ВИКОНАННЯ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ

З 1 січня 2016 року Угода про асоціацію набула чинності через механізм тимчасового застосування у частині, що стосується економіки та торгівлі. З цієї дати Україна повною мірою виконує зобов'язання в частині Поглибленої і всеосяжної зони вільної торгівлі (ПВЗВТ або ЗВТ). Водночас Європейський Союз ще з квітня 2014 року в односторонньому порядку почав виконувати свою частину зобов'язань у сфері економіки та торгівлі - використовуючи механізм односторонніх преференцій. Станом на момент публікації даної доповіді (квітень 2016 року) повністю створені та функціонують органи асоціації: Рада асоціації, Комітет асоціації (включно з підкомітетами), Парламентський комітет Асоціації, Платформа громадянського суспільства.

Поетапний процес набуття чинності та перші кроки у впровадженні Угоди вже дають підстави для перших висновків та узагальнень.

Юридичний вимір виконання Угоди про асоціацію

Уся проблематика виконання Угоди про асоціацію в правовому вимірі виникає з того факту, що Угода є артефактом міжнародного правопорядку (міжнародним договором, укладеним державами та міжнародними організаціями), тоді як поведінка її кінцевих адресатів – громадян і компаній, – на зміну якої спрямована Угода, насамперед у частині ЗВТ, переважно регулюється нормами внутрішньодержавних правопорядків України, держав-членів ЄС та Європейського Союзу.

З цієї перспективи умовно всі положення Угоди можна поділити на дві групи:

- 1) які мають пряму дію в національному правопорядку, тобто адміністративні та судові органи Сторони безпосередньо застосовують їх як джерело прав та обов'язків фізичних і юридичних осіб;
- 2) які не мають прямої дії, оскільки потребують від Сторони/Сторін Угоди вжиття певних дій (насамперед прийняття законодавчих актів), що дозволять нормам Угоди регулювати суспільні відносини.

Кінцевою метою Української держави у юридичній площині є створення такої ситуації, коли український правопорядок дозволяє фізичним і юридичним особам ефективно користуватися всіма можливостями, що випливають з будь-яких положень Угоди.

В українському суспільстві прийняття законодавства на виконання Угоди сприймається як центральний компонент державної політики європейської інтеграції, а кількість і якість прийнятих «євроінтеграційних» законів – як ключовий критерій оцінки якості державної політики у цій сфері. І це закономірно, оскільки гармонізацію законодавств України та ЄС покладено в основу ЗВТ Україна – ЄС¹ і секторальної співпраці та, відповідно, економічної інтеграції Сторін, а переважна більшість положень Угоди не мають прямої дії.

Наближення законодавства України до права ЄС

Наближення законодавства – тривалий і безперервний процес, актуальність якого буде зберігатися протягом усього строку дії Угоди про асоціацію, який наразі визначений у її ст. 481 як необмежений. Більше того, по суті будь-яка більш-менш глибока співпраця України з Європейським Союзом за межами Угоди вимагає здійснення наближення законодавства, як, наприклад, у випадку реалізації Плану дій щодо лібералізації ЄС візового режиму для України, участі України в Енергетичному співтоваристві чи виконання майбутньої угоди про спільний авіаційний простір.

Тому очевидно є необхідність створення інституціоналізованої системи наближення законодавства, що буде здатна накопичувати інституційну пам'ять і не залежатиме від змін політичного ландшафту. Із чинного конституційного ладу випливає, що система повинна

¹ У характеристиці ЗВТ як «поглибленої та всеосяжної» слово «поглиблена» (англ. deep) прийнято пояснювати таким чином, що обов'язковою передумовою зняття перепон для доступу товарів та послуг Сторони до ринку іншої Сторони є взаємна гармонізація законодавств Сторін, що на практиці означає наближення законодавства України до законодавства ЄС.

містити урядовий, парламентський і президентський компоненти, із концентрацією спрможності на урядовому та парламентському компонентах.

Законодавчі засади механізму наближення законодавства

Наразі в Україні відсутній закон, який регулює відносини у сфері наближення законодавства. Аналіз формально чинного Закону про адаптацію законодавства 2004 року² дозволяє впевнено стверджувати, що його зміст втратив свою актуальність внаслідок докорінних змін, що відбулися в ЄС і відносинах між Україною та ЄС, насамперед після укладання Угоди про асоціацію. Оскільки, як свідчить практика, цей закон фактично не застосовується, то його слід скасувати для усунення правової невизначеності.

В Україні наразі досить поширена думка, що необхідно прийняти новий спеціальний комплексний закон про механізм наближення законодавства або прийняти спеціальний закон про виконання Угоди про асоціації, частина якого буде присвячено механізму наближення³. При ухваленні рішення з цього питання варто взяти до уваги три моменти.

По-перше, як свідчить український досвід застосування згаданого вище закону про адаптацію законодавства, такий закон може мати декларативний характер, оскільки встановлений у ньому механізм наближення законодавства не буде, в силу різних причин, інтегрований до процедурних норм, що регулюють створення нормативно-правових актів. Як наслідок, Україна може знову отримати симуляцію євроінтеграції, що не матиме серйозного впливу на реальний нормотворчий процес.

По-друге, питання європейської інтеграції здобувають все більшу вагу в очах українських громадян, а тому їх роль у політичному порядку денному набуває першочергового значення. Відповідно, контроль за ключовим компонентом державної політики європейської інтеграції стає питанням, що безпосередньо впливає на перебіг поточної політичної боротьби. Внаслідок цього положення закону можуть мати на меті не створення ефективного механізму наближення законодавства, а цілеспрямоване збільшення чи зменшення повноважень державних органів, що на момент прийняття закону знаходяться під контролем відповідних політичних сил.

По-третє, європейська інтеграція поступово стає ключовим компонентом державної політики по суті з будь-якого питання. У зв'язку з цим наближення законодавства також повинно бути невід'ємною частиною повсякденної діяльності усіх органів державної влади, що беруть участь у нормотворчому процесі.

Тому у випадку прийняття рішення про необхідність прийняття такого закону слід нейтралізувати ці загрози і забезпечити одночасне внесення змін до процедурних законів, які стосуються наближення законодавства, – про регламент Верховної Ради України, про міжнародні договори, Бюджетного кодексу і т.д. Крім того, варто уникати законодавчого регулювання питань, що належать до компетенції Уряду, – це можна напряду зробити відповідними урядовими рішеннями (приміром, зміни до регламенту Кабінету Міністрів, до положень про ЦОБВ). Також відзначимо, що досвід майже всіх європейських країн, які уклали угоди про асоціацію, свідчить, що ефективний механізм наближення законодавства може успішно функціонувати і без спеціального закону.

Органи виконавчої влади у впровадженні УА

Двосторонні органи

Рада асоціації утворена відповідно до статті 461 УА для здійснення контролю та моніторингу застосування і виконання Угоди. В рамках Ради асоціації на рівні міністрів відбувається регулярний політичний діалог між Україною та ЄС в усіх сферах. Засідання Ради асоціації проводяться на рівні міністрів не менше одного разу на рік.

На своєму першому засіданні 15 грудня 2014 р. Рада асоціації створила інституційні рамки шляхом ухвалення Правил процедур Ради асоціації і Комітету асоціації та його підкомітетів. Друге засідання відбулось 7 грудня 2015 року. Обидва засідання відбулись в

² Закон України «Про Загальнодержавну програму адаптації законодавства України до законодавства Європейського Союзу» від 18.03.2004 р. № 1629-IV.

³ Зокрема, див.: Місія Європейського Парламенту з оцінки потреб під головуванням Пета Кокса. Доповідь та доповідна карта щодо внутрішньої реформи та підвищення інституційної спроможності Верховної Ради України. Вересень 2015 – Лютий 2016, с. 23, 24.

Брюсселі. З боку України головував прем'єр-міністр Арсеній Яценюк, з боку ЄС - Високий представник ЄС із закордонних справ і безпекової політики Федеріка Моґеріні.

Рада асоціації для досягнення цілей Угоди має повноваження приймати рішення, які є обов'язковими для Сторін. Рада асоціації може делегувати свої повноваження Комітету асоціації⁴.

У свою чергу **Комітет асоціації**, нижчий за статусом орган проводить підготовку засідань та дискусій Ради асоціації, у разі необхідності імплементує рішення Ради асоціації, забезпечує безперервність відносин асоціації та належне виконання Угоди. Перше засідання Комітету асоціації відбулося 13-14 липня 2015 р. у Брюсселі.

У рамках Комітету асоціації діють **підкомітети** – галузеві органи, до компетенції яких відносяться окремі політичні сфери, наприклад:

- підкомітет з питань свободи, безпеки та юстиції;
- підкомітет з питань економіки та іншого галузевого співробітництва;
- підкомітет з управління санітарними та фітосанітарними заходами;
- підкомітет митного співробітництва та сприяння торгівлі;
- підкомітет з питань географічних зазначень;
- підкомітет з питань торгівлі та сталого розвитку.

Протягом 2015 році мали засідання лише два перші підкомітети, тому що останні чотири стосуються впровадження ПВЗВТ, яка набула чинності лише з 1 січня 2016 року.

Підкомітети мають вузчі тематичні підрозділи – **кластери**. Наприклад, у рамках підкомітету з питань економіки та іншого галузевого співробітництва діють наступні кластери:

- кластер 1: макроекономічне співробітництво, управління державними фінансами: бюджетна політика, внутрішній контроль та зовнішній аудит, статистика, облік і аудит, боротьба із шахрайством;
- кластер 2: промислова та підприємницька політика, гірнична справа і металургія, туризм, космос, законодавство про товариства та корпоративне управління, захист прав споживачів, оподаткування;
- кластер 3: співробітництво у сфері енергетики, включаючи ядерні питання, навколишнє природне середовище, включаючи зміну клімату та цивільний захист, транспорт;
- кластер 4: співробітництво у сфері науки та технологій, інформаційне суспільство, аудіовізуальна політика, освіта, навчання та молодь, культура, співробітництво в галузі спорту та фізичної культури;
- кластер 5: сільське господарство та розвиток сільських районів, рибальство та морська політика, Дунайський регіон, транскордонне та регіональне співробітництво;
- кластер 6: співробітництво в галузі зайнятості, соціальної політики та рівних можливостей, охорона здоров'я⁵.

Внутрішня координація та організація політики впровадження УА

Уряд тривалий час знаходиться у пошуку ефективної моделі організації роботи з впровадження УА. Після тривалих дискусій, у квітні 2016 в новому уряді Володимира Гройсмана було запроваджено посаду віце-прем'єра з європейської і євроатлантичної інтеграції. Цю посаду отримала Іванна Климпуш-Цинцадзе, що до того була народним депутатом. Тож на рівні уряду з'явилась довгоочікувана інституційно-політична визначеність щодо лідерства в процесі впровадження УА. Втім на момент виходу в друк даної публікації система координації органів виконавчої влади у питаннях євроінтеграції ще не набула остаточних форм, тривали консультації щодо забезпечення роботи новопризначеного віце-прем'єра відповідними повноваженнями та ресурсами.

У попередньому Кабінеті міністрів Арсенія Яценюка координація політики європейської інтеграції формально відбувалася в межах Урядового комітету з питань економічного розвитку та європейської інтеграції, який очолював безпосередньо прем'єр-міністр.

У 2014 році в кожному міністерстві були призначені заступники міністра, що відповідають за питання європейської інтеграції в межах повноважень своїх органів.

⁴ Рада асоціації http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=248625775&cat_id=247749488

⁵ Комітет асоціації, підкомітети http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=248626330&cat_id=247749488

В межах Секретаріату Кабінету міністрів у 2014 році було створено Урядовий офіс з питань європейської інтеграції (УОЄІ). З січня 2015 року роботу УОЄІ очолює Заступник Міністра Кабінету Міністрів України (Наталія Гнидюк).

Незважаючи на несприятливі обставини та серйозні виклики, Уряд спромігся досягти помітних результатів, зокрема:

- затверджено загальнодержавний план виконання Угоди (нещодавно суттєво оновленого в частині ЗВТ у зв'язку з початком тимчасово застосування розд. IV Угоди), на виконання якого були схвалені 150 планів імплементації 219 актів законодавства ЄС відповідно до Угоди про асоціацію;
- створено скоординовану систему взаємодії органів виконавчої влади у сфері європейської інтеграції, включаючи їх участь у роботі спільних органів асоціації;
- запроваджено щоквартальне публічне звітування УОЄІ щодо виконання Угоди про асоціацію та Порядку денного асоціації Україна – ЄС⁶.

На рівні УОЄІ існує не лише адекватне розуміння викликів у розбудові механізму наближення законодавства⁷, але й планується знайти на них відповіді за допомогою проекту технічної допомоги ЄС «Підтримка впровадження Угоди про асоціацію між Україною та ЄС», який буде реалізовано у 2016-2018 роках.

На даному етапі необхідно уникнути спокуси спрямувати ресурси проекту переважно на обслуговування поточних завдань. Натомість необхідно докласти максимальних зусиль, щоб за результатами проекту в Україні було повноцінно інституціоналізовано урядовий механізм наближення законодавства. Досягнення саме цієї мети потребуватиме розуміння та підтримки з боку політикуму та громадськості: явна недостатність ресурсів проекту для реалізації цієї амбітної та вкрай важливої для держави мети потребуватиме відповідного фінансування з державного бюджету України та, можливо, інших проектів міжнародної допомоги.

Головним критерієм, за яким необхідно оцінювати зусилля української влади з інституціалізації механізму наближення законодавства України до права ЄС, слід визначити *розбудову кадрової спроможності*, тобто наявності в системі державної служби достатньої кількості фахівців з питань європейської інтеграції з високим рівнем кваліфікації. На жаль, наразі спостерігається брак розуміння, що наявність *достатньої* кількості фахівців, що забезпечують *якісну* фахову експертизу, – необхідна умова успіху як будь-якої інституційної конфігурації державного механізму європейської інтеграції, так і політиків, які її очолюють. У сфері європейської інтеграції експертиза відіграє ключову роль: хто володіє експертизою, той здатен здійснювати суттєвий вплив на нормотворчий процес і налагодити ефективну комунікацію з українськими громадянами та з Європейським Союзом. І навпаки: навіть найсильніші повноваження, не підкріплені експертною спроможністю, складно реалізувати.

Парламентський вимір

Парламентський комітет асоціації, утворений відповідно до статті 467 Угоди, є спільним органом асоціації у відносинах між парламентом України та ЄС. Парламентський комітет асоціації складається з членів Верховної Ради України з однієї сторони та членів Європейського Парламенту з іншої. ПКА повинен бути поінформований про рішення та рекомендації Ради асоціації та надає рекомендації Раді асоціації.

Перше засідання Парламентського комітету асоціації відбулося 24-25 лютого 2015 р. у Брюсселі. Друге - 4-5 листопада 2015 р. у Києві.

У Верховній Раді України діє Комітет з питань європейської інтеграції, до компетенції якого віднесено забезпечення парламентської частини роботи із європейської інтеграції, та, насамперед, наближення українського законодавства до права ЄС.

На відміну від урядового механізму, якому притаманна вертикальна централізація, успішна робота парламенту за своєю природою будується на засадах консенсусного узгодження різноманітних інтересів. Тому парламентський механізм європейської інтеграції повинен забезпечувати доступ до якісної експертизи різним політичним силам. Потужна екс-

⁶ Більш детально див.: Урядовий офіс з питань європейської інтеграції Секретаріату Кабінету Міністрів України. Звіт про виконання Порядку денного асоціації та Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом за 2015 рік, с. 17.

⁷ Див. їх стислий виклад у: Звіт про виконання Порядку денного асоціації та Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом за 2015 рік, с. 17, 18.

пертна спроможність повинна бути доступною як на рівні всього парламенту (експертний підрозділ Секретаріату Верховної Ради, профільний Комітет з питань євроінтеграції), так і інших парламентських комітетів.

Співпраця з громадянським суспільством

У практиці впровадження УА складаються як формальні, так і неформальні механізми діалогу між урядом та громадськістю.

Формальним інститутом представництва інтересів громадянського суспільства є створена у квітні 2015 року Платформа громадянського суспільства (ПГС) Україна-ЄС, що діє у відповідності до Статей 469-470 УА. ПГС є офіційним органом асоціації, поряд з Радою асоціації, Комітетом асоціації та Парламентським комітетом асоціації.

ПГС - це двосторонній орган, що складається з представників громадянського суспільства України з одного боку і членів Європейського економічного і соціального комітету (ЄЕСК) - з іншого. Метою ПГС є забезпечення ефективної участі громадськості у виконанні Угоди про асоціацію, зокрема через громадський моніторинг імплементації положень Угоди.

ПГС збирається двічі на рік на офіційні засідання, на яких затверджує позиційні документи, що представляють громадську оцінку прогресу у виконанні положень Угоди, звертають увагу інших органів асоціації на наявні проблеми та визначають рекомендовані кроки для забезпечення ефективних реформ. Зокрема, на 2-му засіданні ПГС у лютому 2016 року були обговорені та затверджені аналітичні звіти з питань енергетичної політики та протидії корупції. Провідними суб'єктами підготовки звітів з українського боку виступили авторитетні неурядові організації: DIXI-Group (енергетика) та Transparency International-Ukraine (протидія корупції)⁸.

24 березня 2016 року за ініціативи УОЄІ відбулась зустріч членів ПГС із заступниками міністрів, що відповідають за європейську інтеграцію.

Невдовзі після формування нового уряду у квітні 2016 року новопризначений віцепрем'єр з європейської та євроатлантичної інтеграції Іванна Климпуш-Цинцадзе провела зустріч з українською стороною ПГС, під час якої були окреслені механізми та напрямки співпраці.

Іншою формою комунікації з громадськістю є запровадження періодичного публічного звітування про стан виконання УА, що є очевидним позитивним досягненням УОЄІ.

Станом на квітень 2016 року на сайті Кабінету міністрів доступні три звіти, в тому числі останній, найбільш повний, що охоплює весь 2015 рік.⁹

Стиль даного документу ще необхідно вдосконалювати. Ключовими позиціями вбачається прописування мети, ключових цілей та досягнень євроінтеграційних заходів Уряду з позиції громадянина. Звіт повинен давати відповіді на питання громадянина на кшталт «Які нові можливості мені дасть робота з наближення законодавства, і коли я зможу ними скористатися?», а також давати громадянину можливість зрозуміти, на якому етапі перебуває Уряд у досягненні задекларованих цілей, зокрема, які питання потребують вирішення.

Юридичний примус держави до виконання Угоди про асоціацію

Як зазначалося вище, окремі норми Угоди про асоціацію сформульовано таким чином, що повинні безпосередньо застосовуватися адміністративними і судовими органами державної влади України як джерело прав та обов'язків фізичних і юридичних осіб, тобто без звернення до національного законодавства. Сучасний стан у цьому важливому питанні дуже суперечливий.

З одного боку, на сьогодні практика українських судів по суті полягає у застосуванні всіх міжнародних договорів як частини національного законодавства України, без звернення до концепції прямої дії (самоздійснюваності) норм міжнародних договорів, яка внаслідок

⁸ EU-Ukraine civil society tackles corruption and energy policy issues, 11 February 2016. <http://www.eesc.europa.eu/?i=portal.en.news.38348>

⁹ Звіти про виконання Угоди про асоціацію між Україною та ЄС http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=248115804&cat_id=247749488

цього наразі не розроблена в судовій практиці¹⁰. Хоча ця ситуація має свої позитиви, проте й несе потужні ризики для виконання Угоди про асоціацію. Головний ризик полягає в тому, що приватні особи за допомогою судових рішень отримують можливість безпосередньо втручатися в дискреційні повноваження державних органів у питаннях нормотворчої імплементації Угоди про асоціацію в український правопорядок, таким чином руйнуючи конституційну систему прийняття актів законодавства. У найгірших випадках зловживання цим інструментом може призвести до систематичного перешкоджання уряду та парламенту оперативно здійснювати наближення законодавства відповідно до Угоди про асоціацію.

З іншого боку, в Україні наразі зовсім не розвинутий юридичний інструментарій здійснення судового контролю за розсудом (дискрецією) органів державної влади в реалізації наближення законодавства на виконання зобов'язань, встановлених міжнародним договором. Такий інструментарій вже детально розроблений і успішно застосовується в ЄС та дозволяє європейським громадянам і компаніям посилювати ефективність інтеграції в рамках Союзу. Йдеться насамперед про три інструменти:

- 1) *узгоджувальне тлумачення* наближеного національного права з нормою міжнародного договору, що дозволить контролювати, наскільки адекватно в акті законодавства, яким здійснено наближення, дотримано вимоги Угоди про асоціацію, в тому числі наскільки адекватно імплементовано положення відповідної директиви чи регламенту ЄС;
- 2) *непряма дія* певних положень Угоди, які не підлягають безпосередньому застосуванню (оскільки не мають прямої дії). Йдеться про положення Угоди, які повинні були бути імплементовані в актах українського законодавства, але цього не сталося протягом строку, визначеного Угодою. У такому випадку на підставі рішення суду можливе часткове безпосереднє застосування Угоди про асоціацію;
- 3) *відшкодування державою шкоди*, завданої фізичній чи юридичній особі невчасною чи неналежною імплементацією положень Угоди про асоціацію.

У випадку впровадження цього або подібного інструментарію в судову практику можна з впевненістю очікувати суттєвого посилення ефективності державного механізму наближення законодавства, оскільки розсуд органів державної влади у визначенні темпу і глибини реалізації Угоди буде контролюватися судами на вимогу зацікавлених фізичних і юридичних осіб. При цьому завдяки своїм юридичним властивостям зловживати цим інструментарієм у край складно.

На наш погляд, ключова перешкода на шляху запровадження цих інструментів в щоденну правозастосовну практику, – незначна кількість практикуючих правників, які добре розуміються на цих питаннях. Тому актуальним є запуск кількох освітніх проектів з цих питань для українських юристів, особливо суддів і адвокатів, як це свого часу було зроблено щодо Європейської конвенції з прав людини.

¹⁰ У пункті 14 Постанови Вищого спеціалізованого суду України з розгляду цивільних і кримінальних справ «Про застосування судами міжнародних договорів України при здійсненні правосуддя» від 19.12.2014 р. № 13, можливість застосування цієї концепції була доведена до відома українських судів. Проте нормативний зміст цієї концепції не був розкритий.

2. ЕКОНОМІЧНІ НАСЛІДКИ ВПРОВАДЖЕННЯ АСОЦІАЦІЇ

З 1 січня 2016 року в Україні почав діяти Розділ IV Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, який стосується торгівлі та питань, пов'язаних з торгівлею, – так звана поглиблена та всеохоплююча зона вільної торгівлі (ПВЗВТ).

Але фактично застосування багатьох положень Угоди про асоціацію, які стосуються економіки, почалось раніше. З одного боку, це було застосування автономних торговельних преференцій ЄС, що можна вважати механізмом часткового впровадження положень ПВЗВТ¹¹. З іншого боку, з 1 листопада 2014 року розпочалось тимчасове застосування більшості неторговельних положень Угоди про асоціацію, у тому числі положень про економічну та галузеву співпрацю¹².

Тому вже зараз, через кілька місяців після початку дії ПВЗВТ, можна не тільки обговорювати можливості, але й аналізувати певні наслідки запровадження Угоди про асоціацію для економіки України.

Економічний вплив Угоди про асоціацію можна умовно розділити на вплив на зовнішньоекономічні відносини та на відносини всередині країни. Реалізація Угоди впливає на зовнішні економічні відносини України безпосередньо з ЄС та з іншими країнами. В експорті товарів цей аспект впливу Угоди вже почав проявлятися. Вплив на імпорт можна буде оцінити за результатами 2016 року. Також до цього пункту варто віднести прямі іноземні інвестиції (ПІІ) та інші канали надходження зовнішнього капіталу в країну. Вплив на економічні відносини всередині країни стосується бізнес-клімату, конкурентоспроможності, продуктивності тощо.

Як для зовнішніх, так і для внутрішніх економічних відносин важливими є скасування торговельних обмежень та гармонізація законодавства. Але вплив цих змін має різний часовий горизонт. Скасування ввізних мит стимулює відносно швидку реакцію економічних суб'єктів, а отже наслідки можна побачити у короткостроковій перспективі. Натомість гармонізація законодавства зазвичай має розтягнуту в часі дію, а отже наслідки видно не одразу.

В цій роботі ми зосередимось на наслідках, які вже можна простежити. Це в першу чергу вплив на зовнішню торгівлю. Вплив на розвиток внутрішніх економічних відносин залишиться фактично поза увагою цієї роботи.

Однак аналіз власне впливу Угоди не можна розпочати, не окресливши загального контексту, в якому це вплив відбувався. У 2014-2015 роках економіка України опинилась в умовах «ідеального шторму». Синергія політичної та економічної криз та військового конфлікту мали дуже негативний вплив на економіку країни, а отже на її здатність використати можливості, які надаються Угодою про асоціацію.

Зокрема, анексія та окупація частини території України, а також відкритий військовий конфлікт призвели до втрати значної частини виробничих потужностей та розриву виробничих ланцюжків, що скоротило виробничу спроможність країни.

Важливим був також вплив ситуації в банківській сфері, де посилювалась криза, яка тягнулась ще з часів світової фінансової кризи 2008-2009 років. Протягом 2014-2015 років з банківської системи було виведено понад 60 банків, що стало додатковим стресовим фактором для небанківського сектору.

Макроекономічна стабілізація була досягнута лише у другій половині 2015 року, але ситуація й досі залишається досить хиткою. Структурні реформи, покликані стимулювати економічне відновлення, відбуваються повільніше, ніж очікувалось, що обмежує інвестиційну привабливість країни для внутрішніх та зовнішніх інвесторів.

На зовнішніх ринках ситуація також не надто сприятлива. Протягом 2014-2015 років відбулось падіння цін на сировинні товари, що негативно вплинуло й на український експорт, зокрема, продукції сільського господарства, металургії та хімічної промисловості. За

¹¹ Regulation (EU) No 374/2014 of the European Parliament And of The Council of 16 April 2014 on the reduction or elimination of customs duties on goods originating in Ukraine http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv:OJ.L_.2014.118.01.0001.01.ENG

¹² EU-Ukraine Association Agreement: beginning of provisional application http://www.eeas.europa.eu/top_stories/2014/011114_ukraine_agreement_en.htm

оцінками МВФ, індекс цін на неенергетичну сировину знизився на понад 20% у 2015 році порівняно з 2013¹³. Аналогічними є й оцінки Світового банку¹⁴.

Ці негативні фактори мали визначальний вплив на економічну динаміку країни протягом 2014-2015 років й значною мірою затьмарили позитив від зниження обмежень у торгівлі з ЄС.

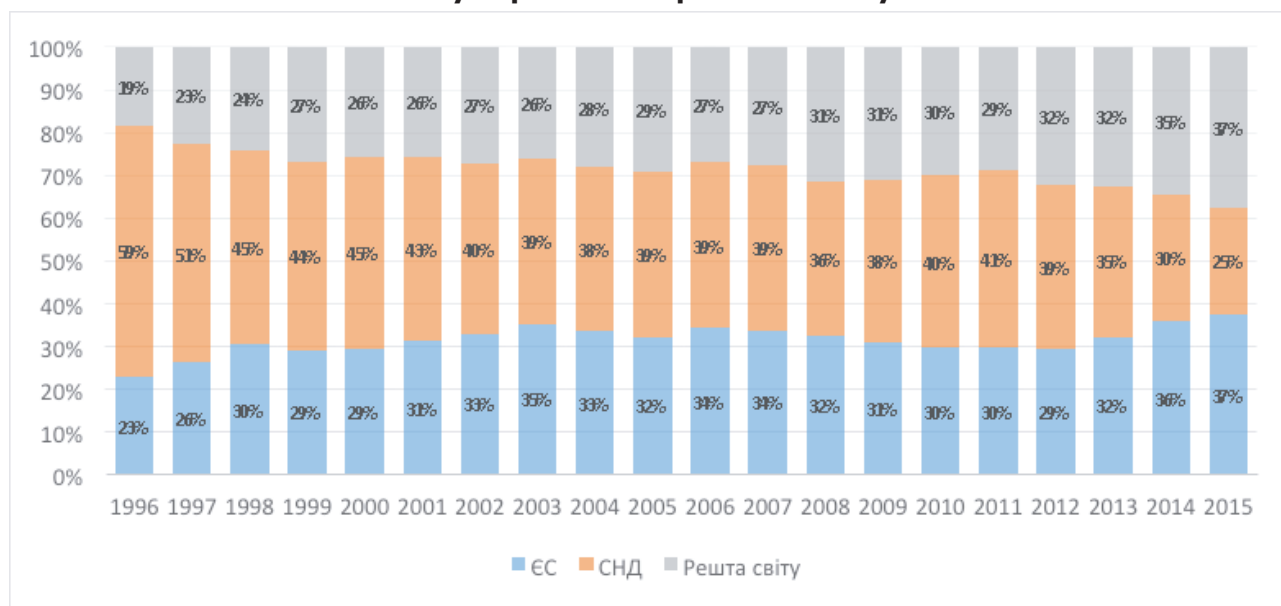
Статистичний огляд

У 2015 році обсяги торгівлі товарами та послугами між Україною та рештою світу стрімко скорочувалися, не обминула ця тенденція й торгівлю з ЄС. За даними Державної служби статистики, експорт товарів та послуг в ЄС склав 15,9 млрд доларів США, що на 24% менше, ніж попереднього року, а імпорт – 18,0 млрд доларів США, це на 26% менше у вимірі рік до року.

В результаті дефіцит у торгівлі з ЄС скоротився до 2 млрд доларів США, що є найнижчим показником за останнє десятиріччя.

Втім скорочення торгівлі з ЄС було не таким стрімким, ніж з іншими країнами світу, зокрема з Росією. Тому у відносному вимірі важливість ЄС як торговельного партнера України зростає. У 2015 році обсяг торгівлі з ЄС становив 37% загального обсягу торгівлі України, це найвищий показник за останні двадцять років (Рисунок 1). В експорті товарів та послуг частка ЄС складає 33%, в імпорті – 42%.

Рисунок 1: Географічна структура торгівлі товарами і послугами України, % від загального обсягу торгівлі товарами та послугами



Джерело: Державна служба статистики України

Відзначимо, що переорієнтація зовнішньоторговельних потоків України відбувалась не лише у напрямку ЄС. Зростала також значущість торгівлі з іншими партнерами поза межами СНД, зокрема з країнами Азії.

Товарна структура експорту України в ЄС залишалась доволі сталою протягом останніх кількох років, незважаючи на економічні шоки. Близько третини експорту займає продукція сільського господарства та харчової промисловості, в першу чергу зернові, насіння олійних культур та рослинна олія. На другому місці за значущістю експорт чорних металів та виробів з них (22% експорту в 2015 році), на третьому – електричні та механічні машини (14%), переважно за рахунок електричного обладнання.

¹³ Indices of Primary Commodity Prices 2006-2016. International Monetary Fund. <https://www.imf.org/external/np/res/commod/Table1a.pdf>

¹⁴ World Bank Commodities Price Data <http://pubdocs.worldbank.org/pubdocs/publicdoc/2016/3/633811457027702995/CMO-Pink-Sheet-March-2016.pdf>

Отже, зниженням ввізних мит ЄС, як й очікувалось, на початку застосування преференцій не призвело до різних змін у структурі торгівлі, бо нижчими ввізними митами в першу чергу скористались виробники тих товарів, які вже активно експортувались на цей ринок. Встановлення нових взаємозв'язків та просування нових товарів займає час, а тому структурні зрушення стануть помітнішими лише через кілька років після початку застосування преференційного режиму.

Структура імпорту товарів з ЄС зазнала суттєвіших змін через переорієнтацію закупівлі газу з російського на європейський ринки. У 2015 році частка мінерального палива сягнула 22% загального імпорту товарів з ЄС, тоді як у 2013 році - лише 11%. Іншими важливими статтями імпорту з ЄС залишаються електричні та механічні машини (17%) та продукція хімічної промисловості (17%).

Структура торгівлі послугами також змінилась у відповідь на економічну ситуацію в країні. В експорті послуг частка транспортних послуг скоротилась до 40% у 2015 році (46% у 2014 році) на тлі скорочення товарного експорту, водночас зросла частка послуг з переробки матеріальних ресурсів (21% у 2015 році проти 15% попереднього року). Також продовжилась тенденція до зростання експорту телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг, які у 2015 році займали 19% загального експорту порівняно з 17% у 2014 та 13% у 2013 роках.

В імпорті послуг з ЄС відбулось зростання частки транспортних послуг, що значною мірою пов'язано зі зміною географічної структури імпорту газу. В 2015 році частка транспортних послуг зросла до 28% порівняно з 20% два роки тому. Ділові та фінансові послуги залишаються також важливими компонентами імпорту.

ЄС надалі є основним інвестором в українську економіку. За даними Держстату, протягом 2015 року з країн ЄС в Україну надійшло 2 млрд доларів США акціонерного капіталу, що складає більше половини всіх надходжень. Станом на кінець 2015 року обсяг прямих інвестицій (акціонерного капіталу) в Україну з країн ЄС становив 33 млрд доларів США або 76% сукупного обсягу інвестицій¹⁵. З них на Кіпр та Нідерланди припадало близько половини обсягу інвестицій, решта – з інших країн ЄС, зокрема з Німеччини, Австрії, Великої Британії та Франції.

Автономні торговельні преференції (АТП): досвід використання

Автономні торговельні преференції ЄС були надані Україні у квітні 2014 року як спосіб підтримки економіки країни у кризі. Спочатку планувалось, що преференції діятимуть до кінця жовтня, після чого запрацює Угода про асоціацію, зокрема ПВЗВТ.

Однак у вересні 2014 року, за результатами трьохсторонніх консультацій України, ЄС та Росії, введення в дію ПВЗВТ було відкладено до 1 січня 2016 року, а натомість на цей період була продовжена дія автономних торговельних преференцій (АТП).

Ввізні мита

АТП передбачали лібералізацію доступу українських товарів на ринок ЄС відповідно до положень Угоди про асоціацію, передбачених для першого року застосування Угоди.

За оцінками Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, застосування АТП призвело до скасування ввізних мит ЄС на 94,7% товарної номенклатури промислових товарів (УКТ ЗЕД 25-97) та 83,4% товарів сільськогосподарства та харчової промисловості (УКТ ЗЕД 1-24)¹⁶. Ще щодо 15,9% сільськогосподарських та продовольчих товарів почали діяти так звані тарифні квоти, які передбачають часткову лібералізацію торгівлі: в рамках тарифної квоти застосовується нульове ввізне мито, під час експорту понад обсяг тарифної квоти застосовується мито, яке діяло до цього (переважно, це мито режиму найбільшого сприяння).

За розрахунками Інституту економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД), запровадження АТП суттєво знизило рівень тарифного захисту ЄС: середня ставка впала з

¹⁵ Розрахунки обсягу прямих інвестицій (акціонерного капіталу) Держстату включають перерахунок внаслідок курсової різниці. Зокрема, у 2015 році зниження вартості акціонерного капіталу нерезидентів з країн ЄС за рахунок курсової різниці становило 3,8 млрд. доларів США.

¹⁶ http://www.ier.com.ua/files//Projects/2012/5_DN_Autonomous%20trade%20preferences_UA_november_2014_UA.pdf

4,9% до 0,5%, середньозважена – з 5,0% до 2,6%¹⁷. Найсуттєвіше скоротились ввізні мита на продукцію сільського господарства та харчової промисловості, а також товари легкої промисловості (Рисунок 2). Відповідно, ці галузі отримали найбільші стимули для активізації експорту в ЄС.

Рисунок 2: Середнє ввізне мито ЄС до та в рамках автономних торговельних преференцій, %



Джерело: розрахунки ІЕД, http://www.ier.com.ua/files//publications/Books/PP%20on%20ATP_ua.pdf

Водночас, в рамках АТП зберігались ненульові ввізні мита на кілька товарних груп, зокрема на взуття, головні убори тощо; вироби з каменю, гіпсу тощо; продукти рослинного походження та транспортні засоби тощо. Зниження ввізних мит на ці товари відбуватиметься поступово в рамках реалізації ПВЗВТ.

Доступ на ринок ЄС для продукції тваринництва

Для частини товарів зниження чи навіть скасування ввізних мит в ЄС не означає автоматичного покращення доступу, бо для виходу на ринок треба також виконати певні технічні вимоги, які стосуються безпечності продукції.

Найсуровішими є вимоги щодо безпечності продукції тваринництва, де на сьогодні доступ на ринок ЄС надається кожному українському підприємству індивідуально після тривалої перевірки, яка включає в себе як оцінку здатності державних органів забезпечувати

¹⁷ http://www.ier.com.ua/files//publications/Books/PP%20on%20ATP_ua.pdf

контроль на безпечність продуктів харчування, так і дотримання відповідних норм підприємством на всьому ланцюжку постачання та виробництва.

За останні роки України досягла помітного прогресу у сфері отримання дозволів на експорт в ЄС окремих видів продукції тваринного походження.

Зокрема, на основі оцінки здатності держави забезпечувати належний моніторинг залишків ветеринарних препаратів та забруднювачів у продуктах тваринного походження ЄС поступово розширює перелік продуктів, щодо яких Україна має підтвержене право моніторингу (Таблиця 1).

Таблиця 1: Товари тваринного походження, щодо яких Україна отримала авторизацію ЄС на моніторинг залишків ветеринарних препаратів та забруднювачів

Назва продукту	2004	2011	2014
Яловичина			X
Баранина / козлятина			
Свинина			X
Конина	X*		
Курятина		X	X
Аквакультури		X	X
Молоко		X	X
Яйця		X	X
Кролики			
Дичина			
Дичина, вирощена на фермах			
Мед	X	X	X

Джерела:

2004: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/PDF/?uri=CELEX:32004D0432&from=EN>

2011: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=CELEX%3A32011D0163>

2014: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:32014D0355>

Примітка: * експорт живих тварин на забій

Для більшості тваринницької продукції підтвердження права на моніторинг залишків є лише першим кроком на шляху доступу на ринок ЄС. Існує низка інших нормативних вимог та відповідно актів ЄС, які стосуються авторизації країни як постачальника певних товарів тваринного походження¹⁸.

Останнім кроком на шляху отримання дозволу на вихід продукції тваринного походження на ринок ЄС є перевірка та реєстрація окремих підприємств як постачальників. Протягом 2014-2015 років Україна досягла помітного прогресу в отриманні дозволів на експорт нових категорій товарів, а також у реєстрації нових постачальників (Таблиця 2).

Зокрема, наприкінці 2015 року українські виробники молока та молочних продуктів нарешті завершили процедури підтвердження та були зареєстровані як постачальники продовольчих товарів в ЄС. Це відкриває можливості використання ними безмитного режиму постачання цієї продукції в ЄС в рамках тарифних квот, а також створює додаткові можливості для переорієнтації експорту з ринку Росії.

¹⁸ Переліки країн, які авторизовані постачати в ЄС продукція тваринного походження, що призначена для споживання людиною, визначаються шістьма окремими нормативними актами: http://exporthelp.europa.eu/update/requirements/ehir_eu16_01v001/eu/auxi/eu_heaaahc_authorized_countries.pdf

Таблиця 2: Товари тваринного походження, виробники яких пройшли реєстрацію та мають право постачати на ринок ЄС

	Рік отримання дозволу*	Рік останнього перегляду	Початкова кількість підприємств	Поточна кількість підприємств**
Продовольчі товари				
Розділ II: М'ясо птиці і зайцеподібних	2013	2014	3	4
Розділ V: Фарш, м'ясні напівфабрикати і механічно відокремлене м'ясо	2015		1	1
Розділ VI: М'ясні продукти	2013	2014	1	2
Розділ VIII: Рибна продукція	2008	2016	3	16
Розділ IX: Сире молоко і молочні продукти	2015		10	10
Розділ X: Яйця і яєчні продукти	2014		2	2
Розділ XIII: Оброблені шлунки, міхури і кишки	2007		1	1
Насіння і ембріони				
Розділ I: Центр сперми	2007		1	1
Побічні продукти тваринного походження				
Розділ II: Молочні заводи	2011	2015	31	42
Розділ III: Інші об'єкти для збору або обробки побічних продуктів тваринного походження	2011	2016	39	111
Розділ IV: Переробні заводи	2011	2015	6	22
Розділ V: Заводи з виробництва корму для домашніх тварин	2011	2016	6	25
Розділ VI: Виробництво чучел	2015		1	1
Розділ VII: Заводи або організації для виробництва проміжних продуктів	2015		1	1
Розділ VIII: Добрива та поліпшувачі ґрунту	2011	2015	3	7
Розділ IX: Зберігання похідних продуктів	2013	2014	1	2

Джерело: https://webgate.ec.europa.eu/sanco/traces/output/non_eu_listsPerCountry_en.htm#

Примітки:

* Рік отримання дозволу оцінено на основі дати подання запиту компетентним органом країни-експортера до відповідних органів ЄС з проханням включити підприємство в перелік підтверджених постачальників. Такий запит здійснюється після завершення всіх процедур підтвердження здатності підприємства забезпечувати відповідний рівень безпеки. Процедура включення в перелік зазвичай займає кілька місяців. Тому ця дата може розглядатись як орієнтовний початок дії дозволу на експорт відповідної продукції в ЄС.

** Одне підприємство може мати право постачати кілька видів продукції, а отже воно буде зареєстровано кілька разів. Тому наведені дані не можна сумувати для отримання загальної кількості підприємств, що пройшли реєстрацію.

Станом на початок 2016 року українські виробники отримали право на постачання в ЄС семи з п'ятнадцяти категорій продукції тваринництва, яка призначена для споживання людьми, та восьми з десяти категорій побічних продуктів тваринного походження. Щодо кількох інших товарів підготовка до виходу на ринок ЄС триває.

Однак, незважаючи на зростання кількості підприємств – авторизованих експортерів в ЄС, їх кількість відносно загальної кількості виробників сектору є дуже низьким. І це створює потенціал для подальшого екстенсивного розвитку експорту.

Тарифні квоти

Частиною домовленостей в рамках УА стали так звані тарифні квоти, які є інструментом часткової лібералізації торгівлі. В рамках тарифних квот передбачені нульові ставки ввізного мита, поза обсягами, визначеними тарифними квотами, до експортованих товарів застосовуються ті самі мита, які діяли й раніше (ставки мита в рамках режиму найбільшого сприяння або ставки мита в рамках Генеральної системи преференцій).

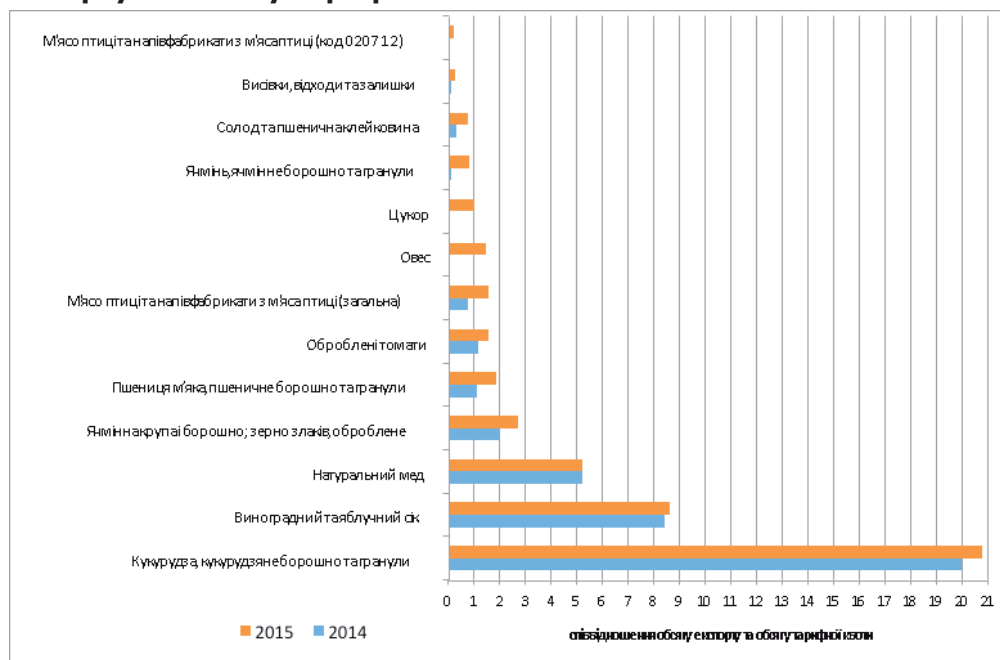
В Угоді передбачено 36 категорій товарів, переважно продукції сільського господарства та харчової промисловості, щодо яких ЄС застосовує тарифні квоти, зокрема:

- продуктів тваринного походження: м'яса (яловичини, свинини, баранини, курятини), молока та молочних продуктів, яєць, меду тощо;
- продуктів рослинного походження: зерна (пшениці, ячменю, вівса, кукурудзи), грибів, часнику тощо;
- готових харчових та інших продуктів: цукру та цукрових продуктів, виноградного та яблучного соку, цукрової кукурудзи, оброблених томатів, етанолу, цигарок тощо.

Відповідно до домовленостей в рамках АТП тарифні квоти ЄС почали застосовуватись вже у квітні 2014 року. Як й у випадку з ввізними митами, обсяг квот протягом дії АТП був еквівалентним обсягу квот, що діятиме протягом першого року повноцінного застосування ПВЗВТ.

Використання тарифних квот є дуже нерівномірним. Серед 36 товарних категорій, щодо яких в ЄС діють тарифні квоти, протягом 2015 року було повністю використано 9 (25%) тарифних квот, 11 (31%) частково та 16 (44%) не використовувались взагалі.

Рисунок 3: Рівень використання тарифних квот в рамках АТП, співвідношення експорту та обсягу тарифної квоти



Джерело: розрахунки ІЕД

Примітка: розрахунки використання квот зроблені на основі даних товарної номенклатури з деталізацією 6 знаків, тоді як обсяги квот визначені на більшому рівні деталізації. Це може створювати похибки в розрахунках.

Виникає питання, наскільки застосування тарифних квот замість повної лібералізації стримує зростання експорту через застосування ввізного мита до товарів, які ввозяться понад обсяги тарифної квоти. Іншими словами, наскільки ввізне мито понад обсягами тарифної квоти є заборонним.

Аналіз застосування тарифних квот протягом дії АТП свідчить, що поки нема достатніх доказів про обмежувальний характер ввізних мит поза обсягами тарифної квоти. Чотири з дев'яти товарів, тарифна квота щодо яких повністю використана, експортувались в ЄС в обсягах, які в 2-20 разів перевищують обсяг квоти. Це кукурудза, сік, мед та ячмінна крупа і борошно (Рисунок 3). Очевидно, що для цих товарів чинні ввізні мита не є заборонними.

За результатами 2014 року та першої половини 2015 було визначено три товари, щодо яких була висунута гіпотеза, що ввізні мита понад обсягами квот є завищеними для продовження експорту.¹⁹ Це м'яка пшениця, оброблені томати та м'ясо птиці. Однак результати експорту 2015 року не дозволяють підтвердити гіпотезу про обмежувальний характер ввізних мит понад обсягами квоти. Обсяги експорту для всіх трьох товарів перевищили обсяг квоти.

У 2015 році, на відміну від 2014, були повністю використані квоти на ще два товари – на овес та цукор. Рівень експорту цих товарів був близький до обсягу, встановленого квотою, що дозволяє зробити припущення про потенційно обмежувальний вплив ввізних мит поза тарифною квотою для цих товарів. Але зробити остаточний висновок поки не можливо. Треба продовжити спостереження.

Перегляд обсягу тарифних квот буде можливий через кілька років після початку застосування ПВЗВТ. До того часу у нас буде достатньо спостережень для обґрунтованих висновків щодо обмежувального характеру ввізних мит поза квотою.

Для кількох товарів тваринного походження доступ на ринок ЄС був заборонений або й залишається забороненим досі, оскільки країна та виробники пройшли відповідну авторизацію. До таких товарів відноситься більшість видів м'яса. До кінця 2015 року українські виробники не могли постачати на ринок ЄС молоко і молочні продукти, але з 2016 року ситуація змінилась – перші десять виробників пройшли авторизацію і можуть почати експортувати, у тому числі й в рамках тарифних квот.

Іншою причиною невикористання квот є недостатнє внутрішнє виробництво та/або існування інших, економічно привабливіших ринків.

Експорт в ЄС: детальні дані

Хоча агреговані показники експорту в ЄС скоротились в 2015 році, детальніші дані для окремих товарних категорій показують, що не все так однозначно (Рисунок 4).

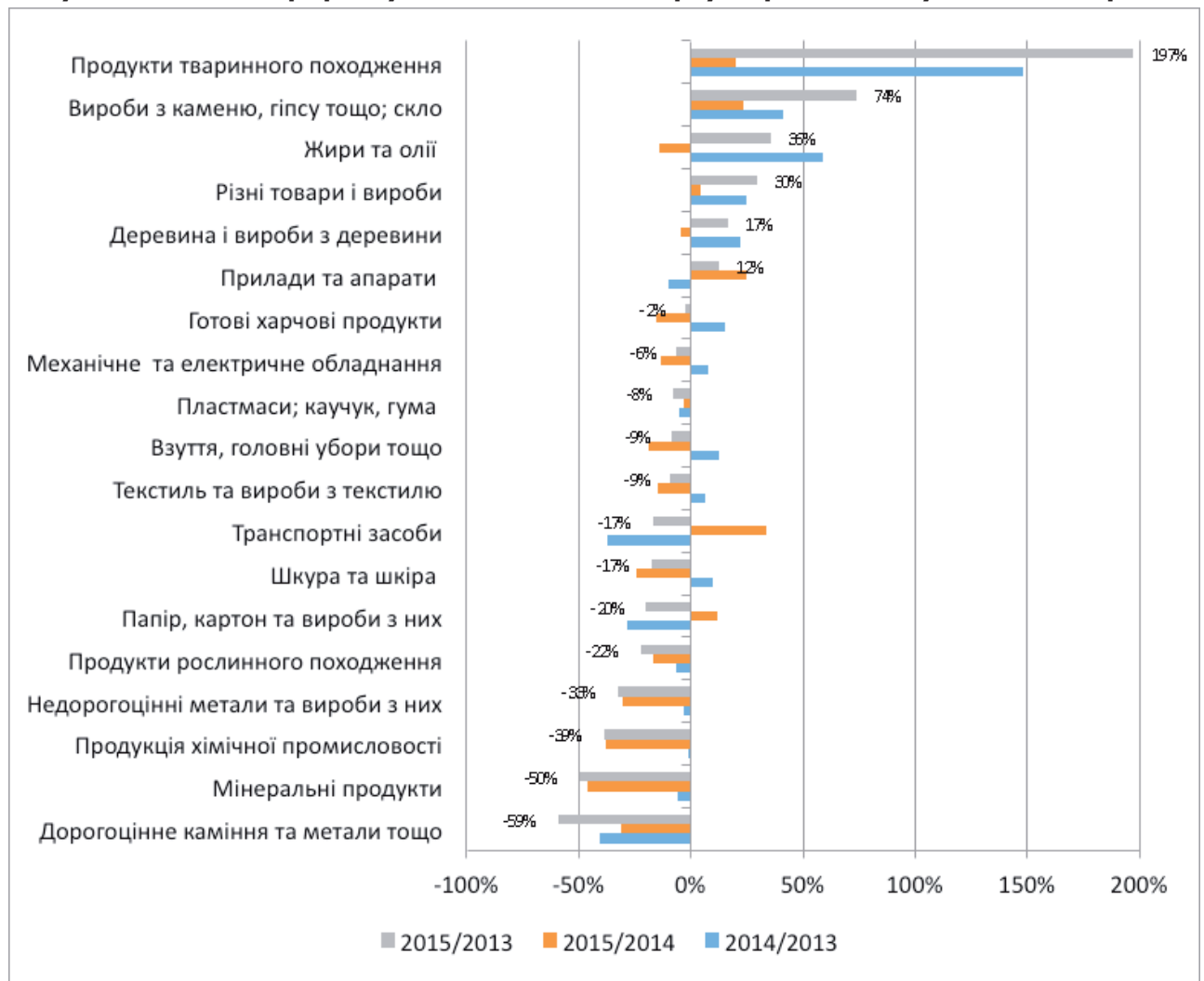
За темпами приросту або падіння вартісних обсягів українського експорту в ЄС протягом дії АТП всю товарну структуру можна умовно поділити на три категорії.

Перша категорія – це товари, експорт яких зріс за два роки дії АТП. Найшвидшим було зростання експорту продукції тваринного походження, яка виграла від зниження ввізних мит (у тому числі в рамках застосування тарифних квот), а також нарешті отримала необхідні дозволи від ветеринарних служб ЄС. Також відбувалось зростання експорту скляних виробів, жирів та олій, деревини та корку та виробів з них, приладів та апаратів, годинників тощо.

Друга категорія – це товари, експорт яких за два роки скоротився менше, ніж сукупний показник скорочення експорту в ЄС (за два роки сукупне падіння склало 22%). Для більшості товарів цієї категорії характерні зміна експортних трендів за ці два роки – від зростання до падіння або навпаки. До цієї категорії можна віднести експорт готових харчових виробів, текстильні вироби, механічне та електронне обладнання, транспортні засоби тощо.

¹⁹ Veronika Movchan, Iryna Kosse, Ricardo Giucci EU Tariff Rate Quotas on Imports from Ukraine http://www.beratergruppe-ukraine.de/wordpress/wp-content/uploads/2014/06/PB_06_2015_en.pdf

Рисунок 4: Темпи приросту або падіння експорту України в ЄС у 2014-2015 роках



Джерело: Державна служба статистики України

Відзначимо, що більший рівень деталізації свідчить про зростання експорту багатьох складових цих товарних категорій. Зокрема, за два роки дії АТП зріс експорт в ЄС засобів наземного транспорту (крім залізничного) та літальних апаратів.

Нарешті, третя категорія - це товари, експорт яких за два роки скоротився більше, ніж сукупний показник скорочення експорту в ЄС. Це такі важливі для української зовнішньої торгівлі товари, як продукти рослинного походження (зокрема, експорт насіння олійних культур впав на 48%), недорогоцінні метали, продукція хімічної промисловості та мінеральні продукти.

Стрімке зниження експорту цих категорій товарів тісно пов'язано переважно із зовнішньою кон'юнктурою, а саме з падінням світових цін на сировинні товари. Іншим важливим фактором для багатьох з цих товарних груп є зниження виробничого потенціалу України через фізичну втрату частини виробництв.

Таким чином, незважаючи на складні зовнішні та внутрішні економічні умови, експорт частини товарів в ЄС зростав, реагуючи зокрема й на дію АТП.

ПВЗВТ: зміни торговельного режиму після 1 січня 2016 року

З початку 2016 року припинив діяти режим автономних торговельних преференцій ЄС, а натомість почала діяти ПВЗВТ з ЄС, у рамках якої передбачено взаємне відкриття ринків шляхом скасування або суттєвого зниження тарифних та нетарифних бар'єрів у торгівлі.

В Угоді передбачено, що процес поступової лібералізації торгівлі триватиме десять років, тобто фактично до 2025 року, хоча для деяких українських товарів передбачені три-валіші перехідні періоди.

Ввізні мита та тарифні квоти ЄС

Перший рік застосування ПВЗВТ фактично означає застосування тих самих мит, які діяли в рамках АТП.

Важливо, що Угодою було передбачено, що більшість ввізних мит ЄС скасовується одразу при початку застосування ПВЗВТ. У випадку України це фактично означає, що скасування абсолютної більшості ввізних мит ЄС для її виробників відбулось вже у 2014 році, з початком дії АТП (Рисунок 5). Отже, додаткових стимулів для експорту завдяки зниженню ввізних мит початок ПВЗВТ не приніс.

Рисунок 5: Ввізні мита ЄС, середня ставка, %



Джерело: розрахунки ІЕД

Протягом наступних років відбудеться поступове зниження до нуля ввізних мит для всіх товарів, окрім тих, щодо яких діють тарифні квоти та ввізні ціни. Зокрема, триватиме зниження ввізних мит для решти 5,3% товарної номенклатури промислових товарів, а також розширення обсягів тарифних квот для кількох сільськогосподарських товарів, у тому числі меду, пшениці, кукурудзи, соку тощо, що створюватиме додаткові стимули для експорту.

Ввізні мита та тарифні квоти України

Зниження ввізних мит Україною відбуватиметься повільніше, ніж це зробив ЄС. З початком дії ПВЗВТ, тобто з січня 2016 року, Україна знизила середнє ввізне мито на промислові товари (УКТ ЗЕД 25-97) з 3,8% до 1,1%, а на продукцію сільського господарства та харчової промисловості (УКТ ЗЕД 01-24) – з 8,6% до 5,6% (Рисунок 6). В цілому ввізні мита були знижені на 70% товарної номенклатури.

Рисунок 6: Ввізні мита України, середня ставка, %



Джерело: розрахунки ІЕД

В наступні роки передбачається подальше поступове зниження ввізних мит до нуля на всі промислові товари, тоді як для частки сільськогосподарських товарів ввізне мито так і залишиться ненульовим. Також Україна застосуватиме тарифні квоти до трьох товарів, а саме до двох видів м'яса та цукру.

Окремо треба сказати про спеціальний режим, який передбачений для імпорту легкових автомобілів з ЄС. Якщо обсяги імпорту будуть перевищувати кілька порогових значень, передбачених Угодою, Україна зможе застосовувати захисне мито протягом чотирнадцяти років (з другого року дії Угоди), а отже – у випадку активізації імпорту автомобілів повна лібералізація тарифного захисту ринку може відбутись лише на початку 2030х років.

Експортні мита України

Зараз в Україні діють кілька експортних мит, у тому числі на живу худобу, шкіряну сировину, насіння деяких олійних культур та брухт чорних і кольорових металів. Україна поступово знижуватиме ці мита у торгівлі з ЄС, й через десять років експортні мита будуть остаточно скасовані.

Водночас для кількох товарів (шкіряної сировини, насіння соняшнику, окремих видів брухту) можливе застосування додаткового експортного збору, яка розпочнеться, якщо експорт в ЄС перевищить певне порогове значення, визначене в Угоді. Додаткові захисні заходи можуть застосовуватись протягом 15 років з початку дії Угоди.

Нетарифні бар'єри

Мабуть, найважливішим компонентом ПВЗВТ є зближення регуляторних систем України та ЄС, що веде до суттєвого зниження нетарифних бар'єрів у торгівлі між країнами та покращує можливості доступу на ринки третіх країн.

В рамках Угоди посилюється співпраця з ЄС у сфері митного регулювання, що сприятиме зниженню адміністративних бар'єрів при перетині товаром кордону України. Домовленості сторін стосуються покращення роботи митниць, підвищення прозорості та автоматизованості процедур, їх спрощення тощо. Ці заходи відповідають зобов'язанням, які й Україна, й ЄС як члени СОТ взяли на себе в рамках нової Угоди СОТ про спрощення процедур торгівлі.

Також в рамках ПВЗВТ передбачається поступова гармонізація системи технічного регулювання України та ЄС як на рівні загальних правил, так і на рівні технічних регламентів і стандартів для окремих видів товарів. Ця гармонізація дозволить підписати Угоду про

відповідність і прийнятність промислових товарів (АСАА), що знищить технічні бар'єри для виходу цих товарів на ринок ЄС.

Потенційно Угода АСАА буде поширюватись на всі 27 категорій товарів, щодо яких передбачена повна гармонізація технічних регламентів України з відповідними нормами ЄС. Це, в першу чергу, продукція машинобудування, будівельні матеріали, іграшки, пакування та відходи, вибухові речовини цивільного призначення тощо.

Відзначимо, що Україна вже зараз, тобто ще до початку дії ПВЗВТ, досягла дуже значного прогресу у виконанні цієї частини Угоди. Станом на початок 2016 року фактично гармонізоване так зване загальне (горизонтальне) законодавство. Також з 27 галузевих технічних регламентів, передбачених ПВЗВТ, 8 технічних регламентів максимально приведені у відповідність з нормами ЄС, а ще 16 базуються на нормах ЄС, але поки не ідентичні. Також відбувається активна робота по реформуванню системи стандартизації, метрології, оцінки відповідності та ринкового нагляду.

Головним завданням у сфері технічного регулювання, наряду з продовженням нормотворчої роботи, є забезпечення ефективного функціонування інституцій, відповідальних за впровадження нових норм.

Іншою важливою сферою, де відбудеться зближення законодавства України та ЄС, є санітарні та фітосанітарні заходи. Як вже було показано вище, протягом дії АТП тривала активна робота з підтвердження відповідності українських систем контролю за безпекою харчових продуктів нормам і практикам ЄС, що дозволило поступово відкривати ринок ЄС для окремих українських підприємств – експортерів.

Однак в рамках ПВЗВП поставлена значно амбітніша мета – створення на внутрішньому ринку України системи контролю за безпекою продуктів харчування, яка б відповідала європейській. Це довгострокова перспектива, яка вимагати значних зусиль як з точки зору гармонізації нормативного поля (необхідно буде ввести в українське законодавство норми понад 250 нормативних актів ЄС), так і практичного впровадження нових норм як державними органами, так і підприємствами.

Відбуватиметься також посилення захисту прав інтелектуальної власності, що є дуже важливим для забезпечення модернізації економіки та стимулювання інновацій. Водночас, зобов'язання України щодо географічних зазначень ЄС вимагатимуть від виробників протягом семи-десяти років здійснити ре-брендінг таких товарів як коньяк, шампанське, фета тощо.

Взаємне відкриття ринку державних закупівель також є однією з компонентів Угоди. Передумовою відкриття є впровадження стандартів ЄС. У цій сфері, як й у технічному регулюванні, Україна досягла значного прогресу протягом 2014-2015 років, тобто до початку застосування ПВЗВТ. Було оновлено законодавство та впроваджено систему електронних закупівель, що підвищує прозорість системи, а, отже, знижує корупційні ризики та збільшує ефективність державних видатків.

ПВЗВТ передбачає лібералізацію торгівлі послугами, а не лише товарами. Зокрема, в рамках Угоди очікується взаємне відкриття ринків міжнародних морських перевезень, фінансових послуг, комп'ютерних, поштових та кур'єрських послуг. Також спрощується вихід на ринки інших послуг.

Висновки

Завдяки дії автономних торговельних преференцій українські виробники змогли почати користуватись можливостями безмитного доступу на ринок ЄС раніше, ніж розпочала діяти ПВЗВТ. Тому вже зараз, на початку 2016 року, можна говорити про певні економічні підсумки застосування положень Угоди про асоціацію.

По-перше, відбувається поступова переорієнтація торговельних потоків на ЄС. У 2015 році торгівля товарами та послугами з ЄС складала 37% загального обсягу торгівлі, що є найвищим показником за історію спостережень.

По-друге, незважаючи на загальне скорочення експорту в ЄС, пов'язане зі складною економічною ситуацією в країні та падінням світових цін на сировину, експорт частини товарів зростає дуже швидкими темпами. Зокрема, значно збільшився експорт товарів тваринного походження, що пов'язано з успішним завершенням процесу отримання дозволу

експорту цих продуктів на ринок ЄС, а також із запровадженням безмитних тарифних квот для деяких з цих товарів.

По-третє, протягом 2014-2015 років експорт товарів, щодо яких діють тарифні квоти, фактично не обмежувався лише обсягами квот. Це дає підстави сподіватись, що часткова лібералізація сприятиме завоюванню ринку, а не стане бар'єром на шляху експорту.

Також, не чекаючи початку застосування ПВЗВТ, у країні відбувались реформи, пов'язані з реалізацією зобов'язань в рамках Угоди. Було досягнуто значного прогресу в реформі технічного регулювання та державних закупівель, однак в більшості сфер попереду ще довгий шлях змін.

Таким чином, незважаючи на дуже складні умови в країні протягом 2014-2015 років, частина українських виробників активізувала торгівлю з ЄС, а держава готувала підґрунтя для подальшої економічної інтеграції, змінюючи законодавство та розбудовуючи інституції. Якщо ані виробники, ані державні органи не припинять своїх зусиль, через кілька років позитивні економічні наслідки реалізації ПВЗВТ мають бути значно виразнішими.

10 КРОКІВ ДО ЕКСПОРТНОГО УСПІХУ НА РИНКУ ЄС²⁰

Як скористатись можливостями, відкритими Угодою про асоціацію?

Український бізнес активно прагне до експансії на міжнародні в т.ч. європейські ринки. І хоча багато компаній вже накопичили чималий досвід експорту в рамках СНД, практика показує, що експорт до регіонів та країн поза межами СНД викликає у підприємців багато додаткових питань. Насправді, проблеми з браком розуміння експортного алгоритму притаманні далеко не лише українським підприємцям. Вони є у малого та середнього бізнесу (МСБ) США, ЄС та багатьох інших країн! З огляду на це, уряди та бізнес-асоціації, спеціалізовані установи багатьох держав розробили велику кількість практичних методичних посібників для допомоги МСБ у експорті. Вони запустили спеціалізовані інституції і фінансові інструменти, що допомагають малим та середнім експортерам. У цьому розділі мова піде про алгоритм експортної діяльності, який структуровано на основі публікації *Асоціації експортерів харчових продуктів та напоїв Великобританії*. До британської основи додано інформацію від українського бізнесу та консультантів. Рівень узагальнення матеріалу також збільшено, щоб охопити ширше коло товарів для експорту.

1. САМООЦІНКА ТА САМОДІАГНОСТИКА

Початку експортної діяльності має передувати свідома, відверта і самокритична оцінка своєї компанії і свого товару власником бізнесу. Недооцінка експортного потенціалу компанії призведе до необґрунтованої відмови від експортної діяльності, тоді як переоцінка виллється у витрати без досягнення комерційних результатів.

Експортний успіх можна порівняти з перемогою у спортивних змаганнях: той, хто ретельно готується, розраховує сили, має стратегію і тактику перемоги, може розраховувати на успіх. З іншого боку активні дії з виходу на зовнішній ринок без належної підготовки можуть, в окремих випадках, загрожувати існуванню самого підприємства.

Приклад 1: українська компанія середнього розміру, що є виробником сумок і має багато невеликих клієнтів в Україні, отримує запит на комерційну пропозицію від великої міжнародної компанії. Тоді як кількість товару, зазначена у пропозиції, складає для української компанії ліву частку обсягів її виробництва, для міжнародної компанії це є дуже малим обсягом. Умови співпраці, зазначені у пропозиції, є досить жорсткими (штрафні санкції за невідвантаження, за затримки тощо) і власник розуміє, що у випадку роботи з такою компанією йому прийдеться відмовитися від співпраці з вже існуючою клієнтською базою в Україні. Власник вирішує не приймати пропозиції, оскільки поки що не відчуває, що його бізнес готовий до цього.

Приклад 2: українська компанія-виробник сумок встановлює контакт з Асоціацією бадмінтону Великобританії. Компанія йде далі і знайомиться з представниками регіональних клубів бадмінтону. Компанія вирішує запропонувати клубам виготовлення якісних чохлів для ракеток, на які можуть бути нанесені як безпосередні назви відповідних клубів, так і ім'я конкретного власника ракетки. Технологія нанесення назв може варіювати від фарбованих літер на шкірі до ручної вишивки. Враховуючи індивідуальність замовлення та вимоги до якості чохлів, українська компанія опиняється у вигідній позиції в порівнянні з виробниками чохлів на британському ринку (за ціною) з одного боку і на китайському ринку (за дизайном та якістю) - з іншого. Домовленості про постачання кількох чохлів для кожного окремого клубу можна досягати окремо одне від одного. В разі зміни ситуації, є можливість безпосередньо зв'язатися з представниками клубу і обговорити зміни в угоді. Компанія вирішує зробити комерційну пропозицію з постачання чохлів.

Коли ми розглядаємо питання готовності компанії до експорту до ЄС, до пошуку партнерів, то навіть таке питання, як наявність візи для подорожей до країн Шенгенської зони, стає надзвичайно важливим. Адже гнучкість у виборі місця зустрічі з потенційними партнерами дасть вам важливі конкурентні переваги.

²⁰ автор висловлює подяку рецензентам: Олені Ткаченко, партнеру, адвокату юридичної фірми "Кайрен" та Олегу Бойку, незалежному консультанту з питань ЗЕД

Процедури взаємодії з закордонними партнерами компанії мають бути добре опрацьовані. Адже власник бізнесу/директор є занадто зайнятим, щоб займатися прийомом дзвінків та відповідями на листи з технічних, логістичних та багатьох інших питань. Та і не кожен керівник бізнесу має знання достатньої кількості іноземних мов. Отже, після ознайомлювальних попередніх контактів оптимальним може бути представити партнеру людину, з якою можна буде швидко зв'язуватися для вирішення поточних питань включаючи питання виробництва і контролю якості, логістики та фінансів. Певною мірою ці функції можуть бути перекладені на зовнішню організацію в рамках аутсорсингу.

Зазвичай експорт не є діяльністю, що приносить швидкі продажі. Експортер має бути терплячим і проактивним, розвивати зв'язки з закордонними покупцями і споживачами протягом тривалого часу, завжди шукати і бути відкритим до нових можливостей і нових партнерств. Реалізація таких завдань вимагає від власника компанії, від експортного менеджера високого рівня розвитку так званих «м'яких навичок» (англ. *soft skills*), культурної гнучкості та адаптації, знання іноземних мов, емоційного інтелекту²¹. Разом з тим, найуспішнішими у міжнародному бізнесі стають люди, що мають не лише високий рівень гнучкості, але і внутрішній стрижень, що не лише поважають і розуміють культуру та специфіку партнерів, але і вміють гідно представити себе, як особистість і як представника іншої культури.

Експортне планування

Ретельний аналіз власних ресурсів та можливостей з огляду на завдання та виклики експорту є критичною передумовою для складання експортного плану. Експортний план має включити кроки для реалізації експортної стратегії, цільові показники (наприклад, по обсягу продажів на експорт), ресурси для виконання плану і відповіді на важливі пов'язані питання, зокрема:

- **людські ресурси** - чи зможете ви "перекинути" персонал на розвиток експортної діяльності, чи вам необхідно наймати нових співробітників для розвитку експорту?
- **масштабованість та управління змінами** - якщо закордонний попит на товари зростає швидко, чи будете ви в змозі, чи буде у вас план для нарощування обсягів виробництва?
- **зміни до товару** - чи ви зможете вносити зміни до вашого товару з метою збільшення можливостей закордонних продажів і відповідності закордонному регулюванню?
- **відвідування ринку** - відвідування регіональних ринків і демонстрація вашого продукту на торгових виставках є найкращими шляхами для розбудови контактів і перетворення на успішного експортера. Чи у вас є ресурси для інвестування у цю діяльність?

2. ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКУ

Особливості Європейського Союзу як єдиного ринку

Бізнес-середовище ЄС значно відрізняється за своїми характеристиками від експорту до СНД - за усталеними правилами ведення бізнесу, за рівнем прозорості, за рівнем розвитку споживчої культури.

Інколи ринок ЄС сприймають як один ринок. Частково це є правдою, адже регуляторне середовище ЄС є радше однорідним (за обов'язковими вимогами до продукції та засадами регулювання в цілому). Інформацію щодо обов'язкових вимог до продукції українські експортери можуть отримати у базі "Служби підтримки експорту ЄС" bit.ly/ExportHelpdesk. "Єдиність" ринку також зумовлена тим, що Європейський Союз проводить централізовану зовнішньоторгівельну політику. Таким чином, розміри мит на імпорту товарів до ЄС є уніфікованими, а розміри квот на ввезення сільськогосподарської продукції з третіх країн визначаються для усіх 28 країн-членів ЄС в цілому. Форми подання митної документації мають єдину базову структуру (з можливістю внесення невеликих змін

²¹ англ. *emotional intelligence* - здатність індивідумів розпізнавати власні емоції та емоції інших людей, розрізняти різні почуття і належним чином класифікувати їх, а також використовувати "емоційну інформацію" для скерування мислення та поведінки.

кожною окремою країною). Зрештою, вільний рух громадян країн ЄС усередині цього торгового блоку також є значним фактором розвитку бізнесу та співпраці між компаніями на величезних теренах Європейської Спільноти.

Національні ринки країн-членів ЄС загалом мають високий рівень доходу на душу населення, високий рівень розвитку бізнес-культури, невеликий розрив у рівні життя між великими містами та сільською місцевістю, високий рівень розвитку інфраструктури.

Але на цьому подібності між 28-ма європейськими ринками закінчуються. Країни мають різні мови, відмінні культурно-ментальні характеристики, різні історичні спадки і різні географічно-кліматичні умови. Окрім того, добровільні стандарти, що вимагаються контрагентами в ЄС, можуть також змінюватися від однієї країни до іншої. Це вимагає диференційованого підходу до розробки експортних стратегій на різних національних ринках Європейського Союзу.

Ще перед проведенням дослідження ринку переконайтеся, що ви повністю розумієте унікальність своєї товарної пропозиції (англ. Unique Selling Points) і профіль потенційних споживачів - наприклад, вік або групу за рівнем доходу, яких вже зацікавив ваш товар на внутрішньому ринку.

Дослідження ринку починаємо з визначення регіонів та країн, де існують найкращі можливості для вашої компанії. Лише в цьому випадку можна спрямувати ресурси на досягнення найвищих результатів.

Дослідження ринку допоможе вам визначити цільові ринки, а також виявити цільові сегменти в рамках окремих ринків, зрозуміти потенційні моделі входу на ринок і включити до вашого бізнес-плану реалістичні цілі. Під час дослідження ринку необхідно дати відповіді на питання:

- куди імпортується, де споживається найбільша кількість продукту вашого типу і які ринки ростуть найдинамічніше?
- на яких ринках очікується найбільше зростання з огляду на доходи на душу населення?
- наскільки великим є ринок вашого продукту в аналізованому регіоні?
- як культурні та/або релігійні практики на вашому цільовому ринку впливають на споживання/попит?
- якими є демографічні тенденції ринку - це молоде чи старе населення?
- якою є щільність населення у вашій цільовій групі?
- якою є географічна структура ринку? Чи є окремі регіони/міста, на яких варто зосереджуватися? (адже малоймовірно, що вам від початку вдасться експортувати до усіх регіонів країни)
- якими є бар'єри до експорту і наскільки складно експортувати на окремий ринок?
- хто є вашими основними конкурентами? Чи ваш продукт є конкурентним?

3. ДОСЛІДЖЕННЯ ПРОДУКТУ

Після того, як ви визначили цільові ринки, необхідно зробити аналіз для визначення потреб у адаптації/зміні товару для продажів у цільовій країні.

Маркування і пакування

Маркування товару, дизайн пакування та матеріалів може потребувати врахування регіональних відмінностей. Це стосується в т.ч. відмінностей у нормативному регулюванні.

Корисне посилання

На сторінці Агенції з харчових стандартів Великобританії знаходиться навчальний курс по маркуванню продуктів харчування "Food labelling e-learning course" <http://bit.ly/FoodLabel-elearning>

Які фактори необхідно узяти до уваги:

- надання споживачам нової інформації - чи необхідно включити яку-небудь додаткову інформацію до вже наявної на етикетці?
- дизайн етикетки - чи інформація має бути просто викладена чи відформатована особливим чином?
- культурні фактори - чи назва вашого товару, кольори та дизайн пакування будуть апелювати до цільової аудиторії на визначених ринках?
- переклад етикетки - чи вам потрібно перекладати інформацію на упаковці на інші мови?
- твердження щодо товару - якщо ваш товар несе на собі будь-яке твердження (наприклад "Не містить ГМО", "органічна продукція" тощо), чи це буде сприйнято іноземним регулятором?
- продати до/використати до/виставляти до/найкраще вжити перед - чи ці формулювання використовуються на ваших цільових ринках? Якщо ви продаєте товари нетривалого зберігання, чи вони залишатимуться придатними до вжитку на момент, коли надійдуть до цільових ринків/споживачів?
- розмір упаковки/матеріали/міцність - з'ясуйте, чи розмір вашої упаковки та матеріалів до неї є прийнятним для відповідних органів влади на ринку, що є вашим цільовим? Чи упаковка є достатньо міцною, щоб витримати транспортні та температурні перепади?

Ціноутворення

Перед тим як ви почнете комунікацію з покупцями, вам необхідно мати добре розуміння того, як буде визначатися ціна вашого товару, щоб утримати необхідний рівень прибутковості. Ви можете зробити це через створення схеми «ланцюга ціни», беручи до уваги такі фактори:²²

- 1) базова ціна продажу;
- 2) витрати на транспортування, страховку, документацію та сертифікацію;
- 3) ціна "на місці" (1+2);
- 4) місцеві імпорتنі збори та податки (якщо застосовується);
- 5) прибуток дистриб'ютора: %;
- 6) прибуток оптовика: %;
- 7) прибуток роздрібного торговця: %;
- 8) збори роздрібного торговця/підтримка;
- 9) ПДВ: %;
- 10) ціна роздрібного продажу.

Приклад:

Типові рівні прибутку, що закладаються учасниками ринку у галузі харчової продукції:

- Роздрібний торговець - супермаркет 25-40%, Delicatessen²³ 40-50%+
- Оптовий торговець - 15-25%
- Дистриб'ютор - 25-40% (витрати оптового торговця та дистриб'ютора можуть поєднуватися у випадку, якщо дистриб'ютор постачає товар напряму роздрібним "точкам")

Позиціонування товару

Представляючи свій товар потенційним партнерам на теренах Європейського Союзу, варто якомога чіткіше усвідомлювати, у чому саме полягає ваша конкурентна перевага перед пропозиціями подібних товарів.

²² наявність або відсутність кожного з нижчеперерахованих факторів залежить від структури конкретного ринку/сегменту в країні експорту

²³ цей термін позначає крамницю, що продає приготовлене м'ясо, сири, та нетрадиційні або іноземні готові харчові продукти

VimesVC²⁴: досвід позиціонування українських товарів

Українські виробники промислової продукції середнього рівня у сегменті B2B зазвичай мають 20-30% перевагу по ціні над європейськими виробниками і знаходяться на одному ціновому рівні або трішки вище китайських виробників.

Коли український продукт пробудив первинний інтерес потенційного західного партнера, в ході первинних переговорів українські підприємці часто вдаються до стратегії цінової боротьби, прагнучи виграти "двобій" з абстрактними китайськими заводами. Зазвичай у цій боротьбі виграти надзвичайно важко. Інший варіант - коли український товар є безперечно дешевшим і якіснішим, і, тим не менше, українські компанії стикаються з небажанням продовжувати роботу з ними. Ключова причина - персональна мотивація покупця. З одного боку, він може переключитися на іншого іноземного виробника і зекономити для своєї компанії кілька відсотків, отримавши за це невеликий бонус наприкінці року. З іншого боку, якщо покупець прийме рішення працювати з новим виробником з малознайомої країни і потім поставка зірветься, то сам наражається на ризик втратити роботу. За таких умов навіть ціна не стає вирішальним фактором.

Дмитро Гілгур, директор VimesVC, радить не звертати надмірної уваги на кліше на кшталт "у Китаї дешевше" і "хіба у вас не війна?". Вихідна позиція - українська ціна та якість не гірше, ніж у європейських аналогів. Після "фіксації" цього факту варто зосередитися на тому, що український виробник може протягом тижня підготувати і доставити товар до дверей (китайський постачальник - за 1-2 місяці). Зрозуміло, що необхідно буде побудувати логістичний ланцюг, але це більш, ніж реально.

Клієнтська підтримка - неймовірно важливий момент! Мається на увазі повноцінна клієнтська підтримка, яка базуватиметься, бажано, в Англії. Це той самий стимул, який допомагає покупцю вирішити ризикнути і переключитися на нового постачальника, а також дозволяє позиціонувати товар на якісно іншому рівні. На жаль, це той самий момент, який часто випускається внаслідок глибоковкоріненого радянського менталітету: "от є товар - нехай купують і не морочать мені голову". Така позиція вбиває багато угод ще в зародку.

Гнучкість по ходу виконання замовлення - у більшості випадків це стосується нових продуктів. Під час обробки замовлення відбуваються зміни, що потребують розв'язання невеликих проблем по ходу справи. В українського виробника є безсумнівна перевага, оскільки часто азійські виробники орієнтуються на масове виробництво "під кальку", а європейські вимагають занадто велику ціну за будь-які додаткові роботи, якими б тривіальними вони не були.

З цього усього впливає те, яким чином можна себе позиціонувати в оптимальний спосіб, а саме: ви є недорогим виробником з європейським рівнем сервісу, що вже не стоїть в одній категорії з дешевими азійськими компаніями і з яким дійсно можна будувати довгострокові ділові стосунки.

4. ШЛЯХ ДО РИНКУ

Необхідно вирішити, які альтернативні шляхи/канали виведення товару існують на цільовому ринку, і який саме метод ви оберете для проникнення на нього, а також де саме ви бажаєте продавати свої товари.

Які посередники?

Якщо ви експортуєте вперше, імовірно, що вам знадобиться допомога у маркетингу та продажах вашого товару за кордоном:

- **Імпортери/дистриб'ютори** купують товар від вас напряму і зазвичай продають його роздрібним торговцям та компаніям на окремому ринку або в окремому регіоні.

²⁴ українсько-британська консалтингова компанія VimesVC www.vimesvc.com

Поради

- 1) Якщо можливо, відвідайте дистриб'ютора у країні, де він працює, і домовтесь про пробний період (для початку) з взаємно узгодженими цілями та показниками продажів - перед встановленням більш довготермінового партнерства.
- 2) Вивчіть можливості отримання консультацій щодо місцевого законодавства країни, пов'язаного з дистриб'юторськими угодами - в т.ч. зверніться до співробітників посольства України в країні експорту.
- 3) Ретельно обирайте дистриб'ютора, переконайтеся, що він здатен до ефективних продажів вашого товару і має підтвержену успішну історію у секторі продажів, а також добру ділову репутацію.
- 4) Тримайте регулярний контакт з дистриб'ютором і проводьте регулярні перегляди умов та результативності співпраці.

- **Експортні трейдери/консолідатори** - компанії з України, що можуть купити ваші товари напряму і продати їх за кордон від свого імені. За цього підходу ви будете експортувати з мінімальними зусиллями, але ваш бізнес не матиме контролю над тим, як продаються ваші товари.
- **Агенти** можуть призначатися для знаходження покупців від вашого імені і зазвичай працюють за комісійну винагороду.

Поради

- 1) Якщо ви обрали роботу з агентом, переконайтеся, що він має досвід роботи з компаніями, які продають такий самий або подібний товар закупівельникам, що працюють з вашою цільовою споживчою групою.
- 2) Укладіть письмовий контракт перед тим, як агент почне діяти від вашого імені. Визначте у контракті в т.ч. територію і цільові обсяги продажу.
- 3) Домовтесь про пробний період перед встановленням більш довготермінових стосунків.
- 4) Тримайте регулярний контакт зі своїм агентом і проводьте періодичні перегляди.

Визначення каналів продажу

Важливо дослідити середовище роздрібної торгівлі на ринку, куди ви плануєте експортувати, щоб зрозуміти, які канали будуть найбільш ефективними для досягнення максимальних продажів. Це згодом допоможе у виборі місцевих партнерів.

Фактори, які необхідно розглянути:

- які канали продажу продають товари вашої категорії, що відповідають позиціонуванню вашого товару (економ, середній клас, преміум-сегмент)?
- чи ваш товар має потенціал у сфері обслуговування або готельному секторі, наприклад, у кав'ярнях або готелях? Це є особливо актуальним для сектору харчових продуктів, напоїв, шкіргалантереї та легкої промисловості;
- які типи каналів продажу приваблюють яких покупців? З цього можна зрозуміти, які канали найбільш підходять для вашого товару.

5. СТВОРЕННЯ МОЖЛИВОСТЕЙ

Щоб ефективно просувати ваш продукт та створювати нові бізнес-можливості, необхідно розглянути усі доступні та ефективні канали просування - з огляду на ваш цільовий ринок та аудиторію.

Вебсайт, соціальні мережі, бази даних

Підтримка актуального та інформативного веб-сайту компанії є важливою і необхідною інвестицією, оскільки створить зручну точку контакту з потенційними споживачами.

В залежності від вашої цільової групи споживачів, соціальні медіа можуть бути дешевим і ефективним способом розбудови впізнаваності вашого бренду.

Поради

1) **Сайт.** Оновіть ваш веб-сайт, щоб поінформувати потенційних споживачів, що ви бажаєте експортувати. Надайте контактну інформацію співробітника, що займається експортними продажами. Інформація на сайті має надаватися в т.ч. мовою цільового іноземного ринку або англійською мовою.

2) **Соціальні мережі.** Дослідіть шляхи використання соціальних мереж, як низьковитратного та ефективного інструменту розбудови бренду, встановлення нових контактів та просування продукту. Зверніть особливу увагу на ділову соціальну мережу LinkedIn: тут можна легко «вийти» на необхідні закордонні контакти, отримати відповіді на питання стосовно закордонних ринків через комунікацію на пряму, стати членом спеціалізованих ділових спільнот через участь у тематичних групах.

Переважна більшість соціальних мереж дозволяє створювати дописи з можливістю платного «просування» серед цільових аудиторій. При цьому ви можете «фільтрувати» цільову аудиторію за кількома критеріями (вік, галузь, географічне розташування, інтереси, смаки тощо).

Для товарів, що мають ефектний вигляд, можна скористатися каналом просування та продажів через сервіси Instagram та Pinterest. Товари ручної роботи добре продаються через спеціалізовані міжнародні Інтернет-магазини - такі, як etsy.com. В усіх цих випадках критично важливим є наявність якісних, цікавих та професійних фото товару, який ви пропонуєте для закордонних продажів.

Інформація вашого сайту, ваших сторінок у соціальних мережах та ділові бази даних мають бути з'єднані між собою взаємними посиланнями і спільно працювати на створення гармонійного образу вашого бренду та вашого бізнесу.

3) **Ділові бази даних.** Ви можете шукати партнерів, конкурентів та розміщувати інформацію про свій бізнес та товари у міжнародних/регіональних та національних базах даних. Вже зараз є досить багато електронних ресурсів, що дозволяють розмістити інформацію про свій бізнес у базі даних безкоштовно (europages.com та інші).

Торгові виставки

Торгові виставки є одним з найкращих шляхів для зустрічі з покупцями і генерування потенційних клієнтів (лідів). Водночас, перед тим, як приймати участь у виставці, варто чітко визначити свої цілі та очікування від участі. Це полегшить вам підготовку до участі. Також необхідно розуміти очікування потенційних партнерів. Наприклад, якщо ви є малим підприємством, що лише почало випуск продукції, якщо у вас ще немає історії і обсягів виробництва, то це становить серйозний бар'єр для початку співпраці. Але усе залежить від того, в якій виставці ви берете участь, і що будуть шукати потенційні учасники та відвідувачі. Це зумовлює необхідність уважного вивчення типової цільової аудиторії учасників виставки ще ПЕРЕД реєстрацією для участі у відповідних виставкових заходах.

Альтернативи участі у виставках

В практиці українського бізнесу трапляються випадки, коли участь у виставці не приносить бажаних результатів. В першу чергу це стосується участі у виставках, цільові аудиторії яких безпосередньо не стосуються вашого товару/ніші. Якщо ви є виробником електричного устаткування, недостатньо знайти виставку, де виставляються виробники електричного устаткування. Раптом це виявиться виставкою енергозберігаючого устаткування або електричного устаткування для медицини, або для управління будинком тощо. Тому треба чітко зрозуміти, які категорії відвідувачів приїждять на виставки і з якими очікуваннями. Більше того, бажано зрозуміти алгоритм успішної участі у виставці.

Досвід участі у виставкових і ярмаркових заходах українського виробника дизайнерського одягу

Український виробник приймав участь в одній з виставок одягу у Данії. Попри високу якість та конкурентність українського товару серед виставкового асортименту, до стенду компанії не підійшов жоден відвідувач. Виявилось, що для залучення відвідувачів необхідно скористатися послугами агентів, оскільки люди підходять до стендів маловідомих компаній лише у випадку, коли виставкові агенти радять їм це зробити.

З іншого боку, компанія мала успішний досвід участі у місцевому тематичному традиційному ярмарку у Вільнюсі. Участь у подібних відкритих заходах дає змогу порівняно дешево протестувати експортний потенціал. У випадку українського виробника, продажі своїх виробів під час ярмарку дали змогу додатково покрити дорожні та організаційні витрати і «вийти в плюс». Товар змогли побачити багато людей і комерційний успіх значно посилив впевненість компанії у своїх експортних перспективах. Якщо ви вирішите брати участь у подібних заходах, то треба також подбати про відповідність вимогам. Наприклад, вимога щодо наявності касових апаратів не залишить вам можливості вільної самостійної участі - потрібно буде домовлятися про якусь форму співпраці з місцевим зареєстрованим підприємцем. Водночас, на подібних заходах правила участі можуть бути «гнучкими» з метою залучення якомога більшої кількості учасників.

Відвідування ринків

Важливо відвідувати ринки, які ви визначили в якості цільових. Організовуючи візит, добре плануйте свою подорож з огляду на свята та розклади роботи і транспорту. Подумайте можливі подарунки, зверніть увагу на особливості ділової культури та стандарти спілкування у вашому цільовому бізнес-середовищі.

Поради для відвідування ринків

- 1) Переконайтеся, що ви зробили свою "домашню роботу" - добре володієте інформацією про ваш продукт, ринок і споживача.
- 2) Підготуйте "історію"/презентацію для ваших продажів (sales pitch), щоб просувати свій товар потенційним споживачам.

Торгові місії/участь у торгових місіях

Відвідування цільових ринків може відбуватися в т.ч. в межах торгових місій за кордон - за участю компаній, бізнес-асоціацій, представників місцевої/центральної влади. Цей формат має переваги у тому, що присутність представників влади з двох боків може знизити сприйняття ризику співпраці з українськими контрагентами.

6. УМОВИ ПРОДАЖУ

Технічні елементи експорту починаються після надходження перших запитів від потенційних споживачів. Для роботи на цій стадії знадобиться:

- **розуміння міжнародних торгових правил.** *Incoterms* є міжнародно узгодженими правилами, що визначають умови постачання товарів, якими торгують у міжнародному масштабі. Вони дозволяють покупцю та продавцю домовитися про детальні умови продажу і уникнути будь-якого майбутнього непорозуміння або спорів. Офіційну україномовну публікацію правил Інкотермс можна замовити на сайті www.incoterms.zed.ua. Окрім того, обговорити оптимальні правила постачання на базі Інкотермс можна з професійними представниками експедиторських та логістичних компаній;
- **експортна документація.** Вам необхідно визначити вже на перших етапах, які документи необхідні для входження на ринок, а також скільки часу знадобиться для доставки вашого товару споживачеві;

• **письмова експортна цінова пропозиція** включає:

- детальний опис вашого товару: розмір упаковки, формат упаковки, чи етикетування та пакування для експорту супроводжуватиметься додатковими витратами;
- ціна і умови постачання (Incoterms, як зазначено вище);
- час підготовки замовлення;
- оціночна дата відвантаження і прибуття (якщо застосовується);
- умови платежу.

Умови платежу

Важливо чітко визначити умови платежу і переконатися, що вони узгоджуються з вашим бізнес планом. Інструменти платежу можна ранжувати від найбільш ліберальних (платіж на відкритий рахунок) до найбільш консервативних (невідкличний акредитив).

Якщо ви стратегічно зорієнтовані на експорт та на співпрацю з конкретним партнером, варто проаналізувати/перевірити його самостійно, зрозуміти його бізнес-модель і підібрати такий механізм оплати, який би максимально задовольняв інтереси і потреби обох сторін.

Те ж саме стосується планування логістичного ланцюга. Йдіть назустріч клієнту, максимально комунікуйте з ним і намагайтеся ставати його надійним партнером.

Хто може допомогти?

Ваш новий споживач/потенційний партнер може допомогти вам з'ясувати, що саме вимагається від вас і може сприяти вам у цьому процесі. Також можуть стати у пригоді регіональні Торгово-промислові палати, організації сприяння експорту (клуби, асоціації, спеціалізовані департаменти органів місцевого самоврядування).

7. ЮРИДИЧНІ АСПЕКТИ

Переконайтеся, що у вашій компанії ведеться правильна робота для укладання контракту, що умови виписуються таким чином, що ви отримаєте оплату вчасно і у вас не виникне конфлікту з покупцем.

Коли Ви укладаєте письмову угоду зі своїм закордонним партнером, бажано, щоб вона була підтверджена досвідченим міжнародним юристом (краще підготовлена ним) і включала наступне:

- територію угоди;
- субагентів та дистриб'юторів (якщо застосовується);
- ставку комісійних (у випадку агента);
- валюту і умови платежу;
- рівень відповідальності – наприклад, у просуванні вашого бренду;
- частоту звітування та надання інформації для споживачів;
- тривалість та закінчення угоди;
- цілі щодо обсягів продажу.

Вам необхідно також переконатися, що ви врегулювали наступні питання:

- **захист прав інтелектуальної власності.** Запитайте у вашого юридичного консультанта поради щодо захисту інтелектуальної власності на закордонних ринках. Ви можете мати зареєстровану торгову марку в Україні, але якщо немає міжнародної реєстрації, то цей захист не поширюватиметься на інші ринки. Якщо ваш товар буде скопійований, нарощувати продажі на новому ринку стане дуже складно;
- **відповідність продукту.** Це є вашою кінцевою відповідальністю, але варто уважно перевірити детальні вимоги з боку вашого дистриб'ютора та споживачів.

Завжди варто шукати поради досвідченої міжнародної юридичної компанії для перевірки міжнародних контрактних зобов'язань.

8. ДОКУМЕНТАЛЬНІ АСПЕКТИ

Документація має відповідати вимогам ваших клієнтів і митниці та має досить суттєві відмінності на різних ринках.

Первинні кроки

Варто призначити експедиторську компанію, що постачатиме ваші товари і виконуватиме за вас і від вашого імені великий обсяг паперової роботи. Пошук надійної експедиторської компанії для потреб малого та середнього бізнесу в межах ЄС можна почати з сайту Європейської асоціації експедиторських компаній (European Freight Forwarder Association, EFFA) за посиланням http://bit.ly/EFFA_members. Можливо ваші колеги по галузі зможуть також порадити вам певну експедиторську компанію. Ви також можете пошукати в Інтернеті, але переконайтеся, що компанія має досвід у транспортуванні вашого типу товару.

Документи, необхідні для експорту в межах ЄС

В межах ЄС існує вільний рух товарів - товари можуть вільно рухатися між кордонами країн-членів ЄС без митних перевірок. Деякі документи можуть усе ж вимагатися - для точного з'ясування цього варто зв'язатися з владою країни призначення.

Документи, необхідні для експорту з-поза меж ЄС

Ваш покупець, експедиторська компанія та посольство/консульство України в країні призначення можуть допомогти вам визначити необхідні документи. Але зазвичай це:

- **рахунок-фактура** - стандартний рахунок, що надає інформацію по ціні за штуку товару, кількість одиниць та суму, а також фінансову інформацію та адресу. Деякі ринки можуть вимагати додаткову інформацію - ваш новий покупець буде у змозі порадити;
- **рахунок-проформа**. Рахунок, що надає інформацію щодо ціни за одиницю, кількість одиниць і загальну суму (так само, як і у рахунку-фактурі). Рахунок-проформа може також включати більш специфічну інформацію про покупця, продавця, транспортування та країну походження;
- **страхувальний документ**. Підписаний документ, що підтверджує, що є страховка для товарів, які ви екпортуєте;
- **сертифікат походження** - документ, що засвідчує походження товарів, які ви екпортуєте. Для підтвердження походження з метою експорту до ЄС вам буде необхідно отримати сертифікат форми EUR1. Більш детальну інформацію щодо форми та процедури отримання сертифікату походження для експорту в ЄС можна отримати у файлі за адресою http://bit.ly/EUR1_DCCI;
- **сертифікат здоров'я** (Export Health Certificate, вимагається для продукції тваринного походження). Такий сертифікат має бути підписаний офіційним ветеринаром уповноваженого органу влади України і гарантувати, що умови імпорту до ЄС було виконано.

ПДВ

- Усі товари, що експортуються з України, оподатковуються ПДВ в Україні за нульовою ставкою.
- Ставка ПДВ на ввезення товарів у відповідну країну та на продажі товарів всередині країни визначається законодавством цієї країни.

За потреби отримати додаткову допомогу та пораду можна звернутися, в т.ч., до посольства України у вашій цільовій країні.

9. ФІНАНСИ І СТРАХУВАННЯ

Важливо покрити/знизити експортні ризики, щоб забезпечити отримання оплати відповідно до викладених у контракті умов. Більшість подібних ризиків лягає на продавця (якщо тільки сторони не погодили попередню оплату 100%). Отже, захист від неплатежу, втрати або псування товарів є надзвичайно важливим. Страхівка допоможе пом'якшити ці ризики.

Страхування вантажу

Експедиторські або транспортні компанії приймають на себе обмежену відповідальність за втрату або псування товарів під час їхнього транспортування. Страхування транспортування є суттєвим і може бути організоване через страхового брокера або експедиторську компанію.

Кредитні перевірки

Закордонні партнери мають перевірятися вашим банком або кредитною агенцією. Водночас перевірку базової інформації про потенційного партнера ви можете здійснити самостійно - використовуючи простий пошук в Інтернеті, а також інформацію з національного бізнес-реєстру країни походження компанії. На ринку також існує немало інформаційних агенцій для бізнесу, що можуть надавати довідки щодо проблем з платоспроможністю конкретних компаній.

Страхування торгових кредитів

Варто захистити свою компанію від неплатежу у випадку неплатоспроможності або неможливості оплати з інших причин, таких як природні катаклізми. Зв'яжіться зі страховальником для отримання подальшої інформації.

Експортне фінансування

Існує кілька послуг, що пропонуються банками і дозволяють експортерам створити надійний фінансовий механізм між покупцем та продавцем для пом'якшення ризику неплатежу. Зв'яжіться зі своїм банком, щоб обговорити, які послуги доступні на ринках, куди ви збираєтесь експортувати. Подібна інформація може бути в наявності банків, що мають розгалужені міжнародні зв'язки.

10. МЕНЕДЖМЕНТ І ВДОСКОНАЛЕННЯ

Після того, як перше відвантаження з України відправлене, варто здійснити кілька кроків, щоб збільшити свої шанси на продовження бізнесу. Такі дії допоможуть вам побудувати добру міжнародну репутацію - репутацію надійного партнера. Для цього:

- підтримуйте контакт з вашими закордонними клієнтами. Здійснюйте регулярні візити на ринок і разом аналізуйте прогрес, ставлячись до закордонних клієнтів як мінімум так само, як ви ставитеся до своїх клієнтів в Україні;
- переконайтеся, що ваші відвантаження не затримуються. Переконайтеся, що ваші товари доставляються вчасно відповідно до умов контракту. Регулярно зв'язуйтеся зі своєю транспортною компанією, переконуючись, що товари транспортуються без затримок або швидко дійте, щоб попередити будь-які тривалі затримки;

- зв'яжіться з іншими потенційними клієнтами на ринку. Якщо ваші товари експортуються не ексклюзивно одному покупцю, налагодьте контакт з іншими потенційними клієнтами і спробуйте наростити свої продажі;
- підтримуйте діяльність з просування. Щоб тримати динаміку, підтримуйте діяльність з просування продукції через торгові виставки та рекламу;
- погодьте план розвитку ринку з імпортером/дистриб'ютором. Успіх вашого товару за кордоном має бути майже настільки ж важливий для вашого експортного партнера, як і для вас. Розробіть спільно погоджений план розвитку, щоб нарощувати продажі і підтримувати дієвий зв'язок;
- перенесіть свої знання на нові ринки. Використовуйте ваш досвід, відгуки та навички для початку експорту на нові ринки.

Інститут Євро-Атлантичного співробітництва (ІЕАС) є незалежною громадською дослідницькою організацією, базованою у Києві. Інститут займається ґрунтовними дослідженнями у галузі зовнішньої та внутрішньої політики, а також здійснює просвітницькі заходи, спрямовані на досягнення сталого демократичного розвитку українського суспільства. Діяльність ІЕАС включає розробку політичних рекомендацій, аналітичних звітів та позиційних документів, громадських кампаній адвокації, незалежний аналіз та моніторинг, проведення міжнародних та всеукраїнських конференцій, семінарів, круглих столів, навчальних візитів тощо. ІЕАС бере активну участь у роботі Форуму громадянського суспільства Східного Партнерства, Платформі громадянського суспільства Україна- ЄС, Громадської ради при Міністерстві закордонних справ України, Громадської експертної ради при Українській частині Комітету з питань співробітництва між Україною та ЄС. Активно співпрацює зі ЗМІ; експертів Інституту цитують всеукраїнські, регіональні, місцеві та зарубіжні медіа.

Фонд Конрада Аденауера є німецьким політичним фондом, діяльність якого ґрунтується на засадах німецької християнської демократії. Фонд здійснює свою діяльність у світових масштабах через мережу закордонних представництв, провадячи понад 200 регіональних і тематичних проектів майже у 120 країнах світу. **Представництво Фонду Конрада Аденауера в Україні** з 1994 року супроводжує процес політичних, суспільних і економічних перетворень. Фонд співпрацює в Україні із мережею партнерських організацій, серед яких - Верховна Рада України, Секретаріат Президента України, місцеві державні адміністрації, структури політичних партій, неурядові організації, університети та аналітичні центри. Фонд підтримує не лише місцеві ініціативи у царині політичної освіти, але й демократичні партії України та їх молодіжні організації, а також талановиту і суспільно активну молодь, надаючи стипендії на навчання та наукову діяльність у Німеччині, проводить конференції, семінари, круглі столи та дискусії з найактуальніших політичних і суспільно важливих тем. Основними програмними напрямками діяльності Представництва Фонду Конрада Аденауера в Україні є наразі політична освіта, європейська інтеграція, трансатлантична співпраця, сталий розвиток, підтримка незалежних мас-медіа, культура пам'яті, соціальна ринкова економіка тощо. Також Фонд надає політичні консультації та публікує аналітичні звіти – policy papers – щодо окремих сфер політики, економіки, сталого розвитку тощо, один із яких Ви тримаєте у руках.

Олександр Сушко є науковим директором Інституту Євро-Атлантичного співробітництва з 2006 року. Починав роботу в неурядовому секторі, працюючи дослідником, керівником моніторингової програми та директором Центру миру, конверсії та зовнішньої політики України (1999-2006). Захистив кандидатську дисертацію з політології міжнародних відносин в Інституті світової економіки та міжнародних відносин НАН України (1998). Є автором понад 100 публікацій з питань міжнародної та внутрішньої політики України, європейської та євроатлантичної інтеграції, експертом з питань свободи пересування і безвізового режиму. Є активним учасником експертних мереж та громадських ініціатив європейського спрямування. У 2012-2014 роках був українським національним координатором Форуму громадянського суспільства Східного партнерства. У 2015-2016 роках – перший співголова (з українського боку) Платформи громадянського суспільства Україна-ЄС, створеної в рамках Угоди про асоціацію. З 2011 року є Головою Правління Міжнародного фонду «Відродження».

Вероніка Мовчан є Директором з наукової роботи Інституту економічних досліджень і політичних консультацій (ІЕД) і членом редакційної ради VoxUkraine. Також, в якості короткострокового експерта, брала участь в проектах ЄС, Світового банку, ПРООН, USAID тощо. Спеціалізується на аналізі торговельної політики, зокрема на питаннях, пов'язаних з СОТ, регіональною інтеграцією, заходами нетарифного захисту, моделюванням змін в політиці, в тому числі за допомогою моделей загальної рівноваги. Отримала ступінь магістра економіки в Національному університеті «Києво-Могилянська Академія» (Україна).

Олег Мирошніченко - тренер і консультант з питань експорту на європейські та міжнародні ринки, автор двох книг з питань експорту для українських підприємців. У 2010-2013 роках працював у торговій секції Представництва Європейського Союзу в Україні, опікувався питаннями СОТ, бізнес-клімату, підтримкою зв'язків із бізнесом, урядовими структурами України та низкою директоратів Європейської Комісії в Брюсселі. Брав участь у проекті Міжнародного центру перспективних досліджень по підготовці уряду України до імплементації Угоди про асоціацію з Європейським Союзом. Був радником проекту Українсько-європей-

ського дорадчого центру з питань законодавства за напрямками адаптації законодавства та регуляторної оцінки впливу. Вивчав політику, економіку та право Європейського Союзу в Collegio Europeo di Parma (Італія). Спеціалізується на проведенні навчальних заходів (семінарів) з експортної діяльності, зокрема на ринки ЄС. Надає консультації експортерам - особливо початківцям. Веде професійний блог www.export-ua.blogspot.com.

Роберт Хорольський, к.ю.н. Радник Юридичної компанії «Фомін, Сергієнко та партнери» (м. Київ). Спеціалізується на питаннях права європейської інтеграції та міжнародного комерційного права.

Summary

The unprecedented struggle for the EU-Ukraine Association Agreement has already become part of the political history of Europe, even though this struggle is not over yet. The publication at hand highlights implementation challenges and mechanisms of the Agreement and provides analysis of its first consequences. Furthermore, the publication discloses new opportunities for Ukrainian businesses that need specific knowledge and tools for accessing the market of the European Union, which is the most effective and competitive market in the world.

The initiators of this publication were among the pioneers who developed a concept and recommended key elements of the Association Agreement in those days when neither the name nor the content of the Agreement have yet become a reality. A significant number of our proposals have been taken into consideration during the negotiating of the Agreement.

Today, among more than 20 different Association Agreements between the EU and third countries, the EU-Ukraine Agreement can be considered as having the highest democratic legitimacy. After all, the story of the Agreement between the EU and Ukraine is the only example where citizens paid an extremely high price to defend their right to dignity embodied in the - from a bureaucratic point of view - rather routine Association Agreement.

The idea of the publication emerged during the last round of regional round tables and public debates on European integration, organized since 2001 by the Institute for Euro-Atlantic Cooperation together with the Konrad Adenauer Foundation.

Participants of our round tables repeatedly turned to us with the wish to get systematic information on the consequences of the Agreement - for both the political and legal system and for the economy of Ukraine. In addition, participants asked for practical recommendations for Ukrainian businesses, especially small and medium, on how to use the new opportunities provided by the Agreement in order to benefit from the single European market.

The publication contains an analytical part on politics and law (Part 1), the economy (Part 2) and a set of suggestions and recommendations on entering the European market adapted to Ukrainian realities (Part 3).

Having analyzed the political and legal aspects of the Agreement, the authors concluded that all provisions of the Agreement can be conditionally divided into two groups:

1) those having a direct effect in national law (used by the administrative and judicial authorities of the Party directly as a source of rights and obligations of individuals and legal entities);

2) those having no direct effect (require a Party / Parties to the Agreement to take certain actions - particularly by adopting legal acts - in order to allow the rules of the Agreement to regulate social relations).

The ultimate goal of Ukraine in the legal field is to create a situation where Ukrainian law allows individuals and legal entities to use effectively all opportunities arising from any provision in the Agreement.

In the economic field, as of April 2016, there are some initial economic results of the application of the Association Agreement.

First, there is a gradual shift in EU trade flows. In 2015, Ukraine's trade in goods and services with the EU accounted for 37% of total trading, which is the highest share ever. In the first quarter of 2016 this figure continued to rise.

Second, despite the overall decline in exports to the EU, due to the difficult economic situation in the country and the decline of world commodity prices, exports of goods grew very rapidly. In particular, the export of goods of animal origin increased significantly after the procedures for obtaining export permissions for the European market were put into place. Also the introduction of duty-free tariff quotas for some of them played a role.

Thirdly, during the years 2014-2015 in practice the export of goods regulated by tariff quotas was not only limited by the actual quotas. This gives reason to believe that a partial liberalization will facilitate winning a market share without becoming a barrier for export.

Moreover, the reforms related to the implementation of obligations under the Association Agreement have taken place before the formal start of the Deep and Comprehensive Free Trade Area (DCFTA) on 1 January 2016. Even though significant progress in reforming technical regulation and public procurement has been made, in most areas there is still a long way of reforms ahead.

Thus, despite the very difficult conditions in the country throughout 2014 and 2015, some Ukrainian producers intensified trade with the EU and the government prepared the framework for further economic integration by changing laws and building institutions. As long as both the producers and the authorities continue in this direction, the positive economic outcomes of the DCFTA should become much more visible and distinctive in the years to come.