



DOI: <https://doi.org/10.15407/eip2018.03.118>

УДК 339.542.2 : 339.166.8

JEL: F 13, F 14

Олефір В.К., канд. екон. наук,
старший науковий співробітник,
ДУ "Інститут економіки та прогнозування НАН України"
e-mail: olefir@ief.org.ua

ВПЛИВ УГОДИ ПРО АСОЦІАЦІЮ МІЖ УКРАЇНОЮ ТА ЄС НА РИНОК СПОЖИВЧИХ ТОВАРІВ

Викладено результати дослідження наслідків для вітчизняного ринку споживчих товарів після набуття Угодою про асоціацію між Україною та ЄС чинності. Проаналізовано динаміку експорту вітчизняних споживчих товарів до ЄС упродовж 2016–2017 рр. Визначено групи споживчих товарів, експорт яких до європейських країн зріс найбільше. Упродовж 2016–2017 рр. із 115 товарних груп зростання експорту було зафіксовано по 96 товарних групах, а по 19 товарних групах – зниження. Щодо значної частини товарних груп у 2017 р. було зафіксовано рекордні обсяги експорту до ЄС за останні 10 років.

Угода про асоціацію найбільше посприяла виходу на європейський ринок експортерів таких товарів, як: м'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці; меблі; побутова техніка; цукор; консервовані томати; маргарин і подібні харчові суміші; вершкове масло. Зниження експортних поставок до ЄС було зафіксовано для окремих видів одягу і взуття, які виготовляються за давальницькою схемою, для окремих агропродовольчих товарів (фруктові та овочеві соки, виноградні вина тощо), товарів побутової хімії тощо. Це зменшення було пов'язано частково із погіршенням кон'юнктури для цих товарів на європейському ринку, а частково – із погіршенням умов виробництва в Україні. Незважаючи на зменшення експорту по окремих видах одягу і взуття, загалом експорт товарів легкої промисловості до ЄС упродовж 2014–2017 рр. зростає. Обсяги експорту фруктових і овочевих соків у 2016–2017 рр. повернулись до свого нормального багаторічного рівня після "кон'юнктурного сплеску" 2013–2015 рр.

Дослідження показали, що впродовж 2016–2017 рр. суттєвої експансії імпорту споживчих товарів із країн ЄС не відбулося. Виняток становлять практично тільки дві групи товарів: 1) легкові автомобілі, 2) одяг, що використовувався. Для протидії експансії імпорту легкових автомобілів запропоновано підвищити імпортне мито на цю групу товарів відповідно до Угоди про асоціацію.

Імплементация директив ЄС щодо оподаткування алкогольних напоїв і тютюнових виробів призвела до зростання цін і обсягів тінювого ринку цих товарів. У цьому контексті обґрунтовано доцільність запровадження мінімальної ціни на тютюнові вироби¹.

Ключові слова: Угода про асоціацію між Україною та ЄС, ринок споживчих товарів, експорт та імпорт споживчих товарів, мінімальні ціни на тютюнові вироби

Постановка проблеми. Угода про асоціацію між Україною та ЄС (УА) [1] діє вже понад три роки, що дає підстави проаналізувати перші результати, виокремити проблеми і визначити шляхи їх розв'язання. Угода про асоціацію

¹ Публікацію підготовлено за виконання НДР "Структурні зміни у світовій торгівлі як чинник розвитку внутрішнього ринку України" (№ держреєстрації 0115U002690).

є багатовимірним документом, який охоплює широкий спектр зв'язків між Україною та ЄС. У статті досліджується вплив Угоди про асоціацію на внутрішній ринок споживчих товарів, тобто товарів, які призначені для кінцевого споживання і продаються у закладах роздрібно́ї торгівлі.

Вітчизняний споживчий ринок нині перебуває у стані повільного відновлення, після спаду 2014–2015 рр., який був самим тривалим і глибоким після 2000 р. У 2009 р. під час світової фінансової кризи фізичні обсяги роздрібно́ї торгівлі зменшились на 17%, і швидко відновились після кризи (у 2010 р. було зафіксовано 10% зростання, у 2011 р. – 15%). Тоді як у 2014 р. ці обсяги зменшились на 9%, у 2015 р. – ще на 20%, у 2016 р. вони зросли тільки на 4%, у 2017 р. – на 6%. Знецінення гривні впродовж 2014–2015 рр. призвело до подорожчання імпортованих товарів і, відповідно, до підвищення споживчих цін. Проблемами споживчого ринку залишаються значні обсяги контрафактно́ї продукції і велика частка тіньового ринку, зокрема щодо підакцизних товарів.

Вирішенню цих проблем повинна посприяти УА, від створення якої очікувались як позитивні ефекти, так і негативні наслідки. Серед позитивних ефектів слід відзначити: збільшення експорту до ЄС споживчих товарів вітчизняного виробництва, зростання обсягів інвестицій з ЄС у виробництво товарів кінцевого споживання, модернізацію виробничих процесів, перехід на європейські стандарти виробництва, зниження цін на споживчому ринку. Серед можливих негативних наслідків слід відзначити експансію імпорту з ЄС, зменшення внутрішнього виробництва аналогічної продукції, скорочення митних зборів тощо.

Метою статті було: 1) дослідити як УА посприяла збільшенню експорту до ЄС; 2) з'ясувати чи мала місце на внутрішньому ринку експансія споживчих товарів з ЄС; 3) дослідити вплив на внутрішній ринок імплементації директив ЄС щодо оподаткування алкогольних напоїв і тютюнових виробів; 4) виокремити проблеми і розробити рекомендації щодо посилення позитивних ефектів від УА і мінімізації негативних наслідків.

Різним аспектам євроінтеграції присвячено достатньо багато публікацій у наукових виданнях. Не залишились поза увагою науковців також перші результати дії УА та їх вплив на вітчизняну економіку. Однак вплив УА на внутрішній ринок споживчих товарів, на нашу думку, було досліджено ще недостатньо комплексно, що і визначило тематику дослідження.

Найбільші вигоди від дії УА повинні були отримати вітчизняні експортери. В умовах закриття російського ринку і звуження внутрішнього ринку України ринок ЄС розглядався як можливість переорієнтації експортних потоків і збільшення внутрішнього виробництва. При цьому слід зазначити, що збільшення експорту до ЄС товарів кінцевого споживання є непростим завданням, оскільки керівництво ЄС заохочує імпорт на свою територію сировинних товарів та напівфабрикатів і різними способами обмежує імпорт товарів кінцевого споживання. З іншого боку, прагнення максимально задовольнити потреби споживачів і підвищити рівень конкуренції на внутрішньому ринку відкриває можливості для експорту вітчизняних товарів.

Для аналізу були відібрані товари, які мають відносно великий експортний потенціал, тобто експорт яких упродовж останніх 10 років був не меншим за 1 млн дол. на рік. Таких товарних груп виявилось 115, серед яких продовольчих товарів – 61 група, непродовольчих – 54 групи.

Для усіх цих товарних груп, згідно із УА, починаючи з 1 січня 2016 р. були знижені ставки імпортного мита. Для 76 товарних груп вони були повністю знижені до нульової позначки, для 13 товарних груп – знижені до нуля в межах тарифної квоти, для 26 товарних груп – частково знижені в рамках перехідного періоду, частково – знижені до нульового рівня, частково – знижені до нуля в межах тарифної квоти.

Як показав аналіз, зниження ставок імпортного мита позитивно вплинуло на розвиток експортної діяльності. Експорт до ЄС товарів 87 товарних груп у 2016–2017 рр. був більшим, ніж у середньому в 2014–2015 рр. Причому для 73 товарних груп його обсяг був більшим, ніж у 2012–2013 рр., при тому, що база 2012–2013 рр. в експортному сенсі була більш широкою. Експорт до ЄС товарів дев'яти товарних груп хоча і знизився у 2016–2017 рр. порівняно із 2014–2015 рр., але перевищував середній рівень 2012–2013 рр. Таким чином, експортери 96 видів споживчих товарів завдяки УА отримали приріст експорту до ЄС.

Слід зазначити, що для 19 товарних груп було зафіксовано динаміку зниження експорту до ЄС, незважаючи на зниження ставок імпортного мита. Обсяги експорту цих товарів у 2016–2017 рр. були нижчими за середні рівні як 2014–2015 рр., так і 2012–2013 рр. Насамперед це стосується фруктових і овочевих соків, по-друге – окремих видів одягу і взуття, які виготовляються в Україні за давальницькою схемою, по-третє – товарів побутової хімії. Експорт фруктових соків зменшився у 2016–2017 рр. порівняно із 2014–2015 рр. приблизно на 62 млн дол., окремих видів готового одягу і взуття – на 30 млн дол., товарів побутової хімії – на 3 млн дол., інших споживчих товарів – на 4 млн дол.

Фруктові та овочеві соки (код за УКТЗЕД – 2009) відноситься до небагатьох вітчизняних товарів, які впродовж останніх 10 років у значних обсягах постачались на європейський ринок. Найбільшу питому вагу в цій групі займав яблучний сік, а основними країнами-імпортерами були: Польща, Австрія та Німеччина. Згідно з УА на яблучний сік у 2016 р. була запроваджена безмитна квота в 10 тис. т, яку впродовж п'яти років буде збільшено до 20 тис. т. За межами квоти ставки імпортного мита на яблучний сік становлять 18–30%. Попри відносно великі ставки імпортного мита на яблучний сік, його поставки на ринок ЄС були стабільними і значними.

Зменшення поставок фруктових і овочевих соків упродовж 2013–2016 рр. можна розглядати не як негативну тенденцію, а як повернення до нормального стану. Впродовж 2007–2012 рр. соки постачались до ЄС приблизно на такому ж (або трохи меншому) рівні як і у 2016–2017 рр. У 2013–2015 рр. поставки різко збільшились, причому практично до однієї Польщі, а потім повернулись до свого нормального рівня. Про високий попит на вітчизняні соки на європейському ринку свідчить також динаміка продаж у 2018 р. За



п'ять місяців 2018 р. поставки соків до ЄС збільшилися порівняно з аналогічним періодом 2017 р. удвічі у вартісних одиницях і на 10% – у фізичних.

Згідно з УА ставки імпортного мита для готового одягу було знижено у 2016 р. достатньо суттєво – з 8–12% до нуля. На імпорт взуття було встановлено п'ятирічний перехідний період, упродовж якого ставка зменшиться з 17% до нуля. Зменшення експорту до ЄС з України пов'язано частково зі зниженням попиту на певні види одягу і взуття в ЄС, а частково – із погіршенням вітчизняного інвестиційного клімату. Незважаючи на зменшення по окремих видах одягу і взуття, загалом експорт готового одягу і взуття до ЄС упродовж 2014–2017 рр. не знизився. Якщо у 2014–2015 рр. було експортовано продукції в середньому на 491 млн дол., то у 2016–2017 рр. – на 499 млн дол.

Серед споживчих товарів, які суттєво збільшили експорт до ЄС і перевищили рівень 10 млн дол. на рік, можна відзначити такі: м'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці (код УКТЗЕД – 0207); меблі (94014; 940161; 94034; 94035); побутова техніка (845011; 851671); цукор (1701); консервовані томати (2002); маргарин і подібні харчові суміші (1517), вершкове масло (0405). Усі ці товари у 2013 р. експортувались до ЄС в обсягах, значно менших за 10 млн дол., а після набуття УА чинності обсяги експорту увійшли до категорії суттєвих. Дані за п'ять місяців 2018 р. свідчать про подальше зростання експорту до ЄС м'яса птиці, меблів, побутової техніки і вершкового масла.

Експортом до ЄС побутової техніки займається переважно компанія KTD Group, яка має виробничі потужності у Черкаській області. Раніше ця компанія під ТМ Saturn виробляла побутову техніку в Китаї, але починаючи з 2009 р. поступово переміщує виробництво до України. Основною причиною цього процесу є більш низька вартість робочої сили в Україні порівняно із КНР. Зокрема, у 2009 р. зарплата робітника в Україні була приблизно такою ж, як і в КНР – 250 дол. Але з того часу заробітна плата в Україні знизилась до 150 дол., тоді як у КНР вона зросла до 500 дол. [2]. Крім того, продукція з України має менші витрати на доставку до ЄС, а з набуттям чинності УА – також і нульові ставки імпортного мита.

Компанія KTD Group випускає широкий спектр великої і малої побутової техніки: холодильники, пральні машини, пылесосы, электрочайники, тепло-вентилятори, электробритвы, мясорубки, электропечи, конвекторы тощо. Але найбільші обсяги поставок до ЄС припадають на прилади для приготування кави або чаю (130 млн дол. у 2017 р.), пральні машини (23 млн дол.), электробритвы (15 млн дол.), прилади електричні для обігріву приміщень (10 млн дол.). Географія поставок по країнах ЄС є поки що відносно вузькою. Зокрема, электрочайники та электробритвы у 2016–2017 рр. постачались практично тільки до однієї Угорщини. Але приріст експорту на європейські ринки є достатньо динамічним. За п'ять місяців 2018 р. порівняно із аналогічним періодом 2017 р. експорт електрочайників до ЄС збільшився удвічі, пральних машин – на 60%, электробритвы – на 50%. Також у 2018 р. помітно збільшився експорт електричних прасок.

Особливе місце серед споживчих товарів займають товари, які експортуються під власним брендом. Крім побутової техніки і меблів, у значних обсягах на європейський ринок постачаються кондитерські вироби та алкогольні напої. Якщо для побутової техніки і меблів європейський ринок відкрився практично одночасно із набуттям чинності УА, то кондитерські вироби та алкогольні напої мають більш довгу історію присутності на європейському ринку.

УА однозначно посприяла збільшенню експорту до ЄС кондитерських виробів та алкогольних напоїв. Обсяги експорту кондитерських виробів у 2016–2017 рр. були більшими, ніж у середньому в 2014–2015 рр. і 2012–2013 рр. У 2016–2017 рр. вдалося подолати негативний тренд зменшення експорту до ЄС міцних алкогольних напоїв (код за УКТЗЕД – 2208), який тривав з 2009 р. Позитивна тенденція зростання експорту продовжилась також у 2018 р. За п'ять місяців 2018 р. експорт цукрових кондитерських виробів збільшився на 90%, шоколадних виробів – на 66%, борошняних кондитерських виробів – на 18%, міцних алкогольних напоїв – на 17%. Найбільшим попитом українська продукція користується у країнах Східної Європи, а також у Німеччині.

Як постачальник на європейський ринок споживчих товарів Україна має перспективи щодо таких товарів, як олія, м'ясо птиці, мед, побутова техніка і меблі. Ці товари у 2017 р. уже постачались до ЄС в обсягах, які перевищували 10 млн дол. Крім того, для значної кількості товарних груп у 2016–2017 рр. зафіксовано приріст експорту, який перевищив рівень 2012–2013 рр. Імовірно, що за сприятливої кон'юнктури на європейському ринку окремі товари із цієї групи також перевищать рівень у 10 млн дол.

Кон'юнктура на європейському ринку має суттєвий вплив на обсяги експортних поставок. Коли у 2012–2013 рр. в ЄС була економічна криза, обсяги експорту туди з України знижувались. Однак найбільш суттєвим фактором виявився внутрішній інвестиційний клімат, який суттєво погіршився у 2014–2015 рр. Дія цього фактора перекрила як позитивну дію економічного зростання в ЄС, так і сприятливу для експорту девальвацію національної валюти, що мала місце впродовж 2014–2015 рр.

Найбільші вигоди від УА отримали і надалі отримуватимуть виробники конкурентоспроможної на ринку ЄС продукції. Разом із тим існує категорія менш конкурентоспроможних виробників, для яких УА може стати причиною загострення конкуренції на внутрішньому ринку і погіршення фінансового стану. Підсумки двох років формування зони вільної торгівлі в рамках УА дають можливість оцінити, наскільки вона посприяла експансії імпорту з ЄС на вітчизняному ринку споживчих товарів.

За даними Держстату, в 2016–2017 рр. різко збільшилась частка імпортованих товарів у роздрібній мережі, сягнувши найбільших показників за весь період спостереження з 2000 р. (табл. 1). Це збільшення відбулось як для продовольчих, так і непродовольчих товарів. Враховуючи, що в рамках УА з 1 січня 2016 р. почалось формування зони вільної торгівлі (ЗВТ) між Україною та ЄС, можна допустити певний зв'язок між цими подіями. Для аналізу було взято товарні групи, за якими мито було зменшено найбільше, а також товарні групи, імпорт яких з ЄС до України є найбільшим по вартості.



Таблиця 1

**Частка продажу споживчих товарів, які вироблені за межами території
України, через торгову мережу підприємств, %**

Показник	2000	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Усі товари	24,7	36,9	32,6	35,7	38,1	41,1	42,8	42,2	41,9	44,2	47,7
Продовольчі товари	6,8	11,8	11,6	11,8	12,8	13,7	14,5	14,4	14,8	15,2	17,8
Непродовольчі товари	41,3	48,8	45,3	50,0	52,8	58,1	61,0	60,5	60,7	64,4	67,4

Джерело: [3, 4], авторські розрахунки.

Згідно із тарифним графіком України (додаток І-А до УА) найбільше митні ставки було знижено по таких товарних групах: "Спирт етиловий неденатурований, з концентрацією спирту менш як 80 об. % ..." (код УКТЗЕД – 2208), "Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао" (1806), "Інший тютюн промислового виробництва та замітники тютюну ..." (2403), "Готовий одяг" (6101-6112, 6115, 6116, 6201-6209, 6211, 6212, 6216), "Хлібо-булочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао" (1905), "Взуття" (6401-6405), "Готова або консервована риба ..." (1604), "Вироби з макаронного тіста ..." (1902), "Готові харчові вироби, одержані шляхом здуття або смаження зерна зернових культур ..." (1904).

Як видно з табл. 2, суттєвого збільшення імпорту по цих товарних групах зафіксовано не було. Практично по всіх товарних групах обсяги імпорту в 2017 р. перебували на рівні 2014 р. або навіть меншому. Винятком стали три товарні групи, які показали відносно значне зростання після початку формування ЗВТ: "Спирт етиловий неденатурований, з концентрацією спирту менш як 80 об. % ...", "Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао", "Інший тютюн промислового виробництва та замітники тютюну ...". Однак це зростання було пов'язано в основному не з експансією імпорту, а із заміщенням імпорту аналогічної продукції із РФ. Зокрема, впродовж 2014–2017 рр. імпорт із РФ міцних алкогольних напоїв зменшився на 13 млн дол., шоколадних виробів – на 80 млн дол., а продукції товарної групи "Інший тютюн промислового виробництва та замітники тютюну ..." – на 61 млн дол.

Найбільшу питому вагу в імпорті споживчих товарів з ЄС до України мають такі товарні групи: "Лікарські засоби (ліки) ... у дозованому вигляді ... або розфасовані для роздрібною торгівлі" (код УКТЗЕД – 3004), "Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби, призначені головним чином для перевезення людей" (8703), "Одяг та інші вироби, що використовувалися" (6309), "Косметичні препарати або засоби для макіяжу ..." (3304), "Засоби для догляду за волоссям" (3305), "Парфуми (духи) і туалетні води" (3303), "Засоби для гігієни порожнини рота або зубів ..." (3306), "Засоби, що використовуються перед голінням ..." (3307), "Мило; поверхнево-активні органічні речовини та мийні засоби ..." (3401), "Поверхнево-активні органічні речовини (крім мила) ..." (3402).

Таблиця 2

**Динаміка імпорту з ЄС товарних груп із найбільшим зменшенням
митних ставок у 2016–2017 рр., млн дол.**

Товарна група	2014	2015	2016	2017
Спирт етиловий неденатурований, з концентрацією спирту менш як 80 об. % ...	94	72	88	119
Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао	64	42	65	87
Інший тютюн промислового виробництва та замінники тютюну ...	11	8	39	57
Готовий одяг новий	49	26	38	39
Хлібобулочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао ...	33	16	25	38
Взуття	32	18	22	26
Готова або консервована риба ...	19	11	18	20
Вироби з макаронного тіста ...	14	8	12	16
Готові харчові вироби, одержані шляхом здуття або смаження зерна зернових культур ...	16	9	9	11

Джерело: [5], авторські розрахунки.

Як видно з табл. 3, упродовж 2015–2017 рр. спостерігалось стрімке зростання імпорту тільки легкових автомобілів і одягу, що використовувався. Імпорт усіх інших товарних груп у 2017 р. навіть не перевищив рівня 2014 р.

Таблиця 3

Динаміка імпорту з ЄС найбільших за обсягами споживчих товарів, млн дол.

Товарна група	2014	2015	2016	2017
Лікарські засоби (ліки) ...	1675	855	1009	1128
Автомобілі легкові та інші моторні транс- портні засоби ...	537	426	780	1186
Косметичні препарати, засоби для догляду за волоссям, парфуми тощо	367	268	333	361
Мило, засоби для прання, миття тощо	196	149	170	190
Одяг та інші вироби, що використовувалися	88	80	120	153

Джерело: [5], авторські розрахунки.

Про помірне зростання імпорту свідчить також і динаміка показника "Частка імпорту у внутрішньому споживанні". Цей показник було розраховано для 24 товарних груп із використанням даних про внутрішнє виробництво, експорт та імпорт.

Розрахунки показали, що для 18 товарних груп частка імпорту у внутрішньому споживанні упродовж 2013–2015 рр. зменшувалась і потім упродовж 2015–2017 рр. зростала. Для п'яти товарних груп частка імпорту у внутрішньому споживанні упродовж 2013–2017 рр. тільки зменшувалась. Для легкових автомобілів частка імпорту у внутрішньому споживанні постійно зростала впродовж періоду, що досліджувався.



Для переважної кількості товарних груп, для яких після 2015 р. було зафіксовано зростання частки імпорту у внутрішньому споживанні, цей процес відбувався відносно повільно. Тільки для шести товарних груп частка імпорту у внутрішньому споживанні у 2017 р. була більшою за аналогічний показник 2013 р.: 1) легкові автомобілі; 2) вироби з макаронного тіста; 3) сумки, чомодани, портфелі, ранці тощо; 4) мийні засоби; 5) препарати лікарські, що містять пеніцилін та інші антибіотики; 6) туалетний папір. Причому суттєву різницю було зафіксовано тільки для легкових автомобілів. У табл. 4 наведено динаміку частки імпорту у внутрішньому споживанні для окремих споживчих товарів.

Таблиця 4

Динаміка частки імпорту у внутрішньому споживанні, %

Товарна група	2013	2014	2015	2016	2017
Спирт етиловий неденатурований, з концентрацією спирту менш як 80 об. % ...	24	21	14	15	19
Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао	22	20	13	12	15
Хлібобулочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао ...	10	10	6	6	8
Готова або консервована риба ...	47	49	33	38	41
Вироби з макаронного тіста ...	30	24	18	24	36
Взуття	83	77	76	77	79
Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби ...	81	72	92	95	96

Джерело: [3, 5–7], авторські розрахунки.

Про повільне зростання імпорту споживчих товарів після 2015 р. свідчить також динаміка торговельного сальдо по групі товарів кінцевого споживання (табл. 5). Загалом від'ємне торговельне сальдо мало тенденцію до зменшення в абсолютних одиницях упродовж фази економічного спаду 2014–2015 рр. і зростання після закінчення цієї фази. Але це зростання було повільним і у 2017 р. сальдо було майже удвічі менше ніж у 2014 р. Таким чином, лібералізація торгівлі в рамках УА впродовж 2016–2017 рр. в цілому негативно не вплинула на вітчизняних виробників споживчих товарів за винятком окремих товарних груп, зокрема легкових автомобілів.

Таблиця 5

Динаміка показників торгівлі споживчими товарами між Україною та ЄС, млн дол.

Показник	2014	2015	2016	2017
Експорт до ЄС	2080	1876	2544	3277
Імпорт з ЄС	4952	3054	3867	4815
Сальдо	-2872	-1178	-1323	-1537

Джерело: [5], авторські розрахунки.

Зростання імпорту легкових автомобілів з ЄС відбувалось одночасно зі зменшенням внутрішнього виробництва (табл. 6), що дає підстави застосува-

ти захисні заходи відповідно до статті 44 УА. У грудні 2016 р. Кабінет Міністрів України схвалив запропонований Мінекономрозвитку порядок застосування спеціальних заходів щодо імпорту в Україну легкових автомобілів походженням з ЄС.

Таблиця 6
Динаміка виробництва легкових автомобілів в Україні, тис. шт.

Підприємство	2013	2014	2015	2016	2017
Всього	45,8	25,9	5,7	4,3	7,3
у т.ч. ПАТ "ЗАЗ"	19,3	12,8	3,6	0,4	1,2
Корпорація "Богдан"	6,0	2,0	-	-	-
Кременчуцький автоскладальний завод	9,0	7,5	-	-	-
ПрАТ "Єврокар"	11,5	3,6	2,0	3,9	6,1

Джерело: [7].

Згідно із п. 1 статті 44 УА Україна має формальні підстави для запровадження захисних заходів у формі підвищення імпортного мита. Імпорт легкових автомобілів з ЄС зростає як абсолютно, так і відносно внутрішнього виробництва (табл. 7). Сукупний обсяг імпорту у фізичних одиницях впродовж 2016–2017 рр. перевищив рівень, зазначений у Додатку II до УА (45 тис. шт. на рік). Обсяг нових реєстрацій автомобілів із ЄС також перевищив граничний рівень, зазначений у Додатку II до УА (20% для 2017 р.).

Згідно зі статтею 44 УА процедура підвищення мита передбачає проведення розслідування наслідків експансії імпорту і погодження із ЄС у процесі консультацій обсягу і терміну захисних заходів. Згідно із п. 8 статті 44 УА у дослідженні необхідно документально підтвердити абсолютне і відносне збільшення імпорту, зменшення внутрішнього виробництва, обсягів продажу, прибутків, підтвердити незавантаженисть виробничих потужностей і звільнення працівників. Особливу увагу слід приділити доведенню наявності причинно-наслідкового зв'язку між збільшенням імпорту і погіршенням справ місцевих виробників. Згідно з п. 9 статті 44 УА усі важливі фактори, які спричинили суттєве погіршення фінансового стану місцевих виробників, повинні аналізуватись на часовому інтервалі щонайменше три роки.

Таблиця 7
Динаміка імпорту легкових автомобілів

Показник	2014	2015	2016	2017
Імпорт з ЄС до України				
– абсолютно, тис. шт.	26,4	38,9	51,4	97,0
– відносно внутрішнього виробництва	1,0	6,9	11,8	13,3
Імпорт всього, тис. шт.	62,6	62,3	87,8	154,4
Частка автомобілів з ЄС в первинних реєстраціях, %	30	57	56	60

Джерело: [5, 7], авторські розрахунки.

У випадку автомобільної галузі України можна говорити не стільки про те, що суттєве погіршення її стану спричинив виключно імпорт з ЄС (легаль-



ний і нелегальний), стільки про те, що цей імпорт суттєво заважає її відродженню. Тому, на нашу думку, на цьому треба робити основний наголос під час консультацій з ЄС.

На відміну від галузі автомобілебудування виробники готового одягу (код продукції за УКТЗЕД 6101-6112, 6115, 6116, 6201-6209, 6211, 6212, 6216) і взуття (6401-6405) суттєво не постраждали від збільшення імпорту з ЄС одягу та інших виробів, що використовувалися. У табл. 8 показано динаміку виробництва деяких основних видів готового одягу і взуття. Якщо виробництво легкових автомобілів упродовж 2014–2017 рр. зменшилось на 73%, то найбільше зниження щодо готового одягу і взуття не перевищувало 23% (пальта, плащі та інші подібні вироби, жіночі та дівчачі).

Таблиця 8

Динаміка виробництва готового одягу і взуття, тис. шт.

Вид одягу	2014	2015	2016	2017
Костюми та комплекти, крім трикотажних, чоловічі	317	347	437	455
Костюми та комплекти, крім трикотажних, жіночі	148	197	207	218
Пальта та плащі тощо, жіночі	1142	925	938	880
Пальта, півпальта, плащі, накидки тощо, чоловічі	286	318	329	361
Піджаки, блейзери, крім трикотажних, чоловічі	812	865	765	751
Сорочки, крім трикотажних, чоловічі	1200	1300	1400	1428
Жакети, блейзери, крім трикотажних, жіночі	1400	1500	1400	1441
Светри, пуловери, кардигани, жилети та вироби подібні	1000	1000	1000	973
Взуття, тис. пар	27500	23000	24100	25570

Джерело: [3, 6], авторські розрахунки.

Вітчизняні виробники готового одягу і взуття в сучасних умовах працюють переважно за давальницькою схемою та орієнтовані на європейський ринок. Про це свідчить той факт, що у 2017 р. з 31 товарної позиції тільки чотири мали від'ємне сальдо торгівлі з ЄС. Експорт готового одягу і взуття до ЄС має загальну тенденцію до зростання, що можна вважати позитивним наслідком дії УА (табл. 9).

Таблиця 9

Експорт до ЄС готового одягу і взуття, млн дол.

Вид одягу	2014	2015	2016	2017
Усього	542	441	480	511
у т.ч.:				
костюми, комплекти, крім трикотажних, чоловічі	142	116	134	148
костюми, комплекти, крім трикотажних, жіночі	98	74	80	83
пальта, півпальта, накидки, плащі тощо, жіночі	40	31	31	29
пальта, півпальта, плащі, накидки тощо, чоловічі	32	30	33	37
костюми, жакети тощо, трикотажні, жіночі	25	25	27	30
футболки, майки тощо, трикотажні	21	18	22	23
взуття	72	53	54	53

Джерело: [5], авторські розрахунки.

Характерна ознака внутрішнього ринку готового одягу і взуття полягає у тому, що виробництво значною мірою працює на європейський ринок, а внутрішній попит задовольняється переважно імпортом з КНР, Туреччини та інших азійських країн. Слід зазначити, що останніми роками у зв'язку із формуванням ЗВТ спостерігається тенденція збільшення імпорту готового одягу і взуття з ЄС (табл. 10), хоча більшість імпортової продукції продовжує надходити з КНР, Туреччини та інших азійських країн.

Таблиця 10
Частка ЄС в імпорті готового одягу і взуття, %

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Готовий одяг – усього	17	22	26	36	38
у т.ч. новий одяг	7	10	8	12	11
одяг, що використовувався	85	84	82	94	99
Взуття	6	9	9	10	12

Джерело: [5], авторські розрахунки.

Загалом по споживчих товарах частка ЄС в імпорті також зростає (табл. 11). Слід відзначити, що по окремих важливих товарних групах (телевізори і мобільні телефони) частка ЄС в імпорті має тенденцію до зниження. Але це не впливає на загальну тенденцію щодо усіх споживчих товарів. Мобільні телефони ще до початку формування ЗВТ мали нульову ставку імпортного мита. Тому географія імпортних поставок визначалась іншими факторами, зокрема мінімальними витратами на виробництво.

Таблиця 11
Частка ЄС в імпорті споживчих товарів до України, %

Показник	2013	2014	2015	2016	2017
Споживчі товари – усього	42	44	47	50	51
у т. ч.: продовольчі товари	35	39	44	46	50
фармацевтичні товари	81	80	78	78	79
косметичні товари	60	60	64	75	72
мило та миючі засоби	59	61	69	74	77
вироби з шкіри	15	18	23	28	31
побутові електричні прилади	34	37	41	42	43
телевізори і мобільні телефони	6	3	2	1	1
легкові автомобілі	47	44	52	54	57
меблі і дитячі іграшки	28	27	27	24	22

Джерело: [5], авторські розрахунки.

Вплив імпорту споживчих товарів з ЄС на внутрішні ціни було досліджено по товарних групах, по яких було найбільше знижено імпортний тариф у перший рік формування ЗВТ. Зокрема, згідно із тарифним графіком України (додаток І-А до УА), імпортне мито на товарну групу "Вироби з макаронного тіста ..." (1902) було знижено з 15–20% до нуля, на товарну групу "Хлібобулочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао" (1905) –



з 10% до нуля, на товарну групу "Кондитерські вироби з цукру ..." (1704) – з 10% до нуля.

У табл. 12 наведено динаміку імпортних цін і цін внутрішнього ринку по цих товарних групах. Як видно з табл. 12, вартість імпортової продукції з ЄС упродовж 2014–2017 рр. мала тенденцію до зниження, що частково було пов'язано зі зменшенням імпортного мита, а частково – із орієнтацією на дешевий асортимент продукції через низьку купівельну спроможність населення. Одночасно збільшувалась частка продукції з ЄС у внутрішніх продажах. У 2016 р. внутрішні ціни на макаронні вироби, борошняні та цукрові кондитерські вироби зростали швидше, ніж у середньому по продуктах харчування і безалкогольних напоях. У 2017 р. ціни на макаронні вироби і борошняні кондитерські вироби зростали вже не так швидко, як у середньому по продуктах харчування і безалкогольних напоях. Але в цілому на цінову динаміку внутрішнього споживчого ринку імпорт з ЄС суттєво не вплинув.

Таблиця 12

Динаміка імпортних і внутрішніх цін

Показник	2014	2015	2016	9 міс. 2017
Вироби з макаронного тіста ... (1902)				
Середні ціни імпорту з ЄС, дол./кг	1,16	0,92	0,86	0,86
Середні ціни внутрішнього ринку, грн/кг	14,35	22,14	24,58	27,64
Частка у внутрішньому продажі імпорту з ЄС, %	9	8	12	16
Хлібобулочні, кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао (1905)				
Середні ціни імпорту з ЄС, дол./кг	3,52	2,90	2,72	2,83
Середні ціни внутрішнього ринку, грн/кг	31,88	45,81	53,43	58,17
Частка у внутрішньому продажі імпорту з ЄС, %	6	4	6	7
Кондитерські вироби з цукру ... (1704)				
Середні ціни імпорту з ЄС, дол./кг	4,62	3,78	4,03	3,80
Середні ціни внутрішнього ринку, грн/кг	54,11	84,65	98,90	114,86
Частка у внутрішньому продажі імпорту з ЄС, %	2	3	3	4

Джерело: [5, 8], авторські розрахунки.

Крім зменшення ставок імпортного мита для товарів, які походять з ЄС, Україна в рамках УА взяла на себе ще ряд інших зобов'язань. Зокрема, імплементувати у вітчизняне законодавство директиви ЄС, які стосуються оподаткування алкогольних напоїв і тютюнових виробів: 1) 2011/64/ЄС від 21.06.2011 р. про структуру і ставки акцизу на тютюнові вироби (кодифікація); 2) 92/83/ЄС від 19.10.1992 р. про гармонізацію структур акцизних зборів на спирт та алкогольні напої; 3) 2008/118/ЄС від 16.12.2008 р. про загальні умови стягування акцизів і скасування директиви 92/12/ЄС [9–11].

У процесі імплементції цих директив до Податкового кодексу було уведено графік поступового підвищення з 01.01.2018 р. до 31.12.2024 р. специфічного акцизного податку на тютюнові вироби, тютюн і промислові заміники

тютюну, за одночасної фіксації адвалерної ставки, а також уведено графік поступового підвищення мінімального акцизного податкового зобов'язання зі сплати акцизного податку з тютюнових виробів. У Податковий кодекс було також введено норму, що встановлює частку загальної суми податкових зобов'язань з акцизного податку на сигарети на рівні, не нижчому за 60% від середньозваженої роздрібною ціни продажу сигарет (ст. 221.6).

У контексті імплементації Директиви ЄС 92/83/ЄЕС від 19.10.1992 р. про гармонізацію структур акцизних зборів на спирт та алкогольні напої було проведено ряд підвищень ставок акцизного податку. Фактична динаміка підвищення податку впродовж 2014–2017 рр. і рекомендований план підвищення на 2018–2020 рр. показані в табл. 13. Суттєве підвищення акцизів упродовж 2016–2017 рр. певною мірою спрощує завдання досягти планових показників до 2020 р., як це заплановано в УА.

Імплементація Директиви ЄС 2011/64/ЄС від 21.06.2011 р. про структуру і ставки акцизу на тютюнові вироби (кодифікація) є більш тривалим і складним завданням, ніж виконання інших директив. При його виконанні необхідно максимально враховувати інтереси бізнесу, держави, споживачів тютюнових виробів, а також населення, яке не споживає тютюнові вироби. В директиві наголошується на тому, що інтервенційні заходи держави не повинні призводити до викривлення ринку, порушення вільної конкуренції, неефективного розподілу ресурсів.

Таблиця 13

**Фактична і планова динаміка акцизного податку
на алкогольні напої**

Показник	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Пиво, грн/л	1,12	1,24	1,48	2,78	2,78	2,89	2,99
Пиво, євро/гектолітр 1% спирту	1,42	1,02	1,05	1,85	1,75	1,75	1,87
Дистильовані напої, грн/л 100% спирту	60,75	69,17	96,79	120,45	126,96	151,48	176,00
Дистильовані напої, євро/гектолітр 100% спирту	386,53	285,49	342,12	401,43	398,99	459,03	550,00
Офіційний курс гривні щодо євро (середній), грн/євро	15,72	24,23	28,29	30,00	31,82	33,00	32,00

Джерело: [12, 13], авторські розрахунки.

Закономірним наслідком імплементації директив ЄС стало збільшення впродовж 2014–2018 рр. тіньового ринку алкогольних напоїв і тютюнових виробів (табл. 14).

Таблиця 14

Частка нелегального обігу підакцизної продукції, %

Показник	2014	2015	2016	2017	2018
Дистильовані алкогольні напої	28	35	35	40	43
Тютюнові вироби	30	32	32	40	55

Джерело: [3, 5, 6, 8, 14], авторські розрахунки.

Про збільшення нелегального обігу міцних алкогольних напоїв свідчить ряд явищ, яких не було раніше. По-перше, це збільшення продажу міцних напоїв на розлив. На продуктових ринках зараз можна придбати будь-яку кількість виготовленої на заводі горілки за низькою ціною. По-друге, це вільний продаж етилового спирту і самогонних апаратів, що заборонено чинним законодавством. В Інтернеті можна знайти велику кількість таких пропозицій із доставкою по всій Україні. Поширенню цієї незаконної продукції сприяє лояльне ставлення населення до її нелегального обігу.

Аналогічну ситуацію можна спостерігати і щодо тютюнових виробів, тіньовий ринок яких існує практично в усіх європейських країнах. Особливо великих розмірів він набув у країнах, де споживання сигарет було і залишається значним. Тому, крім посилення традиційних методів боротьби з нелегальним обігом тютюнових виробів, доцільним є запровадження мінімальної роздрібною ціни на сигарети.

Свого часу у Верховній Раді України було зареєстровано законопроект № 11197 від 10.09.12 р. про запровадження мінімальних роздрібних цін на тютюнові вироби, який потім було відкликано. Варто повернутись до нього зараз, а величину мінімальної ціни визначати на основі зафіксованих у Податковому кодексі величин мінімального акцизного податкового зобов'язання, специфічної та адвалорної ставки акцизного податку:

$$\text{МРЦ} = \frac{100 \cdot (\text{МАЗ} - \text{ССП})}{\text{АСА}},$$

де: МРЦ – мінімальна роздрібна ціна, *грн/пачку*;

МАЗ – мінімальне акцизне податкове зобов'язання зі сплати акцизного податку на тютюнові вироби, *грн/пачку*;

ССП – специфічна ставка акцизного податку, *грн/пачку*;

АСА – адвалорна ставка акцизного податку, *% до обороту з реалізації товару*.

Згідно із Законом України № 2245-VIII від 07.12.2017 р. "Про внесення змін до Податкового кодексу України та деяких законодавчих актів України щодо забезпечення збалансованості бюджетних надходжень у 2018 році", починаючи з 1 січня 2018 р. мінімальне акцизне податкове зобов'язання зі сплати акцизного податку на тютюнові вироби становить 773,20 грн / 1000 шт., специфічна ставка акцизного податку – 577,98 грн / 1000 шт., а адвалорна ставка акцизного податку – 12% до обороту з реалізації товару. Таким чином, мінімальна роздрібна ціна, за якою тютюновим компаніям вигідно продавати сигарети, становить 32,54 грн/пачку (див. формулу). Якщо ціна буде меншою за цей рівень, то тютюнові компанії, які правильно сплачують акцизний податок і ПДВ, втрачатимуть дохід, який залишається після сплати цих податків.

Зменшення роздрібною ціни певним чином може стимулювати збільшення попиту і зростання обсягів продажу. Однак, як показують розрахунки, цього збільшення обсягів продажу недостатньо для компенсації втрат. За результатами багатьох досліджень коефіцієнт еластичності попиту по ціні для сигарет

перебуває в межах від -0,3 до -0,5. Якщо навіть взяти крайній випадок з коефіцієнтом еластичності -0,5, то зниження ціни з 32,54 грн/пачку до 20 грн/пачку може збільшити обсяги продажу з умовних 69 до 100 пачок. Але при цьому чистий дохід (виручка за мінусом акцизу і ПДВ) у розрахунку на одну пачку зменшиться з 11,65 грн до 1,20 грн. Таким чином, за ціни 32,54 грн/пачку можна отримати 800 грн чистого доходу ($11,65 * 69$), а за ціни 20 грн/пачку – тільки 120 грн ($1,20 * 100$).

Якщо сигарети реалізуються за ціною, нижчою ніж мінімальна роздрібна ціна, що визначається за формулою, то або тютюнові компанії свідомо працюють собі у збиток (що мало ймовірно), або вони реалізують нелегальну продукцію, з якої податки сплачені не у повному обсязі. З огляду на це, на нашу думку, раціонально буде до сигарет застосувати мінімальну роздрібну ціну, яка стане ефективним засобом контролю для податкових органів і громадських організацій.

Фактично імплементацію директив ЄС щодо оподаткування алкогольних напоїв і тютюнових виробів у вітчизняне законодавство сплановано. Визначено стратегію підвищення акцизів на тютюнові вироби, яка закріплена у Податковому кодексі та в цілому враховує інтереси усіх зацікавлених сторін. Наступним актуальним завданням є доведення до відома бізнесу і широкої громадськості графік підвищення акцизів, проведення публічного обговорення цієї проблеми із аргументацією необхідності та важливості цього процесу. Споживачі тютюнових виробів повинні чітко усвідомлювати, що їх очікує впродовж 2018–2025 рр. і після 2025 р. З метою прозорості й передбачуваності акцизної політики дуже важливо дотримуватись встановленого графіку і не підвищувати ставки під впливом мінливої кон'юнктури.

Висока ціна на тютюнові вироби є найбільш ефективним способом зменшення їх споживання, особливо серед початківців. Існуючий рівень цін не став надійною перешкодою для збільшення кількості споживачів тютюнових виробів. За нашими оцінками, впродовж 2014–2017 рр. споживання тютюнових виробів зростало і в тому числі за рахунок збільшення кількості курців (переважно молоді та жінок). Цьому процесу "посприяла" розгалужена торговельна мережа, яка за кількістю торгових точок є самою поширеною серед усіх споживчих товарів. У сучасних реаліях придбати сигарети у роздріб простіше, ніж будь-який інший споживчий товар. Тому в цих умовах тільки висока ціна може стати надійною перешкодою збільшенню споживання тютюну.

Необхідними елементами мінімізації негативних наслідків підвищення акцизів на тютюнові вироби також є: активна антитютюнова пропаганда, поширення практик здорового способу життя, удосконалення методів позбавлення нікотинної залежності. В цьому контексті доцільно розглянути питання щодо зменшення митних зборів на персональні інгалятори для випаровування рідкого розчину (електронні сигарети). Ці нешкідливі для здоров'я пристрої є певним чином альтернативою тютюнокурінню.

УА стимулювала збільшення товарообороту між Україною та ЄС та посилила інтеграцію України з європейським економічним простором. Однак при

цьому темпи економічного зростання в Україні впродовж 2016–2017 рр. були нижчими, ніж у сусідніх країнах ЄС, а також в Грузії та Молдові, де також набули чинності Угоди про асоціацію з ЄС. Наявні прогнози економічного зростання на 2018–2019 рр. також маловтішні для вітчизняної економіки. Виявлення причин слабкої динаміки та розроблення відповідної економічної політики є одним із напрямів **подальших досліджень** проблеми євроінтеграції.

Висновки і рекомендації

1. Угода про асоціацію стимулювала збільшення експорту споживчих товарів до ЄС. Для значної кількості споживчих товарів у 2017 р. були отримані найбільші показники експорту на європейський ринок за останні 10 років. Найбільший приріст експорту було зафіксовано для таких товарних груп, як: м'ясо та їстівні субпродукти свійської птиці (код УКТЗЕД – 0207); меблі (94014; 940161; 94034; 94035); побутова техніка (845011; 851671); цукор (1701); консервовані томати (2002); маргарин і подібні харчові суміші (1517), вершкове масло (0405).

2. Серед непродовольчих споживчих товарів найбільші обсяги експорту було зафіксовано для одягу і взуття, побутової техніки і меблів. Останнім часом має місце тенденція переміщення виробництва побутової техніки і електроніки із КНР в інші країни, зокрема в Україну, внаслідок подорожчання в Китаї вартості робочої сили. Поки що сучасну побутову техніку виробляє в Україні невелика кількість компаній. Асортимент продукції, яка постачається до ЄС, невеликий, а географія поставок – вузька. Але завдяки митним пільгам, які надає УА вітчизняним виробникам, процес динамічно розвивається.

3. Суттєвої експансії імпорту на ринку споживчих товарів у зв'язку із початком формування ЗВТ зафіксовано не було. Виняток становлять тільки дві товарні групи: "Автомобілі легкові та інші моторні транспортні засоби ..." (8703) і "Одяг та інші вироби, що використовувалися" (6309). Легальний і нелегальний імпорт автомобілів з ЄС є суттєвою перешкодою для відродження вітчизняного автомобілебудування після кризи 2013–2015 рр. З іншого боку, збільшення імпорту вживаного одягу суттєво не вплинуло на вітчизняних виробників, які переважно працюють за давальницькою схемою та орієнтовані на європейський ринок.

4. Через суттєве збільшення імпорту легкових автомобілів з ЄС, яке стало істотною перешкодою для вітчизняного виробництва, доцільно буде розпочати процедуру підвищення імпортного мита на цю групу товарів відповідно до статті 44 УА. Для цього є всі формальні підстави, викладені у п. 1 статті 44 УА: абсолютне і відносне збільшення імпорту, наявність серйозної шкоди місцевим виробникам, перевищення граничних рівнів фізичного імпорту і частки автомобілів, походженням з ЄС, у нових реєстраціях, зазначених у Додатку II до УА. Доцільно також застосовувати статтю 6 Угоди про спеціальні заходи СОТ, яка є невід'ємною частиною УА. Ця стаття передбачає



можливість запровадження захисних заходів ще до початку проведення формального розслідування.

5. Зростання частки ЄС в імпорті споживчих товарів, яке мало місце впродовж 2016–2017 рр., суттєво не вплинуло на цінову ситуацію на відповідних товарних ринках.

6. Імплементация директив ЄС щодо оподаткування алкогольних напоїв і тютюнових виробів призвела до зростання обсягів тіншового ринку цих товарів. Серед інших заходів для боротьби із нелегальним обігом доцільно запровадити мінімальну ціну на тютюнові вироби.

Список використаних джерел

1. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011/paran2820#n2820
2. Як я став ... Громико. *Українська правда*. URL: <https://www.epravda.com.ua/cdn/cd1/2016/05/saturn/index.html>
3. Статистичний щорічник України / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
4. Частка продажу підприємствами роздрібною торгівлі товарів, які вироблені на території України / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
5. Експорт-імпорт окремих видів товарів за країнами світу / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
6. Виробництво промислової продукції за видами в Україні / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
7. Обсяги та динаміка виробництва автотранспортних засобів в Україні / Асоціація автовиробників України. URL: <http://ukrautoprom.com.ua>
8. Продаж і запаси товарів у торговій мережі підприємств. II т. / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>
9. Директива Ради 2011/64/ЄС "Про структуру і ставки акцизу на тютюнові вироби (кодифікація)" від 21 червня 2011 р. URL: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:176:0024:0036:EN:PDF>
10. Директива Ради 92/83/ЄЕС "Про гармонізацію структур акцизних зборів на алкоголь та алкогольні напої" від 19 жовтня 1992 р. URL: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_430
11. Директива Ради 2008/118/ЄС "Про загальні умови стягування акцизів і скасування директиви 92/12/ЄЕС" від 16 грудня 2008 р. URL: <http://bazazakonov.ru/doc/?ID=1759178>
12. Податковий кодекс України. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17>
13. Офіційний курс гривні щодо іноземних валют (середній за період) / Національний банк України. URL: https://bank.gov.ua/files/Exchange_r.xls
14. Промисловість України / Держстат України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>

Надійшла до редакції 23.07.2018 р.



*Олефир В.К., канд. экон. наук,
старший научный сотрудник,
ГУ "Институт экономики и прогнозирования НАН Украины"*

ВЛИЯНИЕ СОГЛАШЕНИЯ ОБ АССОЦИИИ МЕЖДУ УКРАИНОЙ И ЕС НА РЫНОК ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Изложены результаты исследования последствий для отечественного рынка потребительских товаров после вступления в силу Соглашения об ассоциации между Украиной и ЕС. Проанализирована динамика экспорта отечественных потребительских товаров в ЕС в течение 2016–2017 гг. Определены группы потребительских товаров, экспорт которых в европейские страны увеличился более всего. В течение 2016–2017 гг. из 115 товарных групп рост экспорта был зафиксирован по 96 товарным группам, а по 19 товарным группам – снижение. Относительно значительной части товарных групп в 2017 г. были зафиксированы рекордные за последние 10 лет объемы экспорта в ЕС. Соглашение об ассоциации наиболее поспособствовало с выходом на европейский рынок экспортерам таких товаров, как: мясо и съедобные субпродукты домашней птицы; мебель; бытовая техника; сахар; консервированные томаты; маргарин и подобные пищевые смеси; сливочное масло. Снижение экспортных поставок в ЕС было зафиксировано для отдельных видов одежды и обуви, для отдельных агропродовольственных товаров (фруктовые и овощные соки, виноградные вина), товаров бытовой химии. Это уменьшение было связано частично с ухудшением конъюнктуры для этих товаров на европейском рынке, а частично – с ухудшением условий производства в Украине. Несмотря на уменьшения экспорта по отдельным видам одежды и обуви, в целом экспорт товаров легкой промышленности в ЕС в течение 2014–2017 гг. увеличивался. Объемы экспорта фруктовых и овощных соков в 2016–2017 гг. вернулись к своему нормальному многолетнему уровню после "конъюнктурного всплеска" 2013–2015 гг.

Исследования показали, что на протяжении 2016–2017 гг. существенной экспансии импорта потребительских товаров из стран ЕС не произошло. Исключения составляют практически только две группы товаров: 1) легковые автомобили, 2) одежда, которая побывала в употреблении. Для противодействия экспансии импорта легковых автомобилей предложено увеличить импортную пошлину на эту группу товаров в соответствии с Соглашением об ассоциации.

Имплементация директив ЕС относительно налогообложения алкогольных напитков и табачных изделий привела к росту цен и объемов теневого рынка этих товаров. В этом контексте обосновано целесообразность введения минимальной цены на табачные изделия.

Ключевые слова: *Соглашение об ассоциации между Украиной и ЕС, рынок потребительских товаров, экспорт и импорт потребительских товаров, минимальные цены на табачные изделия*

*V.Olefir, Ph.D. in Economics,
Senior Researcher,
Institute for Economics and Forecasting, NAS of Ukraine*

THE EFFECT OF THE UKRAINE–EU ASSOCIATION AGREEMENT ON THE CONSUMER MARKET

The article deals with the consequences for Ukraine's consumer market after the entry into force of the Association Agreement between Ukraine and the EU. The author analyzes the exports of domestic consumer goods in the EU during 2016-2017. Defined groups of consumer goods whose export to European countries has increased the most. During 2016-2017, out of 115 commodity groups, for 96 commodity groups, increased exports were registered, and in 19 commodity groups a decline took place. In 2017, a considerable number of commodity groups showed record volumes of exports to the EU in recent 10 years.

Most of all, the Ukraine–EU Association Agreement promoted the entry to the European market for the exporters of such goods as: meat and edible byproducts of poultry; furniture; household appliances; sugar; canned tomatoes; margarine and similar food mixtures and dairy butter. A decline of export deliveries to the EU was registered for individual types of clothes and shoes produced under tolling contracts, as well as for individual agro-food items (such as fruit and vegetable juices, wines etc.). This reduction was related partly to the worsened market conditions for the above goods at the European market, and partly to the worsened conditions of their production in Ukraine.

Despite the reduction of exports in individual clothes and shoe items, on the whole, exports of light industry produce to the EU increased during 2014-2017. While exports of fruit and vegetable juices in 2016-2017 just returned to their usual levels after the "conjuncture splash" of 2013-2015.

Researches showed that, during 2016-2017, no substantial expansion of imports of consumer goods from the EU occurred in Ukraine. The only two exceptions are: 1) passenger cars, and 2) second hand clothes. In order to counteract the expansion of imported cars, it has been proposed to raise the import duty on this group of commodities in accordance with the Ukraine–EU Association Agreement.

Implementation of EU directives regarding the taxation of alcoholic beverages and tobacco products has led to higher prices and volumes of "shadow" market for these goods. In this context, it has been justified to establish a minimum price for tobacco products.

Keywords: *the Ukraine–EU Association Agreement, consumer market, export and import of consumer goods, minimum prices for tobacco products*



References

1. Association Agreement between Ukraine, on the one hand, and the European Union, the European Atomic Energy Community and their Member States, on the other hand. Retrieved from http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011/paran2820#n2820 [in Ukrainian].
2. How I became...Gromyko. *Ukrains'ka pravda – Ukrainian truth*. Retrieved from <https://www.epravda.com.ua/cdn/cd1/2016/05/saturn/index.html> [in Ukrainian].
3. Statistical Yearbook of Ukraine. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
4. The share of sales by enterprises of retail trade in goods produced on the territory of Ukraine. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
5. Export-import of certain types of goods by countries of the world. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
6. Production of industrial products by type in Ukraine. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
7. Volumes and dynamics of production of motor vehicles in Ukraine. Association of automobile manufacturers of Ukraine. Retrieved from <http://ukrautoprom.com.ua> [in Ukrainian].
8. Sales and stocks of goods in the trading network of enterprises. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].
9. Council Directive 2011/64 / EC on the structure and rates of excise duty on tobacco products (codification) of June 21, 2011. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:176:0024:0036:EN:PDF>
10. Council Directive 92/83 / EEC "On the harmonization of the structures of excise duties on alcohol and alcoholic beverages" of 19 October 1992. Retrieved from http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/994_430 [in Ukrainian].
11. Council Directive 2008/118 / EC of 16 December 2008 on general terms and conditions for the charging of excise duties and repealing Directive 92/12 / EEC. Retrieved from <http://bazakonov.ru/doc/?ID=1759178> [in Ukrainian].
12. Tax Code of Ukraine. Retrieved from <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> [in Ukrainian].
13. Official exchange rate of hryvnia against foreign currencies (average for the period) / National Bank of Ukraine. Retrieved from https://bank.gov.ua/files/Exchange_r.xls [in Ukrainian].
14. Industry of Ukraine. State Statistics Service of Ukraine. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> [in Ukrainian].