ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ ТОВАРІВ ДЛЯ ПІДТРИМКИ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ

ДО США

ВИЗНАЧЕННЯ ПРІОРИТЕТНИХ ТОВАРІВ ДЛЯ ПІДТРИМКИ УКРАЇНСЬКОГО ЕКСПОРТУ ДО США

Canada CUTIS Канадсько-Український проект з підтримки Торгівлі та Інвестицій

Звіт
Травень 2019 р.
Канадсько-український проект з підтримки торгівлі та інвестицій
Київ

МІНІСТЕРСТВО
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

Ця публікація підготовлена командою фахівців Міністерства економічного розвитку і торгівлі України (МЕРТ) та ДП «Укрпромзовнішекспертиза» за методичної та технічної підтримки Канадсько-українського проекту з підтримки торгівлі та інвестицій (CUTIS). Погляди та думки, висловлені в межах цього документу, належать його авторам та не відображають офіційну позицію Уряду України, Уряду Канади, Міністерства економічного розвитку і торгівлі України, Міністерства міжнародних справ Канади, ДП «Укрпромзовнішекспертиза» чи проекту CUTIS.

Автори: Сергій Ковальов (МЕРТ), Ольжана Рукас (МЕРТ), Олександр Жовтуха (МЕРТ), Микола Мостов'як (ДП «Укрпромзовнішекспертиза»)

Координатор дослідження та редактор публікації: Максим Борода (проект CUTIS)

CUTIS – проект технічної допомоги (2016-2020 рр.), що фінансується Урядом Канади через Міністерство міжнародних справ Канади. Проект реалізується Конференційною радою Канади спільно з Канадсько-українською торговою палатою. Метою проекту CUTIS є зменшення рівня бідності в Україні та підвищення сталого економічного розвитку шляхом збільшення українського експорту до Канади та залучення інвестицій з Канади до України. CUTIS підтримує малі та середні підприємства, зокрема, підприємства, власницями та керівницями яких є жінки.

Canada

Canada-Ukraine
Trade & Investment
Support project

CUTIS

Зміст

Вступ **8**
Відбір товарів для ринкового аналізу **10**
Джерела даних 10
Алгоритм відбору товарів 10
Відбір товарів, конкурентоздатних на світовому та американському ринках 11
Відбір товарів, частка яких в імпорті США зростає 16
Остаточний відбір товарів для просування на ринок США 23
Товари, відібрані для ринкового аналізу 27

Методологія ринкового аналізу **28**
Кондитерські вироби з цукру, шоколаду, какао та борошна **32**
Потенціал зростання світового ринку кондитерських виробів із цукру 32
Сукупний світовий імпорт 32
Світовий імпорт із України 33
Потенціал зростання ринку кондитерських виробів із цукру в США 35
Сукупний імпорт США 35
Імпорт США з України 36
Доступ до ринку США 37
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва кондитерських виробів із цукру 39
Потенціал зростання світового ринку шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао 40
Сукупний світовий імпорт 40
Світовий імпорт з України 42
Потенціал зростання ринку шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао в США . . 43
Сукупний імпорт США 43
Імпорт США з України 44
Доступ до ринку США 46
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао 47
Потенціал зростання світового ринку борошняних кондитерських виробів 48
Сукупний світовий імпорт 48
Світовий імпорт з України 50
Потенціал зростання ринку борошняних кондитерських виробів у США 51
Сукупний імпорт США 51
Імпорт США з України 52
Доступ до ринку США 54
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва борошняних кондитерських виробів 55

Виробничий та експортний потенціал України 56
Виробництво кондитерських виробів із цукру, шоколаду, какао та борошна 56
Обсяги виробництва та реалізації 56
Кондитерські вироби з цукру 56
Шоколад та харчові продукти із вмістом какао 58
Борошняні кондитерські вироби 60
Основні виробники та регіональна структура виробництва 63
Забезпеченість сировиною для виробництва кондитерських виробів 63
Кондитерські вироби з цукру 63
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао 66
Борошняні кондитерські вироби 69
Експорт кондитерських виробів із цукру 71
Обсяги експорту 71
Географічна структура експорту 73
Структура експорту в розрізі регіонів України 74
Експорт шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао 76
Обсяги експорту 76
Географічна структура експорту 77
Структура експорту в розрізі регіонів України 78
Експорт борошняних кондитерських виробів 80
Обсяги експорту 80
Географічна структура експорту 81
Структура експорту в розрізі регіонів України 82
Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність на ринку США 84
Логістичні витрати 84
Ціна на ринку США 85
Конкурентоздатність на ринку США 86
Гендерний аналіз виробництва кондитерських виробів із цукру, шоколаду, какао та борошна 88

Міцні алкогольні напої 90
Потенціал зростання світового ринку міцних алкогольних напоїв 90
Сукупний світовий імпорт 90
Світовий імпорт із України 91
Потенціал зростання ринку міцних алкогольних напоїв у США 93
Сукупний імпорт США 93
Імпорт США з України 94
Доступ до ринку США 95
Виробничий та експортний потенціал України 97
Виробництво міцних алкогольних напоїв 97
Обсяги виробництва та реалізації 97
Основні виробники та регіональна структура виробництва 98
Забезпеченість сировиною для виробництва міцних алкогольних напоїв 99
Експорт міцних алкогольних напоїв 101

Обсяги експорту . . . 101
Географічна структура експорту . . . 102
Структура експорту в розрізі регіонів України . . . 104
Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність ринку США . . . 105
Ціна на ринку США . . . 106
Конкурентоздатність на ринку США . . . 106
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва алкоголю . . . 107
Гендерний аналіз виробництва міцних алкогольних напоїв . . . 108

Столярні вироби . . . 110
Потенціал зростання світового ринку столярних виробів . . . 110
Сукупний світовий імпорт . . . 110
Світовий імпорт із України . . . 111
Потенціал зростання на ринку столярних виробів у США . . . 113
Сукупний імпорт США . . . 113
Імпорт США з України . . . 114
Доступ до ринку США . . . 115
Виробничий та експортний потенціал України . . . 117
Виробництво столярних виробів . . . 117
Обсяги виробництва та реалізації . . . 117
Основні виробники та регіональна структура виробництва . . . 119
Забезпеченість сировиною для виробництва столярних виробів . . . 119
Експорт столярних виробів . . . 121
Обсяги експорту . . . 121
Географічна структура експорту . . . 122
Структура експорту в розрізі регіонів України . . . 123
Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність на ринку США . . . 125
Логістичні витрати . . . 125
Ціна на ринку США . . . 125
Конкурентоздатність на ринку США . . . 126
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва столярних виробів . . . 127
Гендерний аналіз виробництва столярних виробів . . . 128

Глазурована керамічна плитка . . . 129
Потенціал зростання світового ринку глазурованої керамічної плитки . . . 129
Сукупний світовий імпорт . . . 129
Світовий імпорт із України . . . 130
Потенціал зростання ринку глазурованої керамічної плитки в США . . . 132
Сукупний імпорт США . . . 132
Імпорт США з України . . . 133
Доступ до ринку США . . . 134
Виробничий та експортний потенціал України . . . 136
Виробництво глазурованої керамічної плитки . . . 136
Обсяги виробництва та реалізації . . . 136

Основні виробники та регіональна структура виробництва. 137
Забезпеченість сировиною для виробництва глазурованої керамічної плитки . . . 138
Експорт керамічної плитки 140
Обсяги експорту 140
Географічна структура експорту. 142
Структура експорту в розрізі регіонів України 143
Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність на ринку США. 144
Логістичні витрати 144
Ціна на ринку США 145
Конкурентоздатність на ринку США. 146
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва керамічної плитки 147
Гендерний аналіз виробництва глазурованої керамічної плитки 148

Підрахунок балів. 149
Обґрунтування підрахунку балів 152
Кондитерські вироби з цукру 152
Потенціал зростання світового ринку. 152
Потенціал зростання ринку США 152
Доступ до ринку США 152
Виробничий та експортний потенціал України 153
Екологічні та гендерні наслідки 153
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао 153
Потенціал зростання світового ринку. 153
Потенціал зростання ринку США 153
Доступ до ринку США 154
Виробничий та експортний потенціал України 154
Екологічні та гендерні наслідки 154
Борошняні кондитерські вироби 154
Потенціал зростання світового ринку. 154
Потенціал зростання ринку США 155
Доступ до ринку США 155
Виробничий та експортний потенціал України 155
Екологічні та гендерні наслідки 156
Міцні алкогольні напої 156
Потенціал зростання світового ринку. 156
Потенціал зростання ринку США 156
Доступ до ринку США 156
Виробничий та експортний потенціал України 157
Екологічні та гендерні наслідки 157
Столярні вироби. 157
Потенціал зростання світового ринку. 157
Потенціал зростання ринку США 157
Доступ до ринку США 158
Виробничий та експортний потенціал України 158

Екологічні та гендерні наслідки 158
Глазурована керамічна плитка 158
Потенціал зростання світового ринку 158
Потенціал зростання ринку США 159
Доступ до ринку США 159
Виробничий та експортний потенціал України 159
Екологічні та гендерні наслідки 160

Додатки 161
Додаток 1. Обсяги імпорту США 161
Додаток 2. Потенціал зростання світового ринку 168
Додаток 3. Потенціал зростання ринку США 169
Додаток 4. Доступ до ринку США 170
Додаток 5. Виробничий та експортний потенціал України 171
Додаток 6. Гендерна політика та нормативно-правова база 172
Додаток 7. Екологічні регуляторні вимоги 173

Вступ

В Експортній стратегії України (Дорожній карті стратегічного розвитку торгівлі) на період 2017—2021 рр. ринок США означено як один із пріоритетних для України. Метою цього дослідження є визначення українських товарів, які можуть стати пріоритетами для підтримки експорту до США. Воно здійснювалося на основі співставлення результатів ринкового аналізу 6 груп товарів, відібраних за допомогою вивчення статистичних даних.

США у 2016 р. займали 12-у позицію (1,2%) серед основних напрямків експорту України. Попри незначну частку в загальному обсязі українського експорту, ринок США є надзвичайно важливим, зважаючи на обсяг економіки цієї країни. Економіка США — найбільша у світі. Річні темпи зростання ВВП у 2014 та 2015 рр. складали близько 2,5%. Темпи зростання обсягів приватного споживання залишаються значними. Купівельна спроможність споживачів підвищується внаслідок пожвавлення на ринку праці й зростання доходів населення, одночасно зі зменшенням цін на енергоносії та низьким рівнем інфляції. Крім того, США є найбільшим світовим імпортером. Техніка, транспортне обладнання, пальне — найбільші статті імпорту.

Обсяг імпорту США з України у 2016 р. склав 608,8 млн дол. США, демонструючи стабільну тенденцію до скорочення (більше ніж удвічі, порівнюючи 2011-й з 2016-м). При цьому частка українських товарів у структурі імпорту США (0,3%) є дуже незначною (див. Таблицю 1).

Джерело: ITC

Таблиця 1
Імпорт до США, млн дол. США

Місце	Експортер	Імпорт до США зі світу						Частка 2016 р. %
		2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.	
	Світ	2 263 619,1	2 334 677,7	2 326 590,2	2 410 855,5	2 306 822,2	2 251 605,4	100,00
1	Китай	417 340,3	444 386,0	459 107,9	486 296,2	502 632,5	481 777,1	21,40
2	ЄС	377 525,8	390 430,9	395 602,0	427 025,1	435 270,6	425 799,3	18,91
3	Мексика	265 113,8	279 957,4	283 133,7	296 855,8	297 499,5	296 881,6	13,19
4	Канада	317 921,2	327 502,6	337 126,1	354 171,8	301 035,6	284 571,3	12,64
5	Японія	132 558,8	150 447,0	142 136,7	137 503,8	134 775,7	135 273,0	6,01
6	Південна Корея	58 605,8	60 997,7	64 611,3	71 745,5	74 121,2	71 930,1	3,19
7	Індія	37 455,5	41 904,5	43 217,5	46 985,5	46 626,3	47 706,5	2,12
8	В'єтнам	18 457,0	21 371,3	25 904,3	32 011,2	39 664,9	43 772,8	1,94
9	Тайвань (кит.)	42 728,5	40 216,0	39 296,5	42 014,6	42 252,4	40 709,5	1,81
10	Малайзія	26 490,3	26 653,2	27 994,8	31 113,0	34 575,1	37 392,6	1,66
...	...							
18	Російська Федерація	35 557,8	30 232,5	27 851,7	24 465,1	17 355,8	15 259,3	0,68

…	…							
60	**Україна**	**1 528,0**	**1 408,0**	**1 084,7**	**973,1**	**893,8**	**608,8**	**0,03**
…	…							
88	Білорусь	374,3	159,3	111,6	140,6	165,9	143,6	0,01
…	…							
116	Молдова	17,4	27,2	37,5	37,5	46,6	40,1	0,002
	Решта країн світу	531 944,7	518 984,1	479 374,0	459 516,8	379 906,4	369 739,8	16,42

Відбір товарів для ринкового аналізу

Джерела даних

Дослідження ґрунтується на інформації з Бази статистичних даних ООН щодо торгівлі товарами — Comtrade.

Дані Comtrade використовуються на основі:

- Гармонізованої системи (HS). HS — це міжнародна система, яка застосовується для класифікації продуктів торгівлі з використанням стандартизованих назв і номерів. Було прийнято рішення використовувати в якості бази номенклатуру HS 2007, оскільки Україна перейшла до використання номенклатури HS 2012 лише з 2014 р., відтак статистичні дані за попередні періоди стосовно України в HS 2012 відсутні.
- Даних про імпорт до США. Дані відносно імпорту загалом вважаються більш точними і повними, аніж дані щодо експорту, оскільки вони ґрунтуються на митній інформації кожної країни.
- Даних за роками: 2011 (базовий рік) — 2015 (2016 — довідковий рік). Хоча на час проведення дослідження статистичні дані про торгівлю США за 2016 р. уже були наявними в базі даних ООН Comtrade, однак даних щодо світової торгівлі ще не було. Тому для розрахунку аналітичних показників і були взяті дані за 2015 р., тоді як для торговельної статистики використано більш пізні показники — за 2016 р.
- Класифікації продукції: товари аналізувалися за 4-значними кодами HS, оскільки це забезпечує достатній рівень деталізації для подальшого ринкового аналізу.

Алгоритм відбору товарів

Для визначення цільових товарів, з метою підвищення обсягів українського експорту до США, були здійснені такі кроки:

- Крок 1 — розрахунок показника нормалізованої виявленої порівняльної переваги (NRCA) для українських товарів на світовому ринку у 2015 р.;
- Крок 2 — розрахунок показника NRCA для українських товарів на ринку США у 2015 р.;
- Крок 3 — накладення позитивних значень показників NRCA, отриманих завдяки Крокам 1 і 2;

- Крок 4 — визначення українських товарів, частка яких у сукупному імпорті до США зростала з 2011 р. до 2015 р.;
- Крок 5 — застосування фільтрів (обсяги імпорту вище за 500 тис. дол. США у 2016 р. та позитивна динаміка імпорту до США у 2016 р.) до товарів, визначених після Кроку 4.

Відбір товарів, конкурентоздатних на світовому та американському ринках

Для відбору українських товарів, які мали конкурентні переваги як на світовому, так і на американському ринках, було застосовано показник нормалізованої виявленої порівняльної переваги (NRCA) на підставі даних торгівлі 2015 р.

Виявлена порівняльна перевага (NRCA) — це спосіб визначення, в яких галузях або товарах країна є конкурентною на світових ринках; на ринку іншої країни або на певному конкретному ринку. Вважається, що країна має виявлену порівняльну перевагу на достатньому рівні, якщо частка певного товару в структурі її експорту більша за частку цього товару в світовому експорті. Показник нормалізованої виявленої порівняльної переваги (NRCA) — це спрощення шляхом логарифмічного перетворення показника RCA, який нині коливається від -1 до 1. Показник, менший за 0, свідчить про відсутність порівняльної переваги відповідного товару, а вищий показник показує наявність у товару виявленої порівняльної переваги.

Результати розрахунку NRCA:

1. 218 українських товарів (за 4-значними кодами HS) мають позитивне значення NRCA на світовому ринку за 2015 р.
2. 93 українські товари (за 4-значними кодами HS) мають позитивне значення NRCA на ринку США за 2015 р.
3. 55 українських товарів (за 4-значними кодами HS) мають позитивне значення NRCA як на світовому, так і на американському ринках за 2015 р. (див. Таблицю 2).

Таблиця 2.
Українські товари з позитивним значенням NRCA як на світовому, так і на американському ринках за 2015 р.

Код HS	Товар	Значення NRCA для українського експорту до США	Значення NRCA для українського експорту в світі
0402	Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	0,746	0,343

0409	Мед натуральний.	0,986	0,872
0909	Насіння анісу, бодяну, фенхелю, коріандру, куміну, кмину; ягоди ялівцю.	0,826	0,542
1103	Крупи, крупка та гранули із зерна зернових культур.	0,038	0,491
1104	Зерно зернових культур, оброблене іншими способами (наприклад, лущене, плющене, у вигляді пластівців, обрушене, різане (ядро) або подрібнене), за винятком рису товарної позиції 1006; зародки зерна зернових культур, цілі, плющені, у вигляді пластівців або мелені.	0,690	0,633
1204	Насіння льону, подрібнене або неподрібнене.	0,629	0,697
1205	Насіння свиріпи або ріпаку, подрібнене або неподрібнене.	0,628	0,923
1206	Насіння соняшника, подрібнене або неподрібнене.	0,635	0,464
1512	Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	0,985	0,986
1515	Інші нелеткі жири й олії рослинні (включаючи джоджобову) та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	0,474	0,094
1704	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао.	0,398	0,604
1806	Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао.	0,620	0,430
1905	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти.	0,462	0,270
2001	Овочі, плоди та інші їстівні частини рослин, приготовлені або консервовані з доданням оцту чи оцтової кислоти.	0,655	0,122
2009	Соки з плодів (включаючи виноградне сусло) або соки овочеві, незброджені та без додання спирту, з доданням або без додання цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	0,788	0,519
2105	Морозиво та інші види харчового льоду, що містять або не містять какао.	0,303	0,052
2208	Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистиляти та спиртні напої, отримані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.	0,188	0,036
2508	Інші глини (крім спучених глин товарної позиції 6806), андалузит, кіаніт і силіманіт, кальциновані або некальциновані; муліт; землі шамотні або динасові.	0,946	0,953

2602	Руди та концентрати марганцеві, включаючи залізисті марганцеві руди та концентрати із вмістом марганцю 20 мас. % або більше в перерахунку на сухий продукт.	0,997	0,320
2614	Руди та концентрати титанові.	0,990	0,933
2804	Водень, інертні гази та інші неметали.	0,975	0,120
2814	Аміак, безводний або у водному розчині.	0,993	0,887
2818	Корунд штучний із визначеним або невизначеним хімічним складом; оксид алюмінію; гідроксид алюмінію.	0,382	0,843
2849	Карбіди з визначеним або невизначеним хімічним складом.	0,131	0,561
3206	Інші барвникові матеріали; препарати, зазначені у примітці 3 до цієї групи, що відрізняються від матеріалів товарних позицій 3203, 3204 або 3205; неорганічні продукти видів, які використовують як люмінофори, з визначеним або невизначеним хімічним складом.	0,825	0,297
3501	Казеїн, казеїнати та інші похідні казеїнів; казеїнові клеї.	0,546	0,669
3801	Графіт штучний; графіт колоїдний або напівколоїдний; вироби на основі графіту або інших форм вуглецю у вигляді паст, блоків, пластин або інших напівфабрикатів.	0,923	0,739
3819	Гальмівні рідини гідравлічні та інші готові рідкі суміші для гідравлічних трансмісій, без вмісту нафти або нафтопродуктів, одержаних із бітумінозних мінералів, або із вмістом нафти чи нафтопродуктів менш як 70 мас. %.	0,648	0,067
4201	Вироби шорно-сідельні та упряж для будь-яких тварин (включаючи постромки, поводи, наколінники, намордники, попони для сідел, чепраки, сідельні кобури, попонки для собак тощо), виготовлені з будь-яких матеріалів.	0,071	0,296
4301	Сировина хутрова (включаючи голови, хвости, лапи та інші обрізки, придатні для використання у виробництві хутрових виробів), крім шкірсировини та шкур товарних позицій 4101, 4102 або 4103.	0,724	0,061
4408	Листи для облицювання (включаючи листи, отримані розділенням шаруватої деревини), листи для клеєної фанери або для подібної шаруватої деревини та інші лісоматеріали, розпиляні уздовж, розділені на шари або лущені, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання завтовшки не більш як 6 мм.	0,711	0,883

4409	Пилопродукція з деревини (включаючи дощечки та фриз для паркетного покриття підлоги, незібрані) у вигляді профільованого погонажу (з гребенями, пазами, шпунтовані, зі стесаними краями, з'єднанням у вигляді напівкруглого калювання, фасонні, закруглені тощо) уздовж будь-яких країв чи площин, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання.	0,617	0,181
4418	Вироби столярні та теслярські будівельні деталі, включаючи пористі дерев'яні панелі, зібрані панелі для підлоги, ґонт і дранку для покрівель.	0,729	0,600
4902	Газети, журнали та інші періодичні видання, ілюстровані або неілюстровані, з вмістом або без вмісту рекламних матеріалів.	0,124	0,448
6308	Набори, що складаються з кусків тканини та ниток, із додатковими речами чи без них, для виготовлення килимів, гобеленів, вишитих скатертин або серветок чи аналогічних текстильних виробів, упаковані для роздрібної торгівлі.	0,149	0,274
6801	Брущатка, бордюрний камінь та плити для брукування з природного каменю (крім сланцю).	0,617	0,609
6804	Жорна, камені точильні, круги шліфувальні та аналогічні вироби без каркасу, призначені для шліфування, заточування, подрібнення, полірування, розрізування або розпилювання, камені для ручного точіння або полірування та їх частини з природного каменю, з агломерованих натуральних або штучних абразивів, або з кераміки, у поєднанні з частинами з інших матеріалів чи без них.	0,201	0,000
6806	Шлаковата, мінеральна силікатна вата і аналогічні види мінеральної вати; відшарований вермикуліт, спучені глини, спінений шлак та аналогічні спучені мінеральні продукти; суміші та вироби з теплоізоляційних, звукоізоляційних чи звукопоглинальних матеріалів, крім виробів товарних позицій 6811 — 6812 або групи 69.	0,555	0,324
6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін, керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї.	0,640	0,313
7201	Чавун переробний та чавун дзеркальний у чушках, болванках або інших первинних формах.	0,994	0,965
7202	Феросплави.	0,954	0,892
7207	Напівфабрикати з вуглецевої сталі.	0,770	0,967

7213	Прутки та бруски гарячекатані, вільно укладені в бунти, вироблені з вуглецевої сталі.	0,989	0,909
7215	Інші прутки та бруски з вуглецевої сталі.	0,768	0,219
7222	Інші прутки та бруски з корозійностійкої (нержавіючої) сталі; кутики фасонні та спеціальні профілі з корозійностійкої (нержавіючої) сталі.	0,958	0,717
7224	Інша сталь легована у зливках або інших первинних формах; напівфабрикати з інших легованих сталей.	0,792	0,718
7228	Інші прутки та бруски з інших легованих сталей; кутики, фасонні та спеціальні профілі з іншої легованої сталі; порожнисті прутки та бруски для буріння з легованих або нелегованих сталей.	0,972	0,427
7304	Труби, трубки і профілі порожнисті, безшовні з чорних металів (крім чавунного литва).	0,971	0,751
8108	Титан і вироби з титану, включаючи відходи та брухт.	0,945	0,736
8309	Пробки, ковпачки та кришки (включаючи корончасті пробки і ковпачки, що загвинчуються, та пробки з пристроєм для розливання), кришки для пляшок, заглушки нарізні, оболонки пробок та інші пакувальні пристрої з недорогоцінних металів.	0,809	0,634
8437	Машини для очищення, сортування або калібрування насіння, зерна чи сухих бобових культур; обладнання для борошномельної промисловості або інше обладнання для обробки зернових чи сухих бобових культур, крім машин, що використовуються на сільськогосподарських фермах.	0,764	0,194
8545	Електроди вугільні, щітки вугільні, вугілля для ламп або гальванічних елементів та інші вироби з графіту чи інших видів вуглецю з металом або без нього, що використовуються в електротехніці.	0,761	0,410
8607	Частини до залізничних локомотивів або моторних вагонів трамвая або рухомого складу.	0,954	0,609
8801	Аеростати та дирижаблі; планери, дельтаплани та інші літальні апарати безмоторні.	0,919	0,638
9005	Біноклі, монокуляри та інші оптичні труби та їх арматура; інші астрономічні прилади та опори для них, за винятком радіоастрономічних приладів.	0,934	0,543

Відбір товарів, частка яких в імпорті США зростає

Обсяги імпорту до США з усього світу та з України проаналізовано для 55 товарів (див. Додаток 1).

На підставі цього аналізу для кожного товару було визначено рейтинг конкурентоздатності із застосуванням типології конкурентоздатності Світового банку - TradeCAN.[1] Типологія TradeCAN дозволяє класифікувати товари за чотирма типами — «зірка, що сходить», «зірка, що падає», «відступ» і «втрачена можливість», використовуючи два показники:

1) Ринкова частка України в сукупному імпорті даного товару до США.

$$\text{Ринкова частка України в імпорті до США} = \frac{\text{імпорт товару j до США з України}}{\text{імпорт товару j до США зі світу}}$$

2) Частка товару в сукупному імпорті до США

$$\text{Частка імпорту товару в сукупному імпорті до США} = \frac{\text{імпорт товару j до США зі світу}}{\text{імпорт до США всіх товарів зі світу}}$$

Кожен показник було розраховано по 2011 і 2015 рр. окремо та класифіковано з використанням таких критеріїв:

Частка імпорту 2015 р. > частка імпорту 2011 р.
ТА
Ринкова частка 2015 р. > ринкова частка 2011 р.
→ Типологія → Зірка, що сходить

Частка імпорту 2015 р. < частка імпорту 2011 р.
ТА
Ринкова частка 2015 р. > ринкова частка 2011 р.
→ Типологія → Втрачена можливість

Частка імпорту 2015 р. > частка імпорту 2011 р.
ТА
Ринкова частка 2015 р. < ринкова частка 2011 р.
→ Типологія → Зірка, що падає

Частка імпорту 2015 р. < частка імпорту 2011 р.
ТА
Ринкова частка 2015 р. < ринкова частка 2011 р.
→ Типологія → Відступ

[1] World Bank, TradeCAN: Database and Software for a Competitiveness Analysis of Nations: User Guide, World Bank: Washington, D.C., 1999.

Визначені вище чотири типи можна узагальнено описати наступним чином:

Зірка, що сходить. Частка цього товару в імпорті України до США збільшується ТА частка цього товару в імпорті до США взагалі збільшується.

Втрачена можливість. Частка цього товару в імпорті України до США зменшується ТА частка цього товару в імпорті до США взагалі збільшується.

Зірка, що падає. Частка цього товару в імпорті України до США збільшується ТА частка цього товару в імпорті до США взагалі зменшується.

Відступ. Частка цього товару в імпорті України до США зменшується ТА частка цього товару в імпорті до США взагалі зменшується.

Таблиця 3 визначає кожен із 55 українських товарів за типологією TradeCAN.

Таблиця 3.
Рейтинг товарів за типологією TradeCAN

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
0402	Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	Зірка, що сходить
0409	Мед натуральний.	Зірка, що сходить
0909	Насіння анісу, бодяну, фенхелю, коріандру, куміну, кмину; ягоди ялівцю.	Зірка, що сходить
1103	Крупи, крупка та гранули із зерна зернових культур.	Зірка, що сходить
1104	Зерно зернових культур, оброблене іншими способами (наприклад, лущене, плющене, у вигляді пластівців, обрушене, різане (ядро) або подрібнене), за винятком рису товарної позиції 1006; зародки зерна зернових культур, цілі, плющені, у вигляді пластівців або мелені.	Дані відсутні
1204	Насіння льону, подрібнене або неподрібнене.	Дані відсутні
1205	Насіння свиріпи або ріпаку, подрібнене або неподрібнене.	Дані відсутні
1206	Насіння соняшнику, подрібнене або неподрібнене.	Зірка, що сходить
1512	Олії: соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	Зірка, що сходить
1515	Інші нелеткі жири і олії рослинні (включаючи джоджобову олію) та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	Зірка, що сходить
1704	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао.	Зірка, що сходить
1806	Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао.	Зірка, що сходить
1905	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти.	Зірка, що сходить

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
2001	Овочі, плоди та інші їстівні частини рослин, приготовлені або консервовані з доданням оцту чи оцтової кислоти.	Зірка, що сходить
2009	Соки з плодів (включаючи виноградне сусло) або соки овочеві, незброджені та без додання спирту, з доданням або без додання цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	Зірка, що падає
2105	Морозиво та інші види харчового льоду, що містять або не містять какао.	Зірка, що падає
2208	Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистиляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.	Зірка, що сходить
2508	Інші глини (крім спучених глин товарної позиції 6806), андалузит, кіаніт і силіманіт, кальциновані або некальциновані; муліт; землі шамотні або динасові.	Зірка, що сходить
2602	Руди та концентрати марганцеві, включаючи залізисті марганцеві руди та концентрати із вмістом марганцю 20 мас. % або більше в перерахунку на сухий продукт.	Дані відсутні
2614	Руди та концентрати титанові.	Зірка, що сходить
2804	Водень, інертні гази та інші неметали.	Зірка, що падає
2814	Аміак, безводний або у водному розчині.	Відступ
2818	Корунд штучний з визначеним або невизначеним хімічним складом; оксид алюмінію; гідроксид алюмінію.	Відступ
2849	Карбіди з визначеним або невизначеним хімічним складом.	Відступ
3206	Інші барвникові матеріали; препарати, зазначені у примітці 3 до цієї групи, що відрізняються від матеріалів товарних позицій 3203, 3204 або 3205; неорганічні продукти видів, які використовують як люмінофори, з визначеним або невизначеним хімічним складом.	Втрачена можливість
3501	Казеїн, казеїнати та інші похідні казеїнів; казеїнові клеї.	Зірка, що падає
3801	Графіт штучний; графіт колоїдний або напівколоїдний; вироби на основі графіту або інших форм вуглецю у вигляді паст, блоків, пластин або інших напівфабрикатів.	Зірка, що падає
3819	Гальмівні рідини гідравлічні та інші готові рідкі суміші для гідравлічних трансмісій, без вмісту нафти або нафтопродуктів, одержаних із бітумінозних мінералів, або із вмістом нафти чи нафтопродуктів менш як 70 мас. %.	Дані відсутні
4201	Вироби шорно-сідельні та упряж для будь-яких тварин (включаючи постромки, поводи, наколінники, намордники, попони для сідел, чепраки, сідельні кобури, попонки для собак тощо), виготовлені з будь-яких матеріалів.	Зірка, що сходить
4301	Сировина хутрова (включаючи голови, хвости, лапи та інші обрізки, придатні для використання у виробництві хутрових виробів), крім шкірсировини та шкур товарних позицій 4101, 4102 або 4103.	Зірка, що сходить

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
4408	Листи для облицювання (включаючи листи, отримані розділенням шаруватої деревини), листи для клеєної фанери або для подібної шаруватої деревини та інші лісоматеріали, розпиляні уздовж, розділені на шари або лущені, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання завтовшки не більш як 6 мм.	Зірка, що сходить
4409	Пилопродукція з деревини (включаючи дощечки та фриз для паркетного покриття підлоги, незібрані) у вигляді профільованого погонажу (з гребенями, пазами, шпунтовані, із стесаними краями, з'єднанням у вигляді напівкруглого калювання, фасонні, закруглені тощо) уздовж будь-яких країв чи площин, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання.	Зірка, що сходить
4418	Вироби столярні та теслярські будівельні деталі, включаючи пористі дерев'яні панелі, зібрані панелі для підлоги, ґонт і дранку для покрівель.	Зірка, що сходить
4902	Газети, журнали та інші періодичні видання, ілюстровані або неілюстровані, з вмістом або без вмісту рекламних матеріалів.	Відступ
6308	Набори, що складаються з кусків тканини та ниток, з додатковими речами або без них, для виготовлення килимів, гобеленів, вишитих скатертин або серветок чи аналогічних текстильних виробів, упаковані для роздрібної торгівлі.	Дані відсутні
6801	Брущатка, бордюрний камінь та плити для брукування з природного каменю (крім сланцю).	Дані відсутні
6804	Жорна, камені точильні, круги шліфувальні та аналогічні вироби без каркасапризначені для шліфування, заточування, подрібнення, полірування, розрізування або розпилювання, камені для ручного точіння або полірування та їх частини з природного каменю, з агломерованих натуральних або штучних абразивів чи з кераміки, у поєднанні з частинами з інших матеріалів або без них.	Зірка, що сходить
6806	Шлаковата, мінеральна силікатна вата і аналогічні види мінеральної вати; відшарований вермикуліт, спучені глини, спінений шлак та аналогічні спучені мінеральні продукти; суміші та вироби з теплоізоляційних, звукоізоляційних або звукопоглинальних матеріалів, крім виробів товарних позицій 6811 — 6812 або групи 69.	Втрачена можливість
6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї.	Зірка, що сходить
7201	Чавун переробний та чавун дзеркальний у чушках, болванках або інших первинних формах.	Зірка, що падає
7202	Феросплави.	Зірка, що падає
7207	Напівфабрикати з вуглецевої сталі.	Відступ
7213	Прутки та бруски гарячекатані, вільно укладені в бунти, вироблені з вуглецевої сталі.	Зірка, що сходить
7215	Інші прутки та бруски з вуглецевої сталі.	Відступ

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
7222	Інші прутки та бруски з корозійностійкої (нержавіючої) сталі; кутики фасонні та спеціальні профілі з корозійностійкої (нержавіючої) сталі.	Відступ
7224	Інша сталь легована у зливках або інших первинних формах; напівфабрикати з інших легованих сталей.	Втрачена можливість
7228	Інші прутки та бруски з інших легованих сталей; кутики, фасонні та спеціальні профілі з іншої легованої сталі; порожнисті прутки та бруски для буріння з легованих або нелегованих сталей.	Відступ
7304	Труби, трубки і профілі порожнисті, безшовні з чорних металів (крім чавунного литва).	Відступ
8108	Титан і вироби з титану, включаючи відходи та брухт.	Відступ
8309	Пробки, ковпачки та кришки (включаючи корончасті пробки і ковпачки, що загвинчуються, та пробки з пристроєм для розливання), кришки для пляшок, заглушки нарізні, оболонки пробок та інші пакувальні пристрої з недорогоцінних металів.	Зірка, що сходить
8437	Машини для очищення, сортування або калібрування насіння, зерна чи сухих бобових культур; обладнання для борошномельної промисловості або інше обладнання для обробки зернових чи сухих бобових культур, крім машин, що використовуються на сільськогосподарських фермах.	Зірка, що сходить
8545	Електроди вугільні, щітки вугільні, вугілля для ламп або гальванічних елементів та інші вироби з графіту чи інших видів вуглецю з металом або без нього, що використовуються в електротехніці.	Відступ
8607	Частини до залізничних локомотивів або моторних вагонів трамвая або рухомого складу.	Зірка, що сходить
8801	Аеростати та дирижаблі; планери, дельтаплани та інші літальні апарати безмоторні.	Зірка, що сходить
9005	Біноклі, монокуляри та інші оптичні труби та їх арматура; астрономічні прилади та опори для них, за винятком радіоастрономічних приладів.	Зірка, що падає

Товари, визначені як «зірка, що падає» та «зірка, що згасла», були виключені, внаслідок чого залишилося 29 товарів, наведених у Таблиці 4.

Таблиця 4.
Відбір товарів за типологією TradeCAN

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
0402	Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	Зірка, що сходить
0409	Мед натуральний.	Зірка, що сходить
0909	Насіння анісу, бодяну, фенхелю, коріандру, куміну, кмину; ягоди ялівцю.	Зірка, що сходить
1103	Крупи, крупка та гранули із зерна зернових культур.	Зірка, що сходить

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
1206	Насіння соняшнику, подрібнене або неподрібнене.	Зірка, що сходить
1512	Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	Зірка, що сходить
1515	Інші нелеткі жири і олії рослинні (включаючи джоджобову олію) та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	Зірка, що сходить
1704	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао.	Зірка, що сходить
1806	Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао.	Зірка, що сходить
1905	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти.	Зірка, що сходить
2001	Овочі, плоди та інші їстівні частини рослин, приготовлені або консервовані з доданням оцту чи оцтової кислоти.	Зірка, що сходить
2208	Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистиляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.	Зірка, що сходить
2508	Інші глини (крім спучених глин товарної позиції 6806), андалузит, кіаніт і силіманіт, кальциновані або некальциновані; муліт; землі шамотні або динасові.	Зірка, що сходить
2614	Руди та концентрати титанові.	Зірка, що сходить
3206	Інші барвникові матеріали; препарати, зазначені у примітці 3 до цієї групи, що відрізняються від матеріалів товарних позицій 3203, 3204 або 3205; неорганічні продукти видів, які використовують як люмінофори, з визначеним або невизначеним хімічним складом.	Втрачена можливість
4201	Вироби шорно-сідельні та упряж для будь-яких тварин (включаючи постромки, поводи, наколінники, намордники, попони для сідел, чепраки, сідельні кобури, попонки для собак тощо), виготовлені з будь-яких матеріалів.	Зірка, що сходить
4301	Сировина хутрова (включаючи голови, хвости, лапи та інші обрізки, придатні для використання у виробництві хутрових виробів), крім шкірсировини та шкур товарних позицій 4101, 4102 або 4103.	Зірка, що сходить
4408	Листи для облицювання (включаючи листи, отримані розділенням шаруватої деревини), листи для клеєної фанери або для подібної шаруватої деревини та інші лісоматеріали, розпиляні уздовж, розділені на шари або лущені, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання завтовшки не більш як 6 мм.	Зірка, що сходить

Код HS	Товар	Типологія TradeCAN
4409	Пилопродукція з деревини (включаючи дощечки та фриз для паркетного покриття підлоги, незібрані) у вигляді профільованого погонажа (з гребенями, пазами, шпунтовані, із стесаними краями, з'єднанням у вигляді напівкруглого калювання, фасонні, закруглені тощо) уздовж будь-яких країв чи площин, стругані або нестругані, шліфовані чи нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання.	Зірка, що сходить
4418	Вироби столярні та теслярські будівельні деталі, включаючи пористі дерев'яні панелі, зібрані панелі для підлоги, ґонт і дранку для покрівель.	Зірка, що сходить
6804	Жорна, камені точильні, круги шліфувальні та аналогічні вироби без каркаса, призначені для шліфування, заточування, подрібнення, полірування, розрізування або розпилювання, камені для ручного точіння або полірування та їх частини з природного каменю, з агломерованих натуральних або штучних абразивів, або з кераміки, у поєднанні з частинами з інших матеріалів чи без них.	Зірка, що сходить
6806	Шлаковата, мінеральна силікатна вата і аналогічні види мінеральної вати; відшарований вермикуліт, спучені глини, спінений шлак та аналогічні спучені мінеральні продукти; суміші та вироби з теплоізоляційних, звукоізоляційних або звукопоглинаючих матеріалів, крім виробів товарних позицій 6811 - 6812 або групи 69.	Втрачена можливість
6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї.	Зірка, що сходить
7213	Прутки та бруски гарячекатані, вільно укладені в бунти, вироблені з вуглецевої сталі.	Зірка, що сходить
7224	Інша сталь легована у зливках або інших первинних формах; напівфабрикати з інших легованих сталей.	Втрачена можливість
8309	Пробки, ковпачки та кришки (включаючи корончасті пробки і ковпачки, що загвинчуються, та пробки з пристроєм для розливання), кришки для пляшок, заглушки нарізні, оболонки пробок та інші пакувальні пристрої з недорогоцінних металів.	Зірка, що сходить
8437	Машини для очищення, сортування або калібрування насіння, зерна чи сухих бобових культур; обладнання для борошномельної промисловості або інше обладнання для обробки зернових чи сухих бобових культур, крім машин, що використовуються на сільськогосподарських фермах.	Зірка, що сходить
8607	Частини до залізничних локомотивів або моторних вагонів трамвая або рухомого складу.	Зірка, що сходить
8801	Аеростати та дирижаблі; планери, дельтаплани та інші літальні апарати безмоторні.	Зірка, що сходить

Остаточний відбір товарів для просування на ринок США

З кінцевого переліку були виключені товари, поставки яких із України до США у 2016 р. складали менше, ніж 500 тис. дол. США, а також товари з негативною динамікою імпорту до США у 2016 р. у порівнянні з 2015 р. (див. Таблицю 5). За цими критеріями відхилено 23 товари.

Таблиця 5.
Відбір товарів для просування на ринок США

Код HS	Товар	Імпорт до США у 2016 р., тис. дол. США		Зростання імпорту до США у 2016 р., %	Основні причини вибору / відхилення
		з України	зі світу		
0402	Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	815	93 212	-10,0	Негативна динаміка імпорту до США
0409	Мед натуральний.	24 140	423 180	-30,1	Негативна динаміка імпорту до США
0909	Насіння анісу, бодяну, фенхелю, коріандру, куміну, кмину; ягоди ялівцю.	291	81 161	10,8	Нижче за 500 000 дол. США/рік
1103	Крупи, крупка та гранули із зерна зернових культур.	131	131 014	-17,5	Негативна динаміка імпорту до США
1206	Насіння соняшнику, подрібнене або неподрібнене.	107	59 120	-3,8	Негативна динаміка імпорту до США
1512	Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	12 593	97 380	-37,9	Негативна динаміка імпорту до США
1515	Інші нелеткі жири й олії рослинні (включаючи джоджобову олію) та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їхнього хімічного складу.	259	420 531	5,6	Нижче за 500 000 дол. США/рік
1704	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао.	1 112	1 829 762	7,7	Вибрано
1806	Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао.	2 259	2 661 140	8,0	Вибрано

Код HS	Товар	Імпорт до США у 2016 р., тис. дол. США		Зростання імпорту до США у 2016 р., %	Основні причини вибору / відхилення
		з України	зі світу		
1905	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти.	2 558	4 655 466	13,6	Вибрано
2001	Овочі, плоди та інші їстівні частини рослин, приготовлені або консервовані з доданням оцту чи оцтової кислоти.	357	403 494	3,4	Нижче за 500 000 дол. США/ рік
2208	Спирт етиловий неденатурований із концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистиляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.	3 807	7 906 613	7,1	Вибрано
2508	Інші глини (крім спучених глин товарної позиції 6806), андалузит, кіаніт і силіманіт, кальциновані або некальциновані; муліт; землі шамотні або динасові.	0	29 261	-15,1	Негативна динаміка імпорту до США
2614	Руди та концентрати титанові.	9 246	327 747	-24,0	Негативна динаміка імпорту до США
3206	Інші барвникові матеріали; препарати, зазначені у примітці 3 до цієї групи, що відрізняються від матеріалів товарних позицій 3203, 3204 або 3205; неорганічні продукти видів, які використовують як люмінофори, з визначеним або невизначеним хімічним складом.	4 947	789 477	-7,3	Негативна динаміка імпорту до США
4201	Вироби шорно-сідельні та упряж для будь-яких тварин (включаючи постромки, поводи, наколінники, намордники, попони для сідел, чепраки, сідельні кобури, попонки для собак тощо), виготовлені з будь-яких матеріалів.	129	510 475	5,1	Нижче за 500 000 дол. США/ рік
4301	Сировина хутрова (включаючи голови, хвости, лапи та інші обрізки, придатні для використання у виробництві хутрових виробів), крім шкірсировини та шкур товарних позицій 4101, 4102 або 4103.	236	123 616	-34,7	Негативна динаміка імпорту до США

Код HS	Товар	Імпорт до США у 2016 р., тис. дол. США		Зростання імпорту до США у 2016 р., %	Основні причини вибору / відхилення
		з України	зі світу		
4408	Листи для облицювання (включаючи листи, отримані розділенням шаруватої деревини), листи для клеєної фанери або для подібної шаруватої деревини та інші лісоматеріали, розпиляні уздовж, розділені на шари або лущені, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання завтовшки не більш як 6 мм.	44	370 879	-2,8	Негативна динаміка імпорту до США
4409	Пилопродукція з деревини (включаючи дощечки та фриз для паркетного покриття підлоги, незібрані) у вигляді профільованого погонажа (з гребенями, пазами, шпунтовані, з стесаними краями, з'єднанням у вигляді напівкруглого калювання, фасонні, закруглені тощо) уздовж будь-яких країв чи площин, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання.	4 988	1 178 093	-4,9	Негативна динаміка імпорту до США
4418	Вироби столярні та теслярські будівельні деталі, включаючи пористі дерев'яні панелі, зібрані панелі для підлоги, ґонт і дранку для покрівель.	1 503	2 210 502	4,5	Вибрано
6804	Жорна, камені точильні, круги шліфувальні та аналогічні вироби без каркаса, призначені для шліфування, заточування, подрібнення, полірування, розрізування або розпилювання, камені для ручного точіння або полірування та їх частини з природного каменю, з агломерованих натуральних або штучних абразивів або з кераміки, у поєднанні з частинами з інших матеріалів чи без них.	156	384 098	1,9	Нижче за 500 000 дол. США/ рік

Код HS	Товар	Імпорт до США у 2016 р., тис. дол. США		Зростання імпорту до США у 2016 р., %	Основні причини вибору / відхилення
		з України	зі світу		
6806	Шлаковата, мінеральна силікатна вата і аналогічні види мінеральної вати; відшарований вермикуліт, спучені глини, спінений шлак та аналогічні спучені мінеральні продукти; суміші та вироби з теплоізоляційних, звукоізоляційних або звукопоглинальних матеріалів, крім виробів товарних позицій 6811 - 6812 або групи 69.	28	319 137	0,8	Нижче за 500 000 дол. США/ рік
6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї.	1 053	1 687 959	5,4	Вибрано
7213	Прутки та бруски гарячекатані, вільно укладені в бунти, вироблені з вуглецевої сталі.	56 254	815 173	-14,1	Негативна динаміка імпорту до США
7224	Інша сталь легована у зливках або інших первинних формах; напівфабрикати з інших легованих сталей.	0	635 998	-6,5	Негативна динаміка імпорту до США
8309	Пробки, ковпачки та кришки (включаючи корончасті пробки і ковпачки, що загвинчуються, та пробки з пристроєм для розливання), кришки для пляшок, заглушки нарізні, оболонки пробок та інші пакувальні пристрої з недорогоцінних металів.	439	632 500	14,0	Нижче за 500 000 дол. США/ рік
8437	Машини для очищення, сортування або калібрування насіння, зерна чи сухих бобових культур; обладнання для борошномельної промисловості або інше обладнання для обробки зернових чи сухих бобових культур, крім машин, що використовуються на сільськогосподарських фермах.	357	138 372	16,9	Нижче за 500 000 дол. США/ рік
8607	Частини до залізничних локомотивів або моторних вагонів трамвая або рухомого складу.	10 774	975 377	-37,3	Негативна динаміка імпорту до США
8801	Аеростати та дирижаблі; планери, дельтаплани та інші літальні апарати безмоторні.	5	12 448	22,7	Нижче за 500 000 дол. США/ рік

Товари, відібрані для ринкового аналізу

З використанням описаної вище методології було визначено шість товарів для просування експорту на ринок США.

Таблиця 6.
Товари, відібрані для ринкового аналізу

Код HS	Товар	Імпорт до США у 2016 р., тис. дол. США		Зростання імпорту до США у 2016 р., %
		з України	зі світу	
2208	Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистиляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.	3 807	7 906 612	7,1
1905	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти.	2 558	4 655 466	13,6
1806	Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао:	2 259	2 661 140	8,0
4418	Вироби столярні та теслярські будівельні деталі, включаючи пористі дерев'яні панелі, зібрані панелі для підлоги, ґонт і дранку для покрівель.	1 503	2 210 502	4,5
1704	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао.	1 112	1 829 762	7,7
6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї.	1 053	1 687 959	5,4

Методологія ринкового аналізу

Попередній список із шести товарів було складено за результатами аналізу даних щодо імпорту товарів до США з України та сукупного українського експорту в світі. Дані стосовно товарів аналізувалися за п'ять останніх років (2011-2015 рр.).

Шість товарів було прорейтинговано із застосуванням шести критеріїв, які мають різні вагові коефіцієнти, а саме:

1) Потенціал зростання світового ринку — 10%
2) Потенціал зростання ринку США — 30%
3) Доступ до ринку США — 20%
4) Виробничий та експортний потенціал України — 30%
5) Екологічні наслідки — 5%
6) Гендерні наслідки — 5%

Потенціал зростання світового ринку оцінювався на підставі середнього значення сукупного імпорту в світі, зваженого на його сукупний темп річного приросту (CAGR), середнього значення світового імпорту з України, зваженого на його показник CAGR, середнього зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та світом. Кожен із цих компонентів оцінювався за період 2011-2015 рр. із присудженням балів від 0 (найнижче значення) до 5 (найвище значення). Загальна кількість балів за критерієм потенціалу зростання світового ринку розраховувалася як середнє значення балів за трьома компонентами.

Потенціал зростання ринку США оцінювався на підставі середнього значення імпорту США, зваженого на його показник CAGR, середнього значення сукупного імпорту США з України, зваженого на його показник CAGR, та середнього показника зростання частки України в імпорті США. Кожен із цих компонентів оцінювався за період 2011-2015 рр. із присудженням балів від 0 (найнижче значення) до 5 (найвище значення). Загальна кількість балів за критерієм потенціалу зростання ринку США розраховувалася як середнє значення балів за трьома компонентами.

Доступ до ринку США оцінювався на підставі трьох показників: індексу внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) між Україною та США, індексу доступу до ринку (RMA) для України стосовно США у порівнянні з ЄС та відносного індексу конкурентного тиску в експорті (RECPI) України стосовно п'яти найбільших експортерів до США. Показник IIT оцінювався за період 2011-2015 рр., тоді як RMA та RECPI оцінювалися за 2015 р. Кожен із цих показників отримав кількість балів від 0 (найвищі значення для IIT та RECPI, найнижче значення для RMA) до 5 (найнижчі значення для IIT та RECPI, найвище значення для RMA). Загальна кількість балів за критерієм доступу до ринку США розраховувалася як середнє значення балів за цими трьома компонентами.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі відображає співвідношення імпорту та експорту на певному рівні агрегації. Тобто, в якій мірі дві країни одночасно торгують товарами однієї й тієї ж

категорії. ІІТ (розраховується як Індекс Грубеля-Ллойда) коливається від 0 (відсутність одночасного імпорту та експорту товарів у межах галузі) до 1 (повне співпадіння між рівнями імпорту та експорту). Він може вказувати як на нішеву спеціалізацію (для ринку США), так і на участь у ланцюгах створення доданої вартості (для світового ринку).

Індекс доступу до ринку порівнює рівень ринкового доступу в межах певної економіки з рівнем доступу до порівнюваної економіки. Український показник RMA оцінювався для США в порівнянні з ЄС відносно їхніх сукупних обсягів імпорту.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті відображає ступінь конкуренції з боку країни-конкурента, з яким країна стикається на конкретному ринку. Це відбувається з урахуванням як структури, так і обсягів торгівлі країн-конкурентів на цільовому ринку. Український показник RECPI оцінювався як середнє значення п'яти найбільших експортерів на ринок США, зважене на їхні сукупні обсяги імпорту.

Виробничий та експортний потенціал України оцінювався на підставі середнього сукупного обсягу виробництва в Україні, зваженого на його показник CAGR, і середнього значення українського експорту до країн поза СНД та ЄС (показник спроможності відповідати логістичним викликам), зваженого на його показник CAGR. Кожен із цих компонентів оцінювався за період 2013-2015 рр. із присудженням балів від 0 (найнижчі значення) до 5 (найвищі значення). Загальна кількість балів за критерієм виробничого та експортного потенціалу України розраховувалася як середнє значення балів за цими двома компонентами.

Екологічні та гендерні наслідки оцінювалися на підставі результатів оцінки екологічного впливу та гендерного аналізу відповідних галузей в Україні. Загальна кількість балів за критерієм екологічних і гендерних наслідків коливається від 5 (найвищий показник) до 0 (найнижчий показник).

Детальний опис критеріїв рейтингу та методології подано в Таблиці 7 нижче.

Таблиця 7.
Критерії рейтингу пріоритетних товарів

Критерії	Примітки щодо балів	Ваги
1. Потенціал зростання світового ринку	**Загальна кількість балів за критерієм потенціалу зростання світового ринку розраховувалася як середнє значення трьох її компонентів**	**10%**
1.1. Зростання сукупного імпорту в світі у 2011-2015 рр.	Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найнижчі значення) до 5 (найвищі значення).	
1.2. Зростання світового імпорту з України у 2011-2015 рр.		
1.3. Середнє зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі в Україні та світі у 2011-2015 рр.		

2.	**Потенціал зростання ринку США**	**Загальна кількість балів за критерієм потенціалу зростання ринку США розраховувалася як середнє значення трьох її компонентів**	**30%**
2.1.	Зростання сукупного імпорту США у 2011-2015 рр.	Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найнижчі значення) до 5 (найвищі значення).	
2.2.	Зростання імпорту США з України у 2011-2015 рр.		
2.3.	Зростання української частки імпорту США у 2011-2015 рр.		
3.	**Доступ до ринку США**	**Загальна кількість балів за критерієм доступу до ринку США розраховувалася як середнє значення трьох її компонентів**	**30%**
3.1.	Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) для України та США у 2011-2015 рр.	Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найвищі значення) до 5 (найнижчі значення).	
3.2.	Індекс доступу до ринку (RMA) для України стосовно США в порівнянні з ЄС у 2015 р.	Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найнижчі значення) до 5 (найвищі значення).	
3.3.	Середнє значення відносного індексу конкурентного тиску в експорті (RECPI) України для 5 найбільших експортерів до США у 2015 р.	Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найвищі значення) до 5 (найнижчі значення).	
4.	**Виробничий та експортний потенціал України**	**Загальна кількість балів за критерієм виробничого та експортного потенціалу України розраховувалася як середнє значення балів за двома компонентами.**	**20%**
4.1.	Зростання виробництва в Україні у 2013-2015 рр.	Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найнижчі значення) до 5 (найвищі значення).	
4.2.	Зростання експорту з України до країн поза СНД та ЄС у 2013-2015 рр.		
5.	**Екологічні наслідки**	**Кожна з 6 груп товарів оцінювалася від 0 (найнижчий вплив) до 5 (найвищий вплив).**	**5%**
6.	**Гендерні наслідки**		**5%**

Гендерний аналіз ґрунтується на даних Світового банку та Державної служби статистики України. Всі кількісні дані подані за останній наявний рік (2013 р. стосовно даних Світового банку та 2015-2016 рр. — стосовно даних Держстатистики). До даних, які досліджувалися, були включені дані стосовно українських підприємств, що входять до підгалузей «Харчові продукти», «Неметалеві мінеральні продукти» та «Інше виробництво» (таким чином, більш детальні дані з розбивкою за статтю відсутні).

Ці джерела даних дозволили розглянути загальний розподіл робочої сили за статтю та проаналізувати виробничий ланцюг із метою виявлення представництва жінок у каналах поставок; питання працевлаштування (як загальні, так і ті, що несуть конкретний ризик для жінок). З

точки зору обмежень цей аналіз не розглядає жінок як споживачів. Перелік із семи гендерних показників, застосованих для аналізу, подано нижче (див. Таблицю 8):

Таблиця 8.
Гендерні показники

Категорія аналізу	**Жінки в структурі робочої сили та в ланцюзі вартості**	**Робота та зарплатня**
Обґрунтування	Для визначення галузей, де жінки і чоловіки представлені на багатьох рівнях ланцюга, а також, де жінки матимуть можливість кар'єрного зростання	Для визначення галузей, де дотримано базових трудових прав, і зарплатня сплачується працівникам на рівних умовах
Показники	● зміна частки жінок серед власників компаній ● зміна частки жінок у вищому керівництві ● жінки на виробництві ● домінування жінок у робочій силі загалом	● зміна в нерівності оплати праці чоловіків і жінок ● зміна середньої зарплатні жінок ● умови праці
Бали: 1 бал по кожному із 7 показників	● позитивне зростання кількості жінок-власниць у 2008-2013 рр. ● позитивне зростання частки у вищому керівництві в 2008-2013 рр. ● щонайменше 50% працівників виробничих професій — жінки ● щонайменше 50% працівників у галузі — жінки	● розрив у оплаті праці чоловіків і жінок у галузі менший за середній по країні (26%) ● позитивне зростання середньої зарплатні жінок у 2008-2016 рр. ● щонайменше 80% працівників є сторонами трудового договору

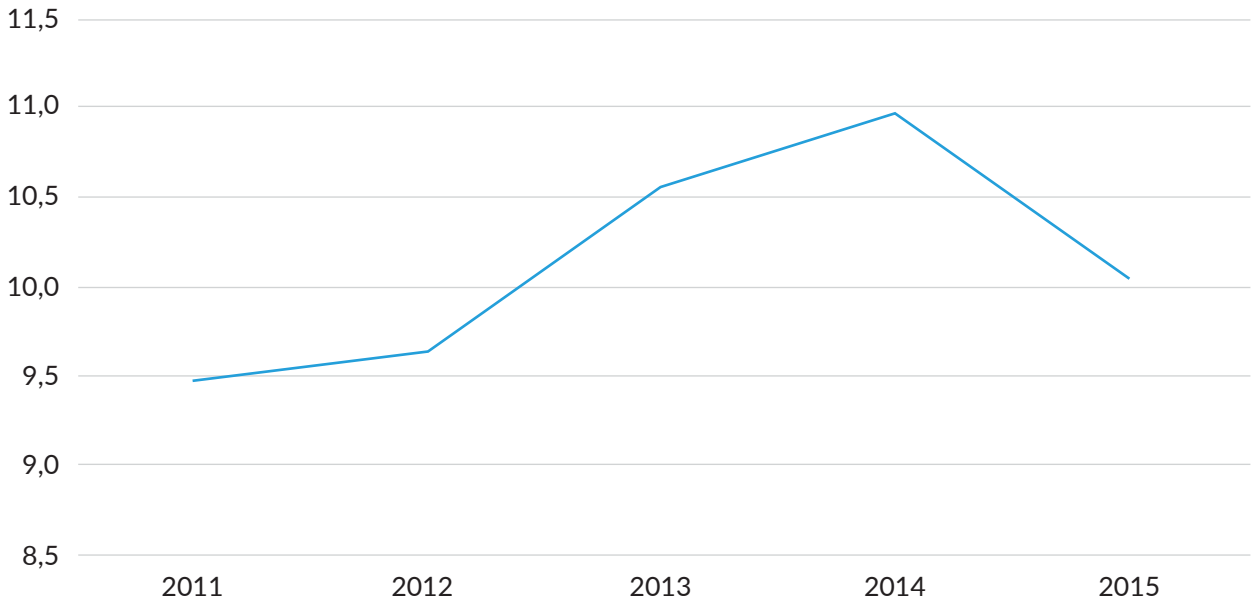
Кондитерські вироби з цукру, шоколаду, какао та борошна

Потенціал зростання світового ринку кондитерських виробів із цукру

Сукупний світовий імпорт

Сукупний світовий імпорт кондитерських виробів із цукру продемонстрував позитивну тенденцію у 2011-2014 рр. і незначний спад у 2015 р. Він збільшився з 9 483 млн дол. США у 2011 р. до 10 963 млн дол. США у 2014 р. і впав до 10 028 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 1).

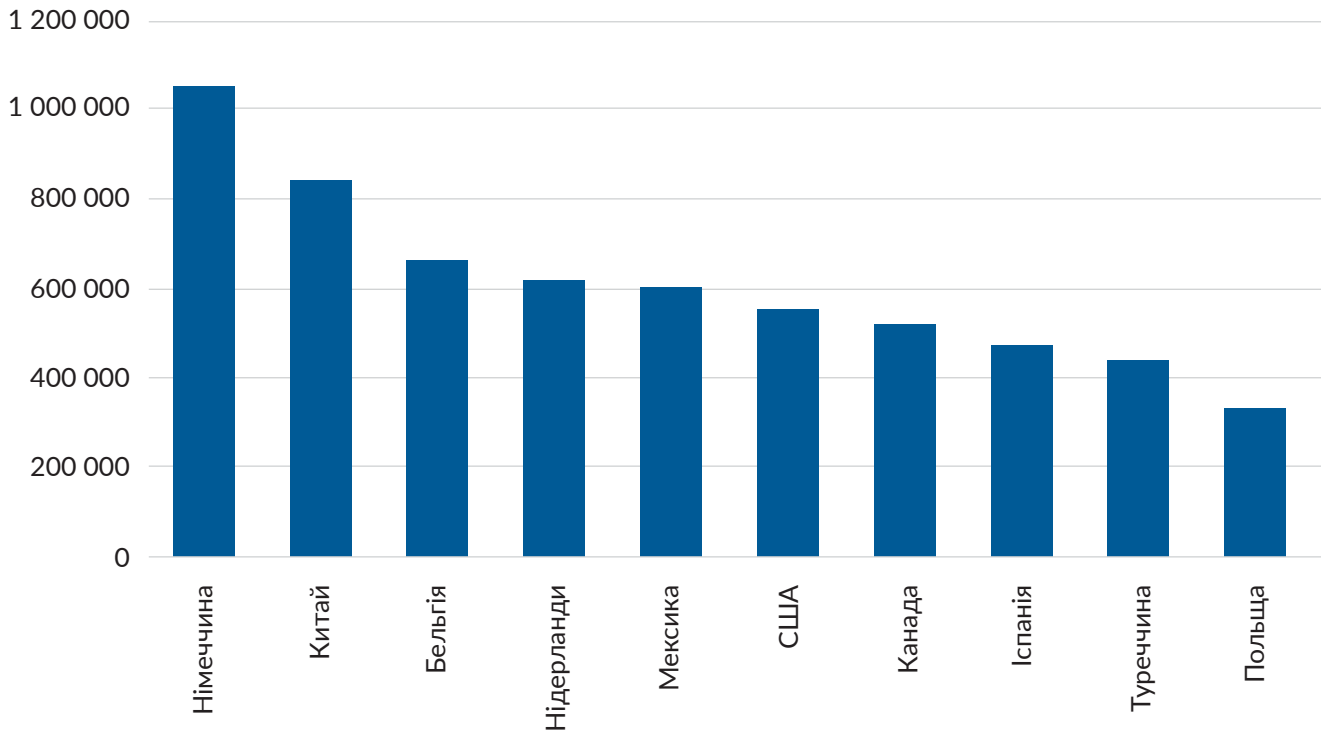
Графік 1.
Сукупний світовий імпорт кондитерських виробів з цукру, млрд дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного світового імпорту кондитерських виробів із цукру за період 2011-2015 рр. склав 1,41%. Середньорічна зміна світового імпорту за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту, дорівнює 143 млн дол. США. Найбільшими світовими експортерами кондитерських виробів із цукру у 2015 р. були Німеччина, Китай і Бельгія (див. Графік 2).

Графік 2.
10 найбільших світових експортерів кондитерських виробів з цукру у 2015 р., тис. дол. США

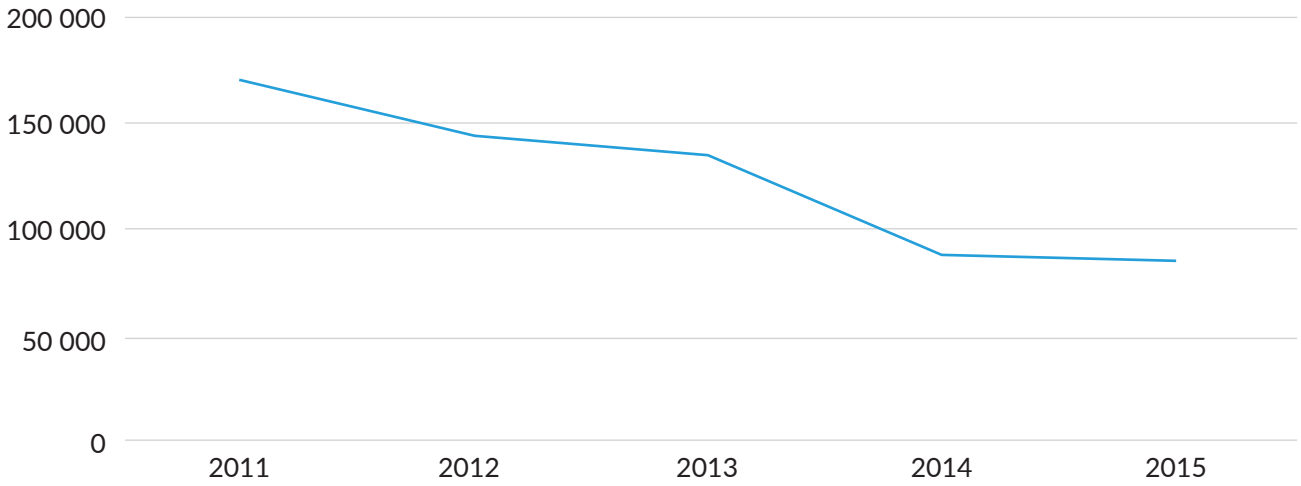


Джерело: ITC

Світовий імпорт із України

Світовий імпорт кондитерських виробів із цукру з України демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр., поступово зменшившись до 85 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 3). Україна посідає 25-е місце в списку експортерів кондитерських виробів із цукру до країн світу у 2015 р.

Графік 3.
Світовий імпорт кондитерських виробів з цукру з України, тис. дол. США

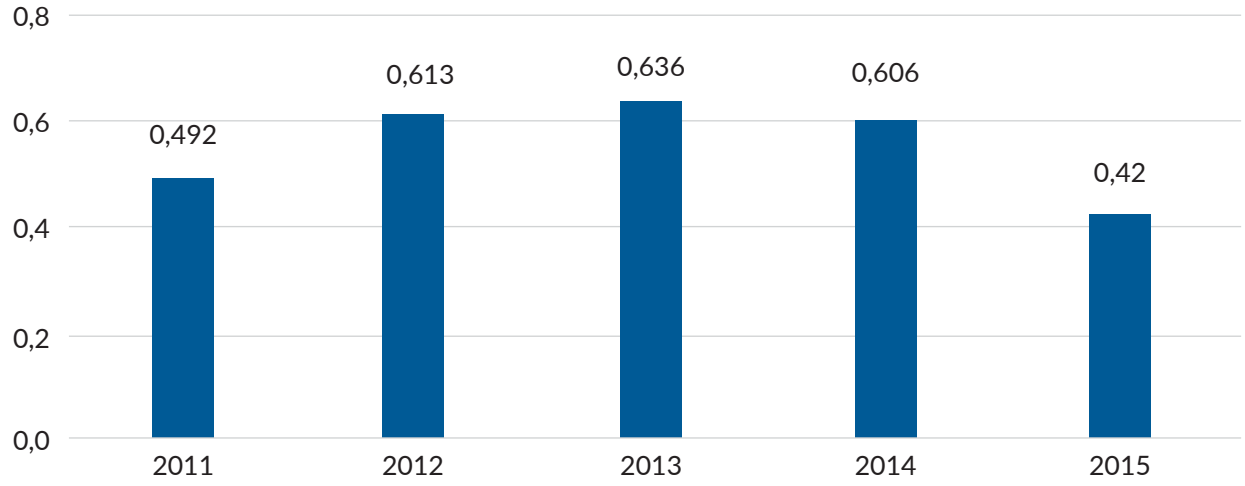


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) світового імпорту кондитерських виробів із цукру з України за період 2011-2015 рр. склав -15,6%. Середньорічна зміна світового імпорту з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України, дорівнює -19 млн дол. США. Частка України в сукупному світовому імпорті кондитерських виробів із цукру зменшилася з 1,9% у 2011 р. до 0,9% у 2015 р.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та світом для кондитерських виробів із цукру демонстрував зростання до 0,64 у 2011-2013 рр., а потім скоротився до 0,42 у 2015 р. Середньорічна зміна показника ІІТ за 2011-2015 рр. дорівнює -0,018. Це зменшення показника свідчить про зниження інтеграції України в глобальних ланцюгах доданої вартості в секторі, що аналізується.

Графік 4.
ІІТ між Україною та світом для кондитерських виробів з цукру



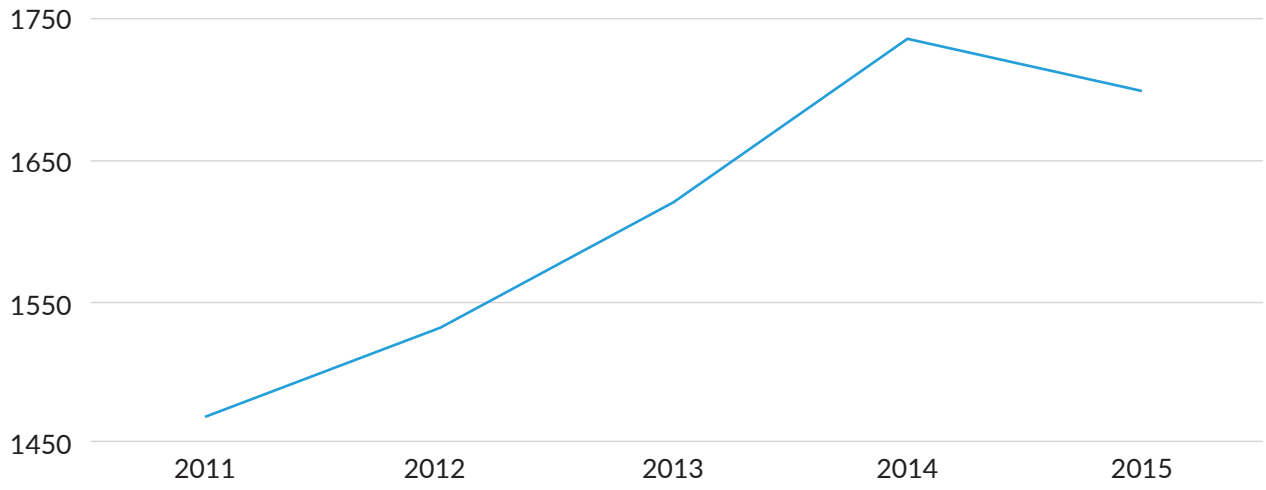
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Потенціал зростання ринку кондитерських виробів із цукру в США

Сукупний імпорт США

Сукупний імпорт США кондитерських виробів із цукру демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2014 рр. і дещо зменшився у 2015 р. Обсяги імпорту зросли з 1 469 млн дол. США у 2011 р. до 1 734 млн дол. США у 2014 р. і впали до 1 699 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 5).

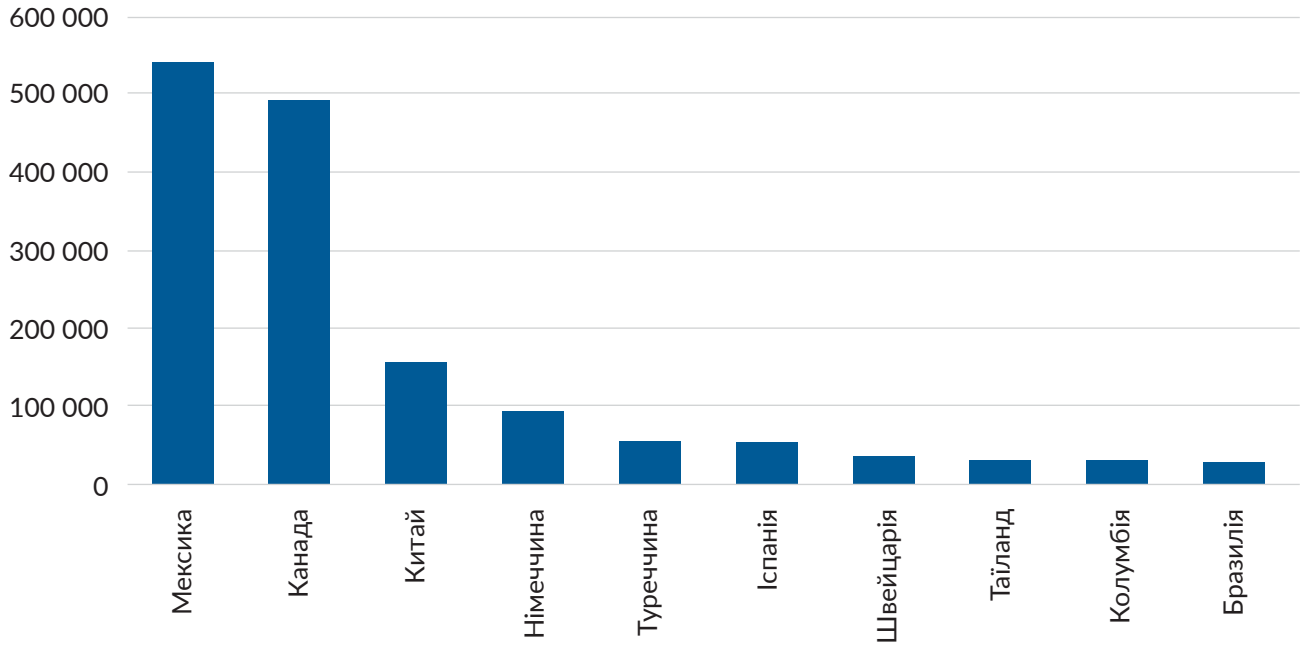
Графік 5.
Сукупний імпорт США кондитерських виробів з цукру, млн дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного імпорту США кондитерських виробів із цукру за період 2011-2015 рр. склав 3,71%. Середньорічна зміна сукупного імпорту США за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту до США, дорівнює 60 млн дол. США. Більша частка імпорту в цій категорії товарів походить із Мексики, за якою йдуть Канада, Китай, Німеччина, Туреччина та Іспанія (див. Графік 6). Україна займає 37-у позицію в списку експортерів кондитерських виробів із цукру до США.

Графік 6.
10 найбільших експортерів кондитерських виробів із цукру до США у 2015 р., тис. дол. США

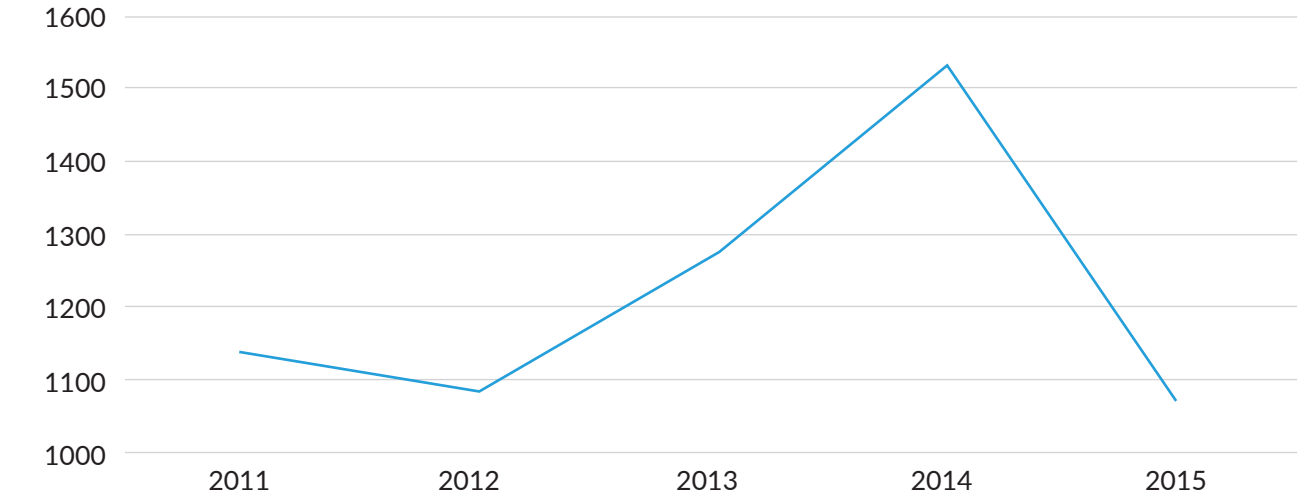


Джерело: ITC

Імпорт США з України

Американський імпорт кондитерських виробів із цукру з України демонстрував позитивну тенденцію у 2012-2014 рр., а потім скоротився у 2015 р. Його обсяги зменшилися з 1 136 тис. дол. США у 2011 р. до 1 072 тис. дол. США у 2015 р. (див. Графік 7).

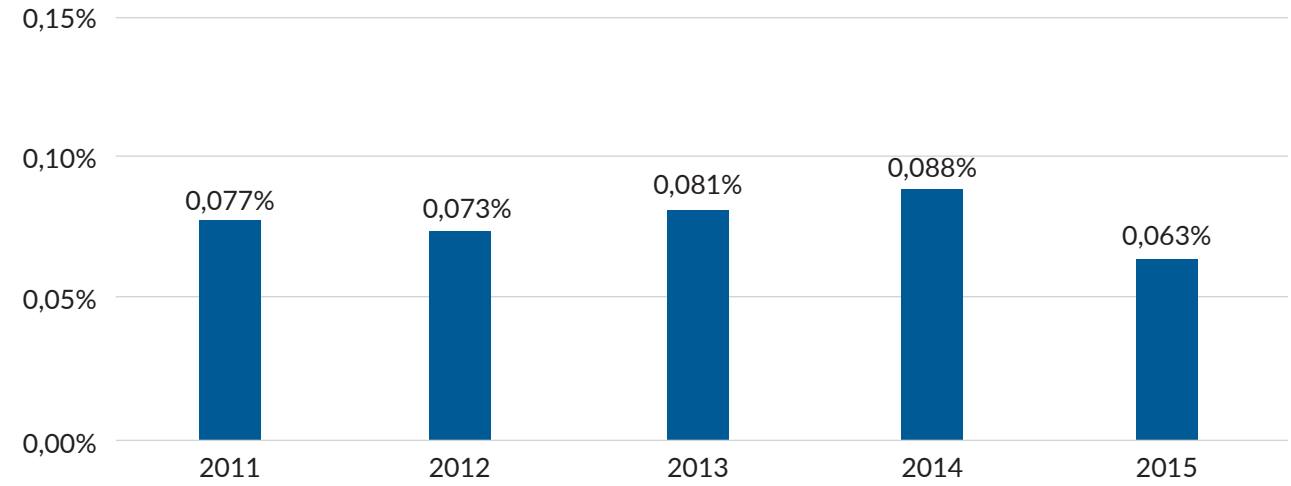
Графік 7.
Імпорт США кондитерських виробів з цукру з України, тис. дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) імпорту США кондитерських виробів із цукру з України за період 2011-2015 рр. склав -1,4%. Середньорічна зміна імпорту США з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України, дорівнює -17 тис. дол. США. Присутність України на американському ринку кондитерських виробів із цукру мізерна (див. Графік 8). Частка України в сукупному імпорті США за останні п'ять років зменшилася на 0,014 відсоткових пунктів — до 0,063% у 2015 р.

Графік 8.
Частка України в імпорті США кондитерських виробів із цукру, %

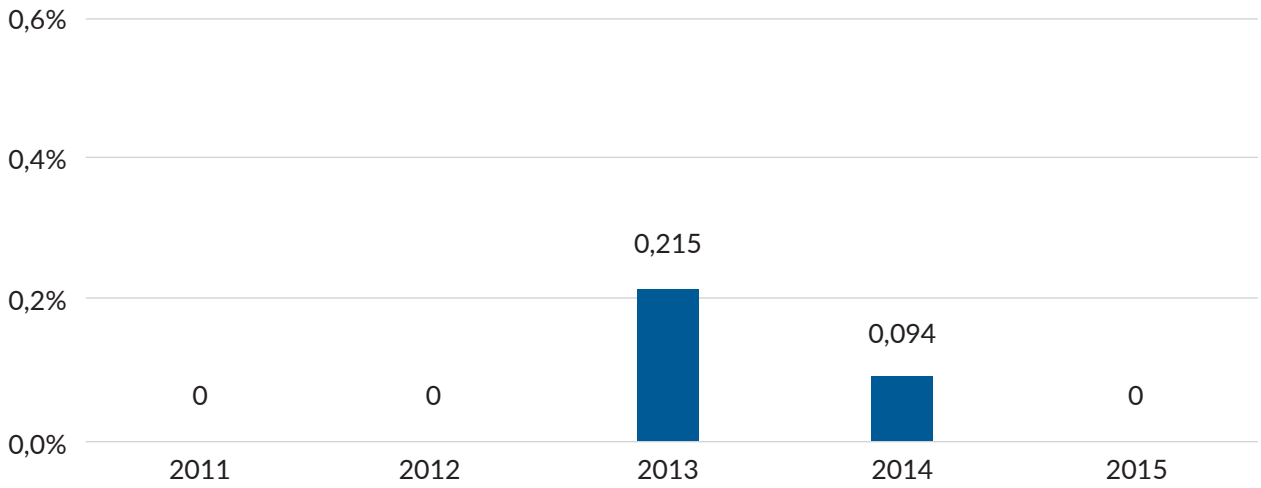


Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Доступ до ринку США

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) між Україною та США для кондитерських виробів із цукру демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр., зростаючи у 2011-2013 рр. (до 0,215), а потім поступово зменшуючись до нуля у 2015 р. Це зменшення показника свідчить про посилення спеціалізації України на експорті кондитерських виробів із цукру до США. Середньорічна зміна показника IIT дорівнює нулю.

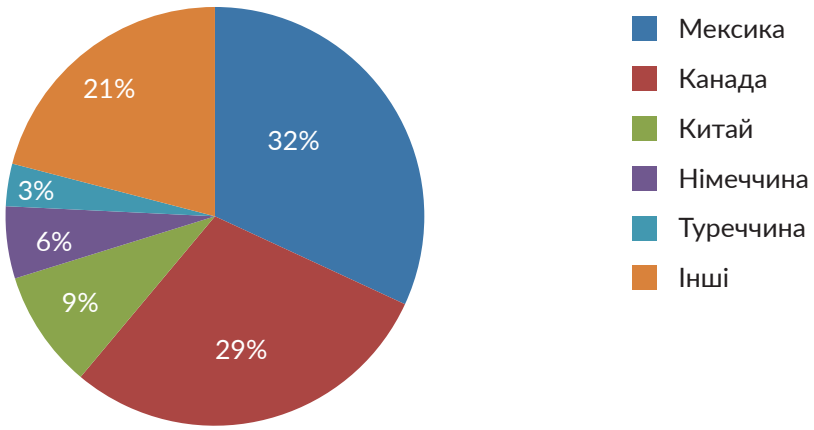
Графік 9.
Показник ІІТ між Україною та США для кондитерських виробів з цукру



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Індекс доступу до ринку (RMA) кондитерських виробів із цукру США з України в порівнянні з ЄС27 дорівнює 0,13. Основними експортерами кондитерських виробів з цукру на ринок США є Мексика та Канада з частками експорту 32% та 29% відповідно, а до першої п'ятірки імпортерів увійшли також Китай, Німеччина й Туреччина, частка яких менша за 10%.

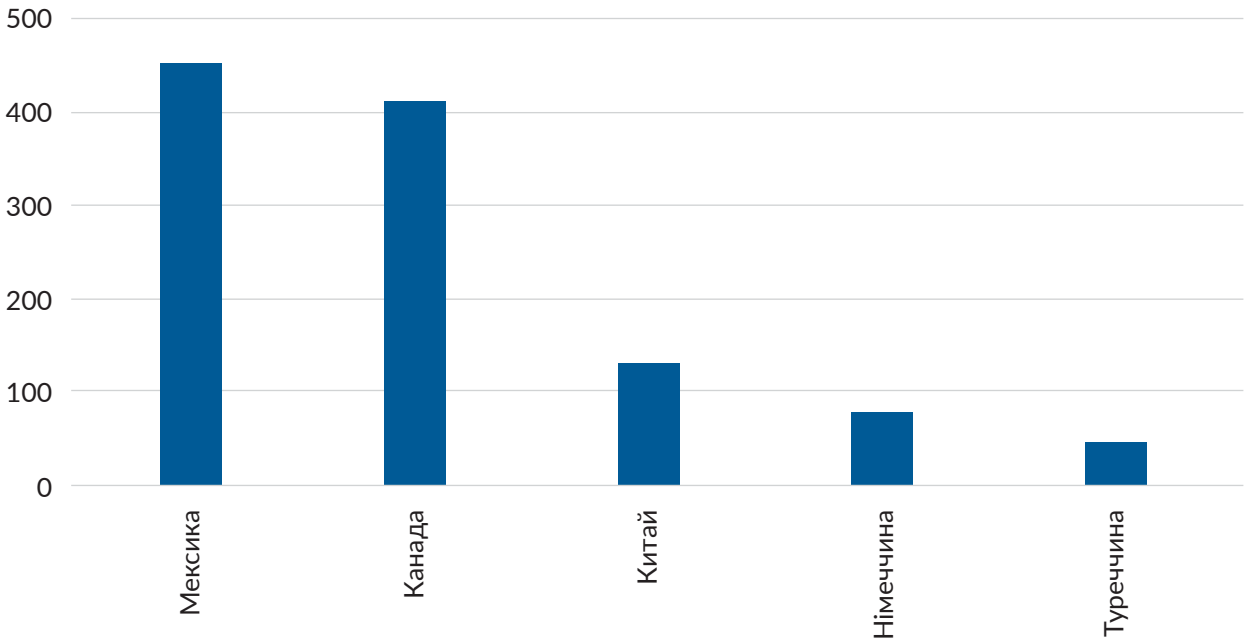
Графік 10.
П'ять найбільших експортерів кондитерських виробів із цукру до США у 2015 р., %



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Графік 11 демонструє значення відносного індексу конкурентного тиску в експорті (RECPI) для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами кондитерських виробів із цукру на ринку США. Середнє значення RECPI, зважене на обсяги ринку п'яти найбільших експортерів цього товару, дорівнює 412.

Графік 11.
RECPI для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами кондитерських виробів із цукру до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва кондитерських виробів із цукру

Виробництво кондитерських виробів із цукру передбачає використання такої сировини: цукор — 85%; вода — 10%; смако-ароматичні речовини, барвники — 5%. Основні екологічні проблеми, пов'язані з постачанням компонентів для кондитерських виробів із цукру, включають деградацію ґрунтів; атмосферні викиди (неорганічні частки: сажа, азот, вуглець та оксиди сірки внаслідок спалювання палива); споживання води у процесі виробництва та її забруднення. Процес виробництва кондитерських виробів із цукру створює такі екологічні проблеми, як атмосферні викиди (головним чином неорганічні частки внаслідок технологічних операцій: сажа, азот, вуглець та оксиди сірки в результаті спалювання палива); утворення стічних вод із підвищеним вмістом неорганічних домішок; утворення виробничих відходів.

Таблиця 9.
Оцінка впливу на навколишнє середовище кондитерських виробів із цукру

Критерії	Етап ланцюга постачання	
	Ресурси	Виробництво / переробка
Споживання матеріалів та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	2
Енергія	2	2
Викиди парникових газів	2	2
Атмосферні викиди та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Споживання води та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	2
Забруднення води та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Земля (ерозія, забруднення) та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Тверді відходи та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Біологічне розмаїття та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Вплив на інші ланцюги постачання	1	1
Загальна кількість балів	13	12
	25 з 60	
Шкала балів: 0 — несуттєвий; 1 — низький; 2 — помірний; 3 — високий.		

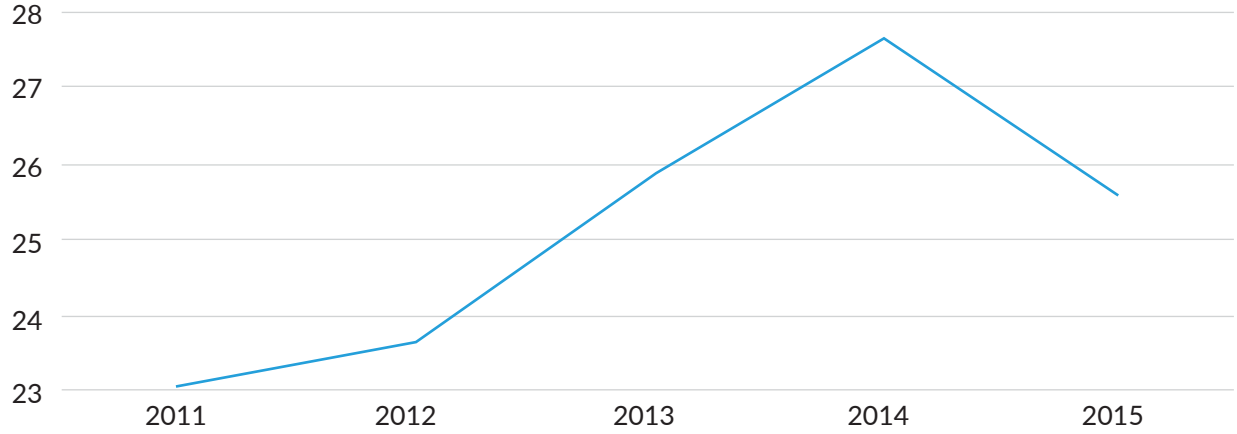
Відповідно до отриманої кількості балів для товару, що аналізується, екологічний вплив інтенсифікації його виробництва можна класифікувати як середній.

Потенціал зростання світового ринку шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао

Сукупний світовий імпорт

Сукупний світовий імпорт шоколаду та інших харчових продуктів, що містять какао, демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2014 рр. та дещо зменшився у 2015 р. Він підвищився з 23 068 млн дол. США у 2011 р. до 27 652 млн дол. США у 2014 р., а потім зменшився до 25 611 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 12).

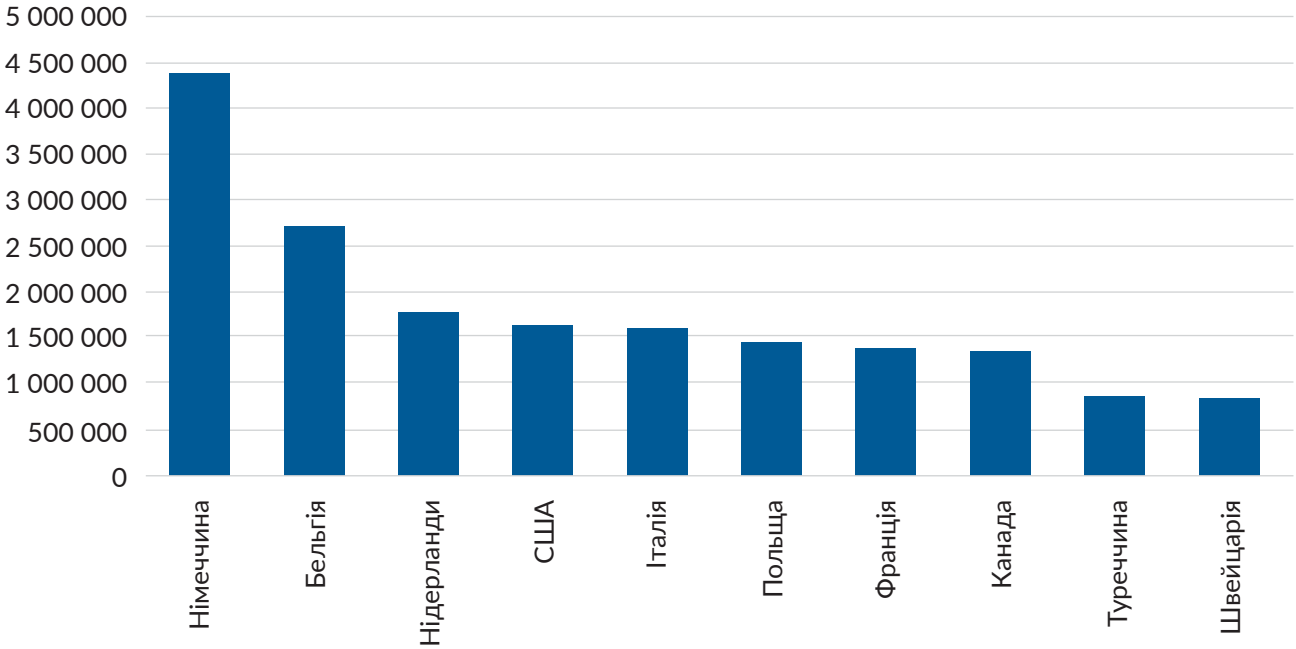
Графік 12.
Сукупний світовий імпорт шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао, млрд дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного світового імпорту шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао за період 2011-2015 рр. склав 2,65%. Середньорічна зміна світового імпорту за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту, дорівнює 666 млн дол. США. Найбільшими світовими експортерами шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао у 2015 р. були Німеччина, Бельгія та Нідерланди (див. Графік 13).

Графік 13.
10 найбільших світових експортерів шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао у 2015 р., тис. дол. США

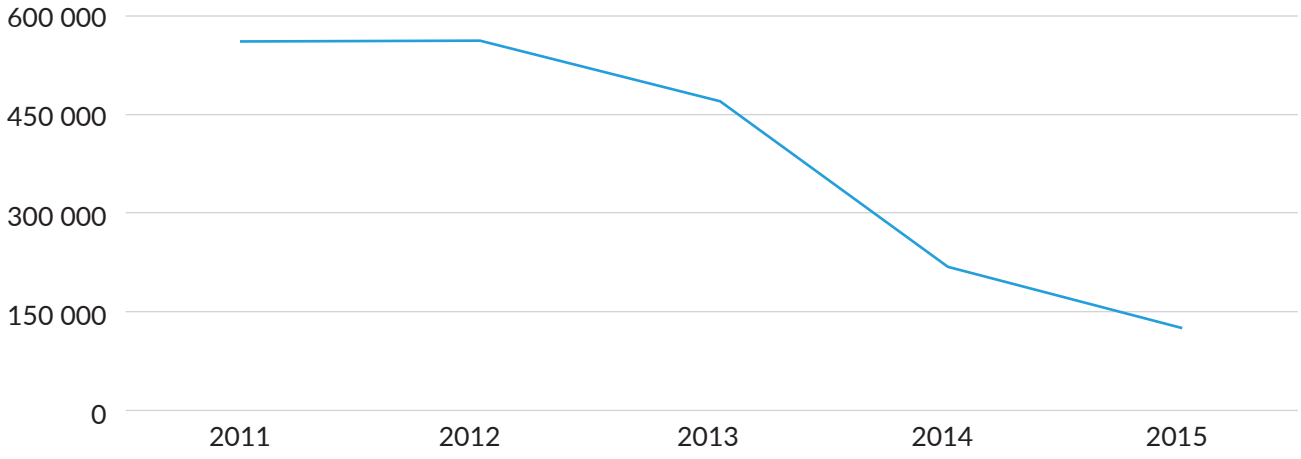


Джерело: ITC

Світовий імпорт з України

Світовий імпорт шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр., поступово знизившись до 129 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 14). Україна перебуває на 26-й позиції у списку експортерів шоколаду та інших харчових продуктів з вмістом какао до країн світу в 2015 р.

Графік 14.
Світовий імпорт шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України, тис. дол. США

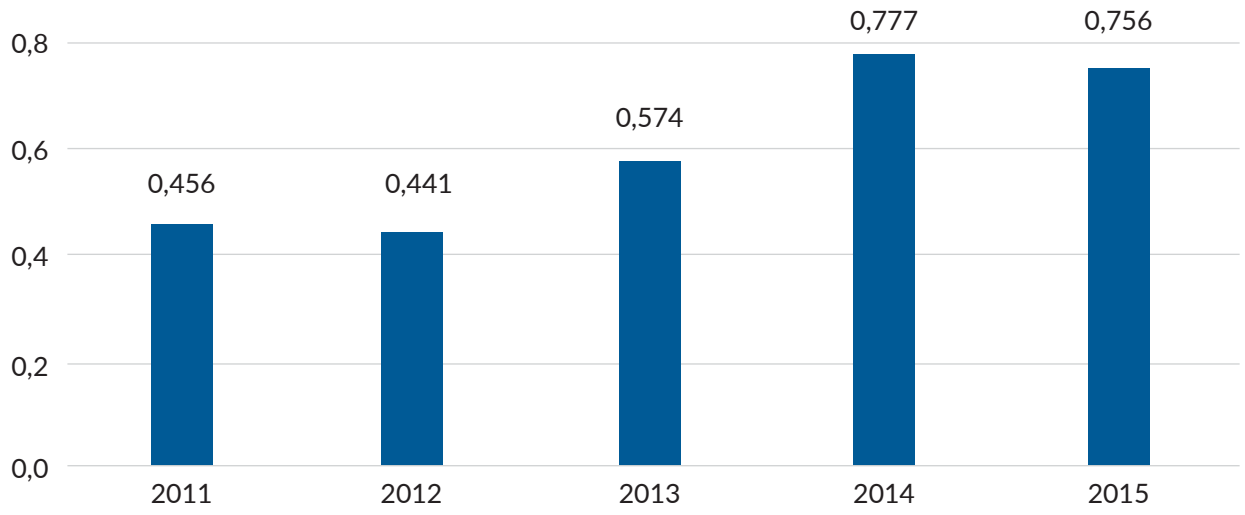


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) світового імпорту шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України за період 2011-2015 рр. склав -30,9%. Середньорічна зміна світового імпорту з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України, дорівнює -121 млн дол. США. Частка України в сукупному світовому імпорті шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао зменшилася з 2,57% у 2011 р. до 0,52% у 2015 р.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) між Україною та світом для шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао демонстрував позитивну тенденцію у 2012-2014 рр., зростаючи до 0,777 у 2014 р., і дещо спадаючи згодом — до 0,756 у 2015 р. Середньорічна зміна показника IIT дорівнює 0,075. Це зростання показника свідчить про підвищення рівня інтеграції України до світових ланцюгів доданої вартості в секторі, що аналізується.

Графік 15.
ІІТ між Україною та світом для шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао



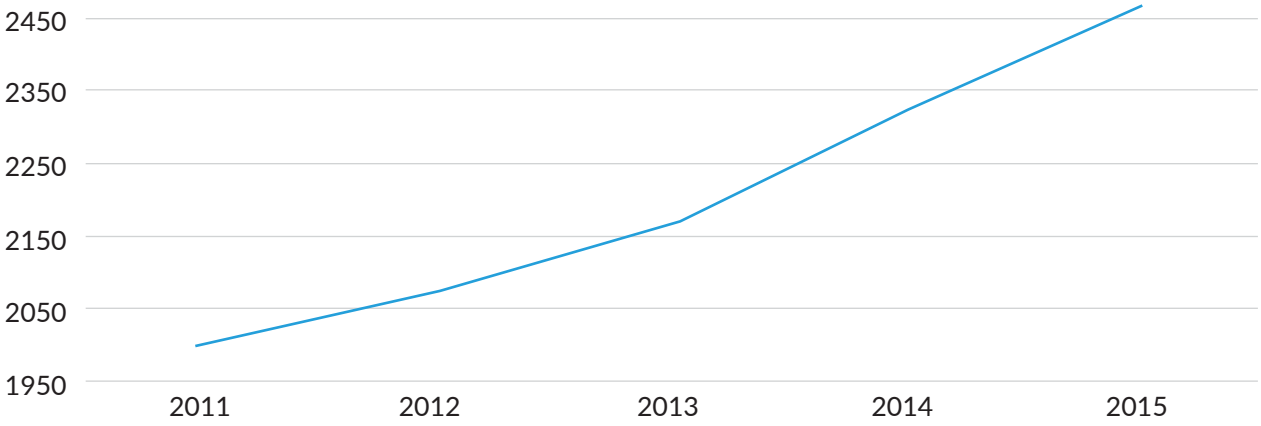
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Потенціал зростання ринку шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао в США

Сукупний імпорт США

Сукупний імпорт США шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2015 рр. Він підвищився з 1 998 млн дол. США у 2011 р. до 2 464 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 16).

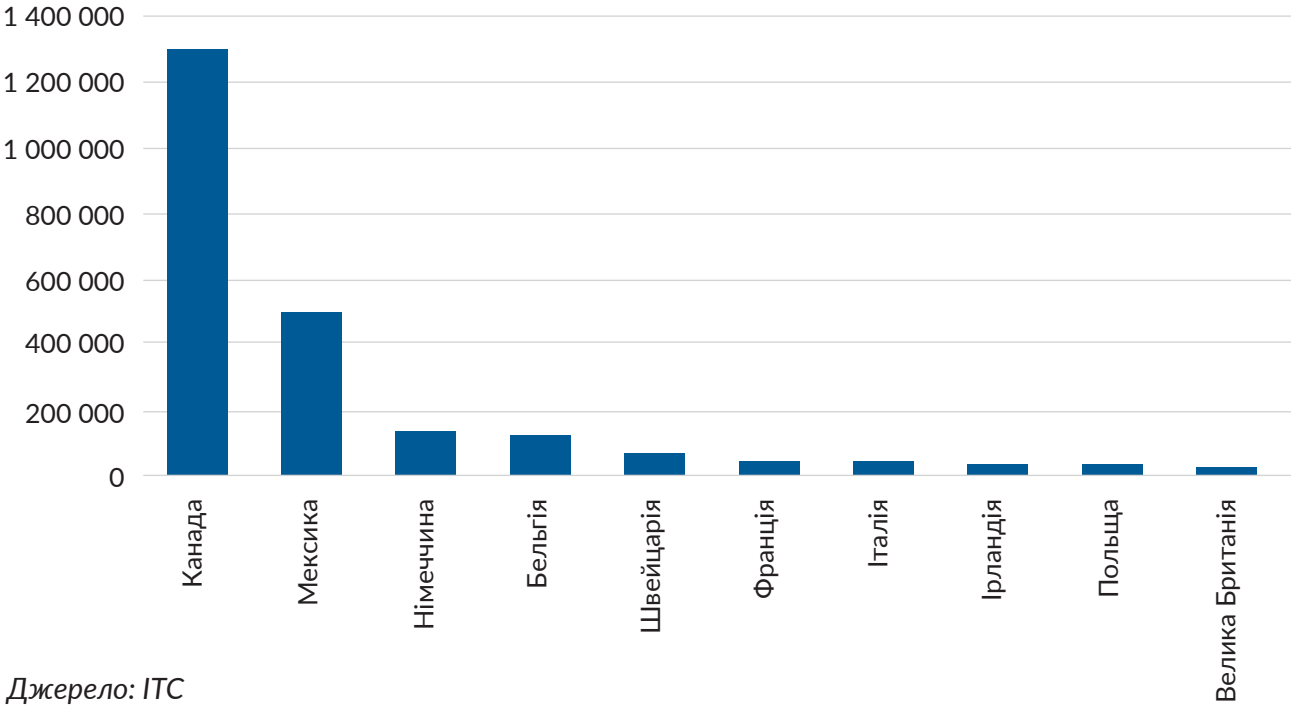
Графік 16.
Сукупний імпорт США шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао, млн дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного імпорту США шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао за період 2011-2015 рр. склав 5,38%. Середньорічна зміна сукупного імпорту США за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США, дорівнює 119 млн дол. США. Більша частка імпорту в цій категорії товарів походить з Канади, за якою йдуть Мексика, Німеччина, Бельгія, Швейцарія та Франція (див. Графік 17). Україна перебуває на 28-й позиції в списку експортерів шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао до США.

Графік 17.
10 найбільших експортерів шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао до США у 2015 р., тис. дол. США

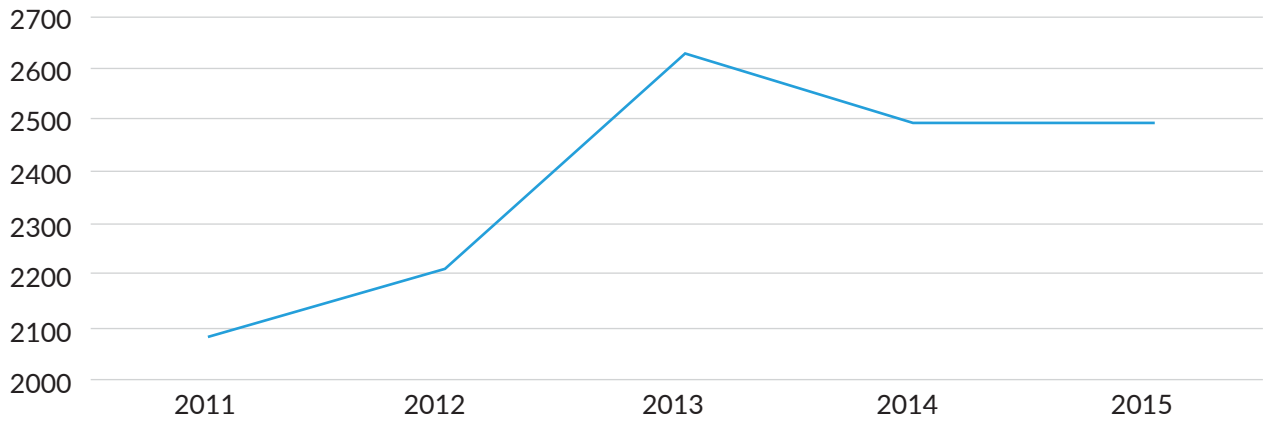


Джерело: ITC

Імпорт США з України

Імпорт США шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України демонстрував позитивну тенденцію у 2012-2013 рр. і дещо знизився у 2014-2015 рр. Він підвищився з 2 085 тис. дол. у 2011 р. до 2 496 тис. дол. США у 2015 р. (див. Графік 18).

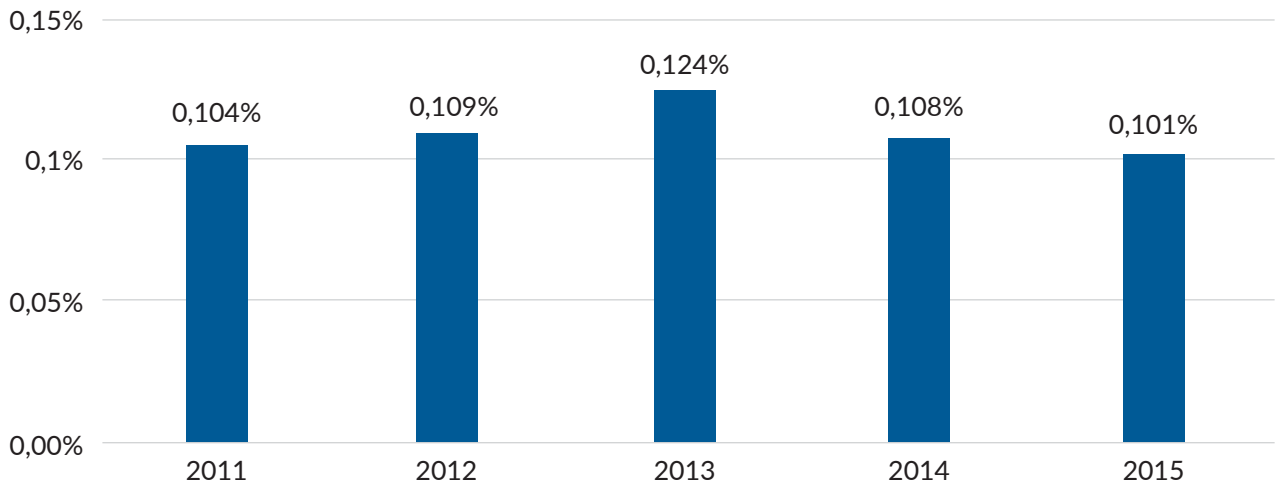
Графік 18.
Імпорт США шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України, тис. дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) імпорту США шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України за період 2011-2015 рр. склав 4,6%. Середньорічна зміна імпорту США з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України, дорівнює 109 тис. дол. США. Присутність України на американському ринку шоколаду незначна (див. Графік 19). Частка України в імпорті США за п'ять років зменшилася на 0,003 відсоткових пунктів — до 0,101% у 2015 р.

Графік 19.
Частка України в імпорті шоколаду США, %

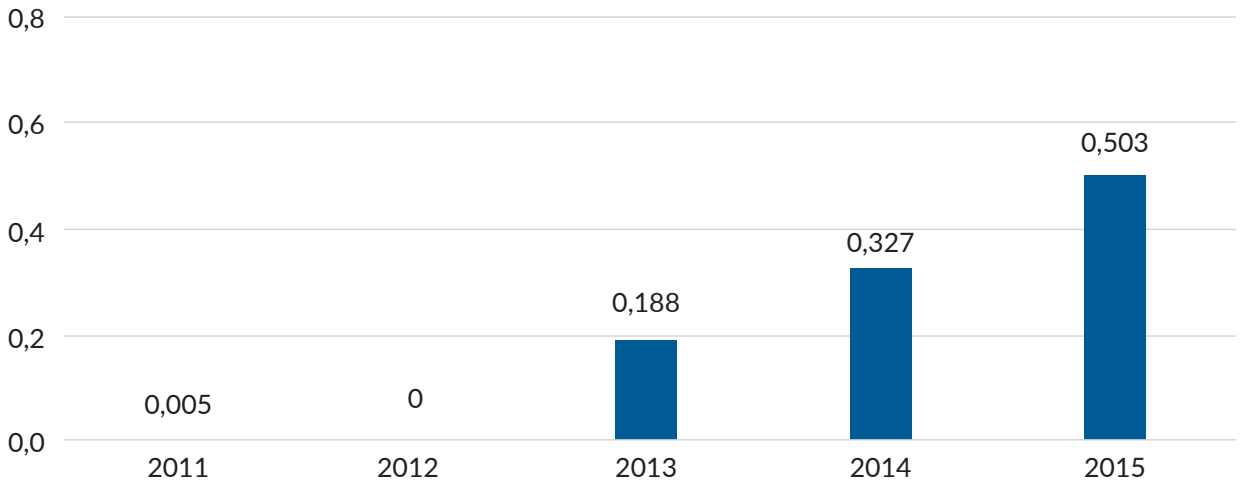


Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Доступ до ринку США

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (ІІТ) між Україною та США для шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2015 рр., підвищуючись. Це зростання показника свідчить про зниження рівня спеціалізації України на експорті шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао до США. Середньорічна зміна показника ІІТ дорівнює 0,125.

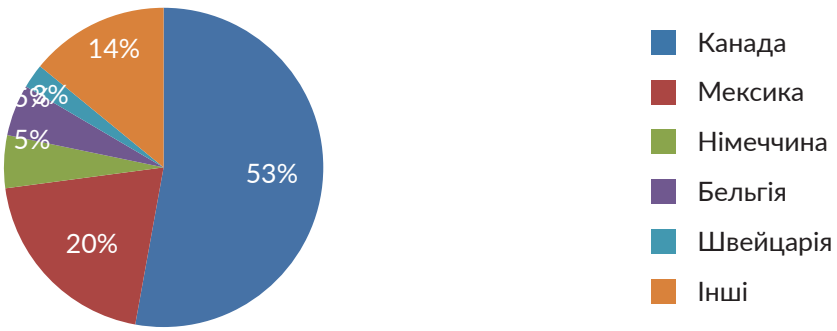
Графік 20.
ІІТ між Україною та США для шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао 2011-2015 рр.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Індекс доступу до ринку (RMA) в секторі шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао з України до США в порівнянні з ЄС27 дорівнює 0,30. Основним експортером шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао на ринок США є Канада з часткою експорту 53%, за якою йде Мексика (20%). Інші найбільші імпортери у п'ятірці - Німеччина, Бельгія та Швейцарія, частка яких менша за 10%.

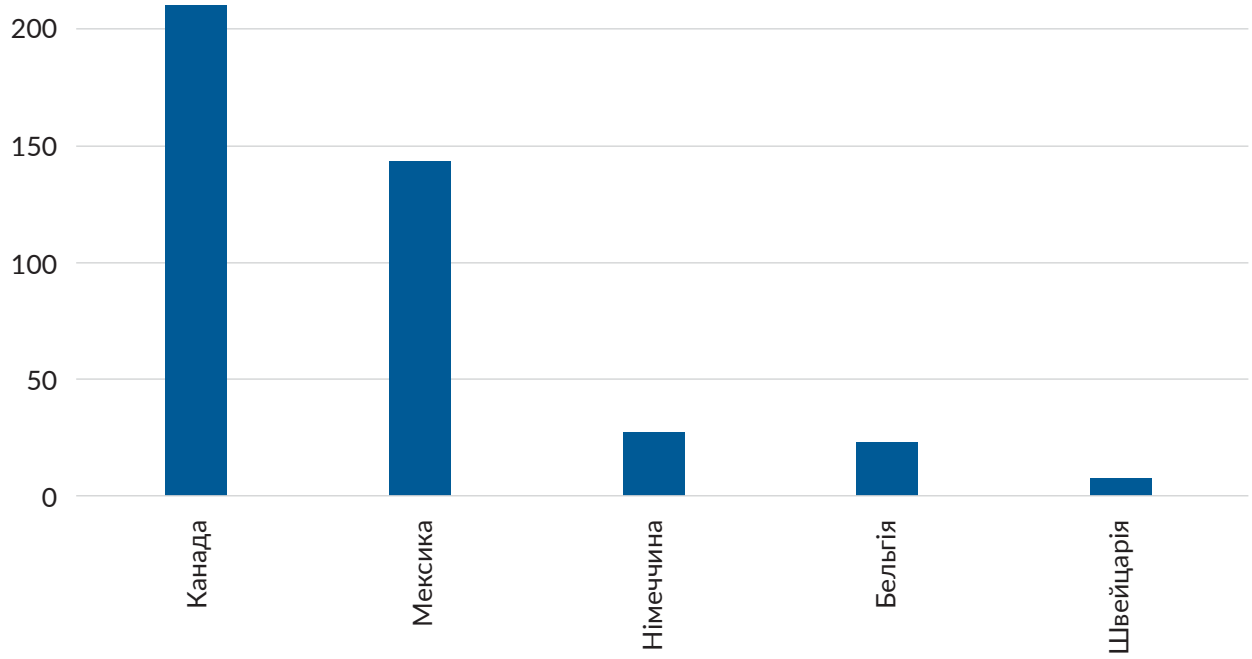
Графік 21.
П'ять найбільших експортерів шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Графік 22 демонструє значення відносного індексу конкурентного тиску в експорті (RECPI) для України у порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао на ринок США. Середній показник RECPI, зважений на обсяги імпорту п'яти найбільших експортерів цього товару, дорівнює 166.

Графік 22.
RECPI для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао

Виробництво шоколаду — це ресурсномістке виробництво, в якому какао маса (масло какао + терте какао — 45%) та цукор (35%) є основними складовими. Оскільки какао імпортується до України і складає до 50% інгредієнтів шоколаду, його вплив на місцеве довкілля можна вважати нейтральним. Екологічний вплив виробництва цукру негативний. Це — ерозія ґрунту, скорочення біологічного розмаїття, утворення викидів та заболочення поверхні водойм. Виробництво шоколаду та кондитерських виробів із цукру здебільшого автоматизоване, тому воно вимагає інтенсивного використання енергії.

Таблиця 10.
Оцінка впливу виробництва шоколаду на навколишнє середовище

Критерії	Етап ланцюга постачання	
	Ресурси	Виробництво / переробка
Споживання матеріалів та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	2
Енергія	1	2
Викиди парникових газів	1	2
Атмосферні викиди та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Споживання води та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	2
Забруднення води та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	1
Земля (ерозія, забруднення) та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Тверді відходи та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	1
Біологічне розмаїття та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Вплив на інші ланцюги постачання	1	1
Загальна кількість балів	14	12
	26 з 60	
Шкала балів: 0 — несуттєвий; 1 — низький; 2 — помірний; 3 — високий.		

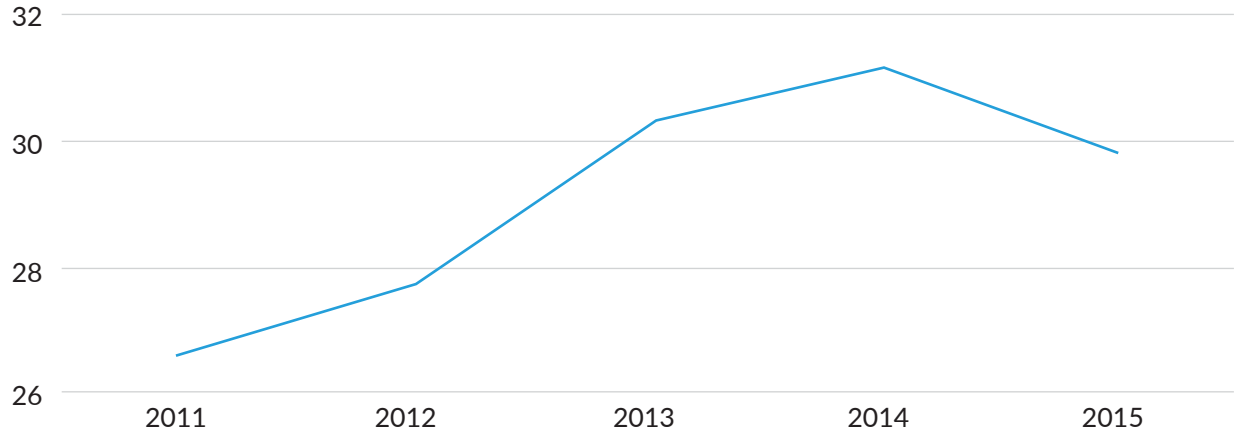
Відповідно до отриманої кількості балів для товару, що аналізується, екологічний вплив інтенсифікації його виробництва можна класифікувати як середній.

Потенціал зростання світового ринку борошняних кондитерських виробів

Сукупний світовий імпорт

Сукупний світовий імпорт хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива демонстрував загальну позитивну тенденцію у 2011-2014 рр. та незначне скорочення у 2015 р. Він підвищився з 26 651 млн дол. США у 2011 р. до 31 159 млн дол. у 2014 р. та зменшився до 29 823 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 23).

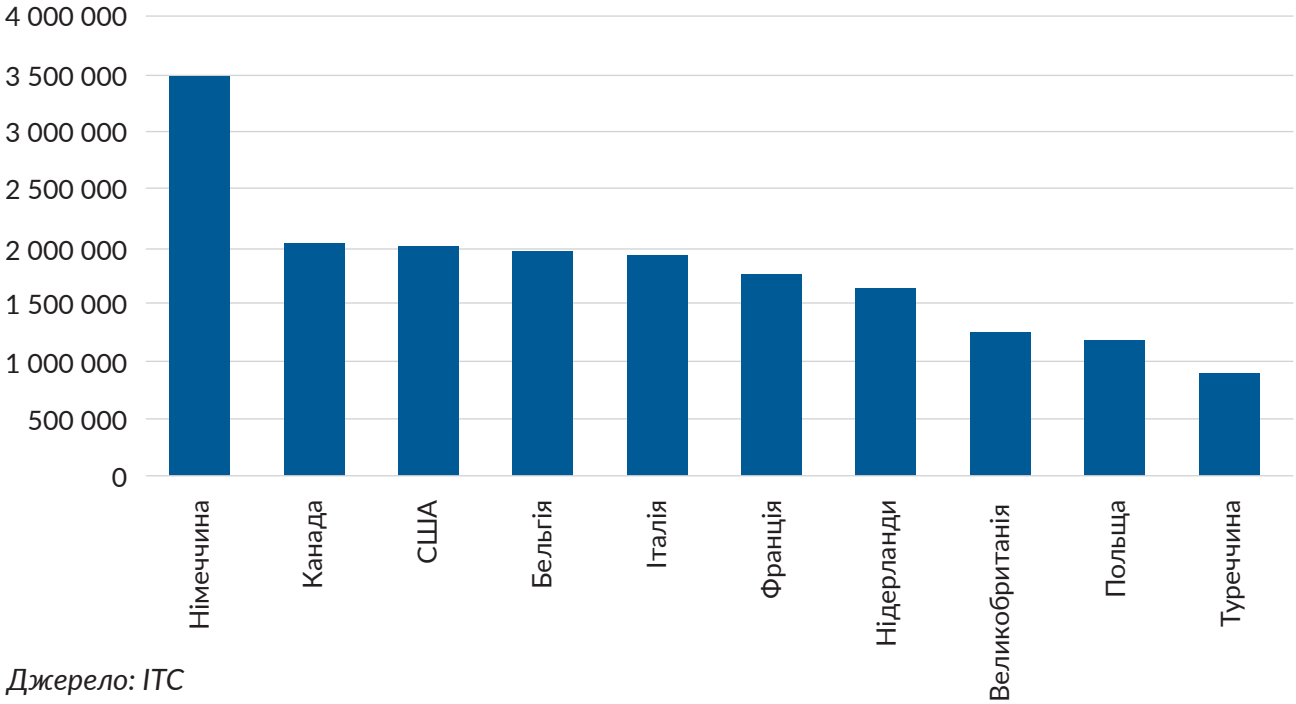
Графік 23.
Сукупний світовий імпорт хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів, печива та іншої випічки, млрд дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного світового імпорту хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива за період 2011-2015 рр. склав 2,85%. Середньорічна зміна світового імпорту за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту, дорівнює 831 млн дол. США. Найбільшими світовими експортерами хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива у 2015 р. були Німеччина, Канада та США (див. Графік 24).

Графік 24.
10 найбільших світових експортерів хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива у 2015 р., тис. дол. США

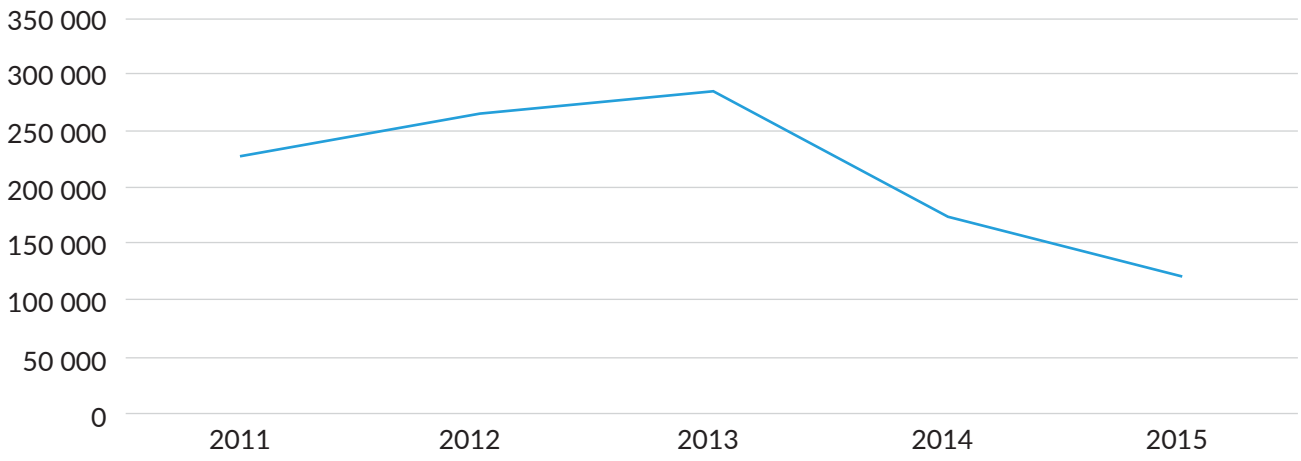


Джерело: ITC

Світовий імпорт з України

Світовий імпорт хліба, кондитерських виробів з борошна, тортів, печива та іншої випічки з України демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2013 рр., після якої йде спад протягом 2014-2015 рр. — до 122 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 25). Україна посідає 94-у позицію в списку експортерів хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів, печива та іншої випічки до країн світу у 2015 р.

Графік 25.
Світовий імпорт хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива з України, тис. дол. США

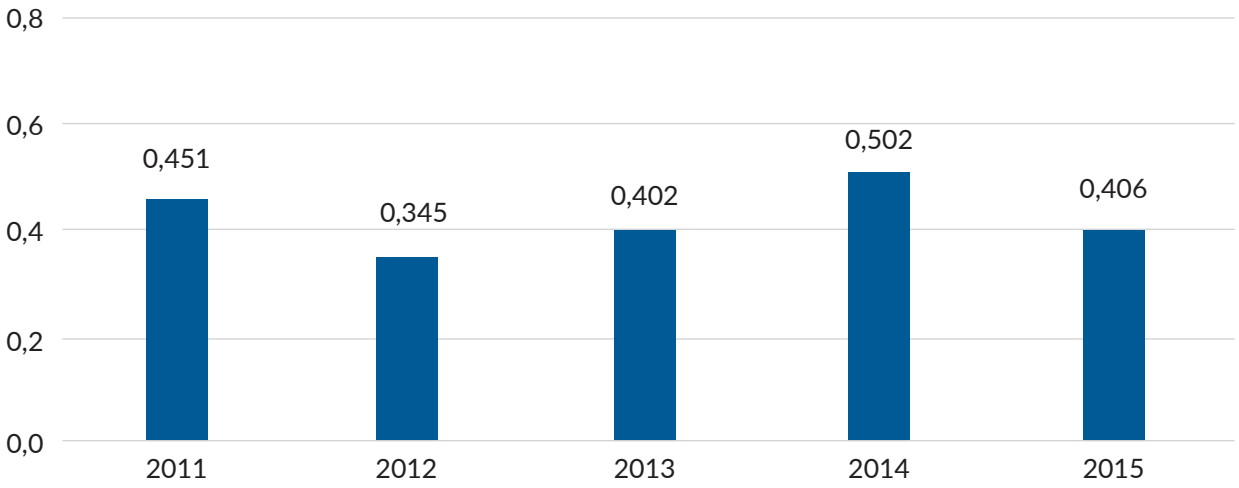


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) світового імпорту хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива з України за період 2011-2015 рр. склав -14,5%. Середньорічна зміна світового імпорту з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України, дорівнює -31 млн дол. США. Частка України в сукупному світовому імпорті хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів, печива та іншої випічки зменшилася з 0,9% у 2011 р. до 0,43% у 2015 р.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та світом для хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива збільшився до 0,502 у 2012-2014 рр., а потім упав до 0,406 у 2015 р. Середньорічна зміна показника ІІТ дорівнює -0,011. Це зменшення показника свідчить про зниження рівня інтеграції України до світових ланцюгів доданої вартості в секторі, що аналізується.

Графік 26.
ІІТ між Україною та світом для хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива



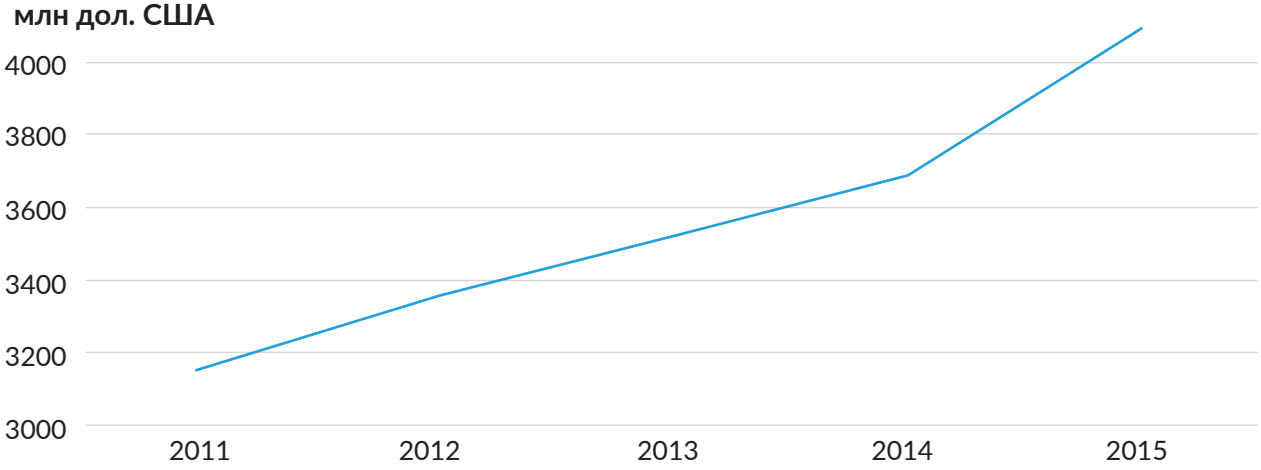
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Потенціал зростання ринку борошняних кондитерських виробів у США

Сукупний імпорт США

Сукупний імпорт США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2015 рр. Він підвищився з 3 156 млн дол. у 2011 р. до 4 098 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 27).

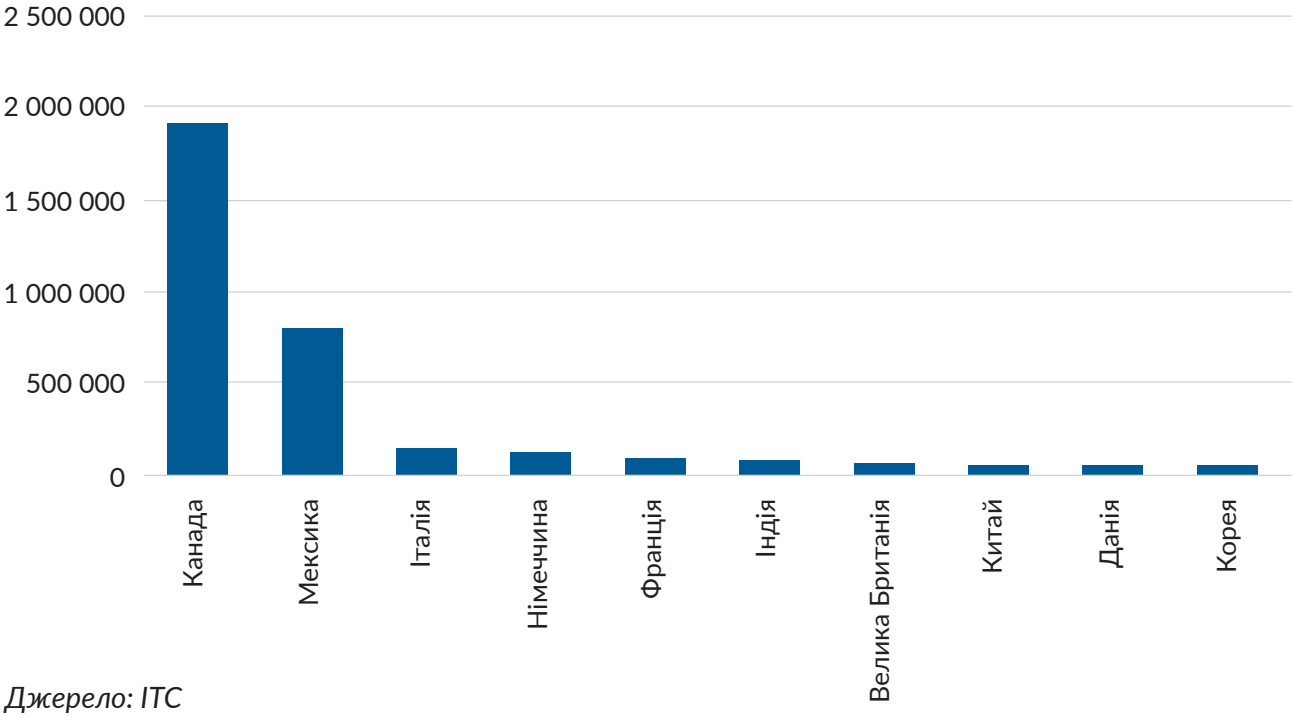
Графік 27.
Сукупний імпорт США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива, млн дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного імпорту США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива за період 2011-2015 рр. склав 6,74%. Середньорічна зміна сукупного імпорту США за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США, дорівнює 240 млн дол. США. Більша частка імпорту в цій категорії товарів походить з Канади, за нею йдуть Мексика, Італія, Німеччина, Франція та Індія (див. Графік 28). Україна займає 45-у позицію в списку експортерів хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива до США.

Графік 28.
10 найбільших експортерів хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива до США у 2015 р., тис. дол. США

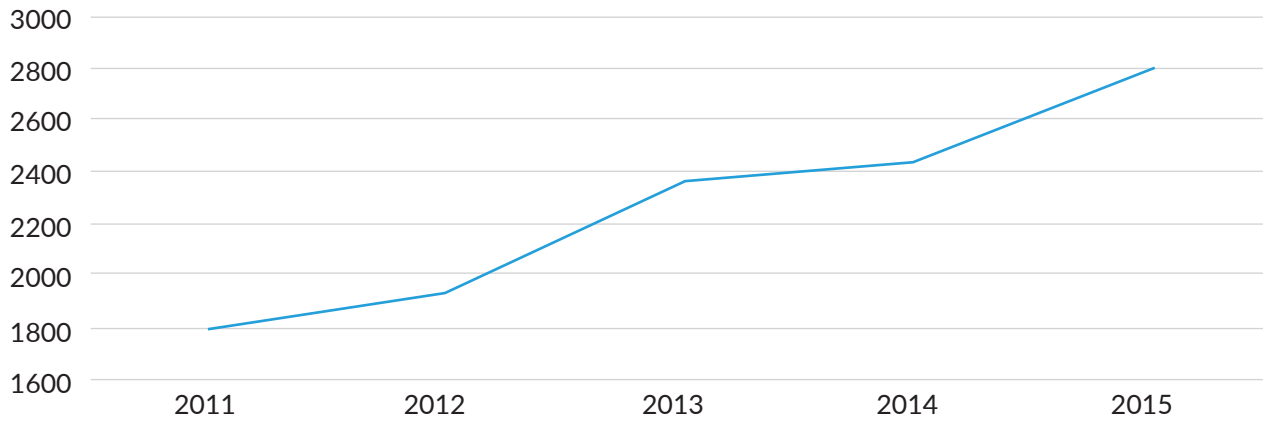


Джерело: ITC

Імпорт США з України

Імпорт США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива з України демонстрував позитивну тенденцію у 2012-2015 рр. Він зменшився з 1 791 тис. дол. США у 2011 р. до 2 802 тис. дол. США у 2015 р. (див. Графік 29).

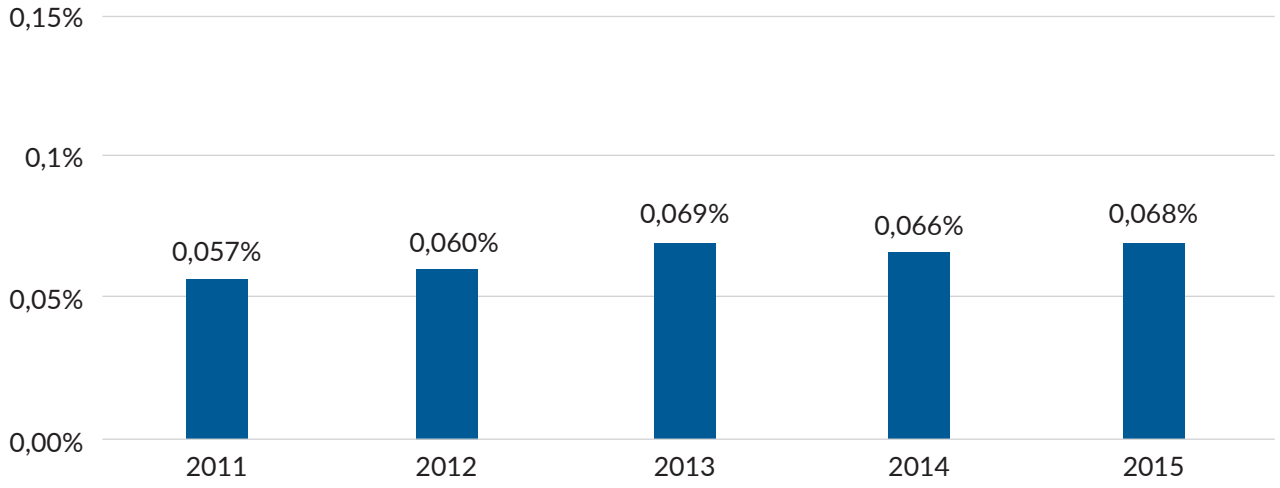
Графік 29.
Імпорт США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива з України, тис. дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) імпорту США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива з України за період 2011-2015 рр. склав 11,8%. Середньорічна зміна імпорту США з України за період, що аналізується, розрахована як зважене на CAGR середнє значення імпорту до США з України, дорівнює 268 тис. дол. США. Присутність України на американському ринку хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива мізерна (див. Графік 30). Частка України в імпорті США за останні п'ять років зросла на 0,011 відсоткових пунктів — до 0,068% у 2015 р.

Графік 30.
Частка України в імпорті США хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива, %

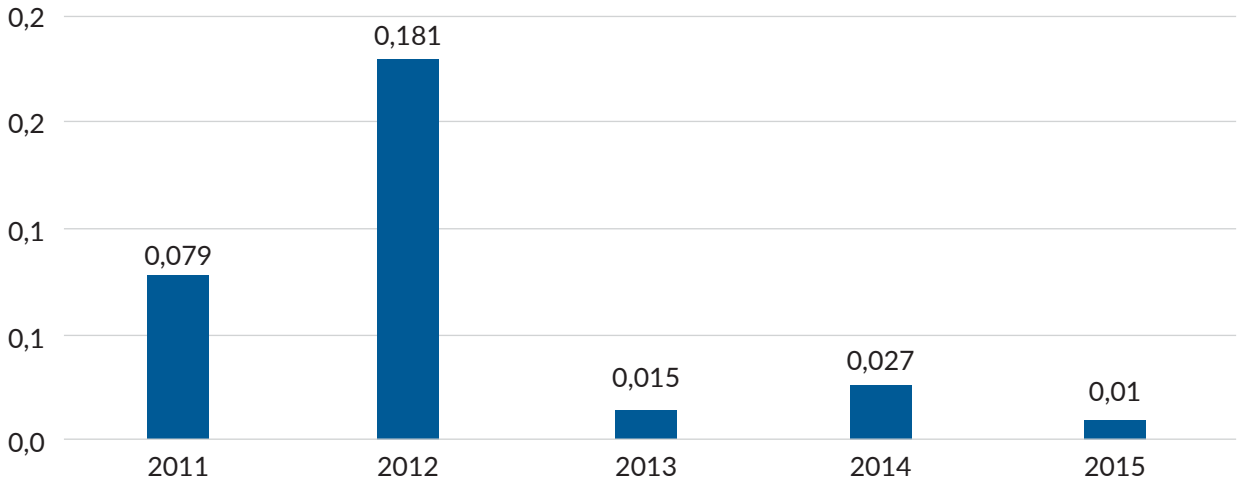


Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Доступ до ринку США

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (ІІТ) між Україною та США для хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива загалом демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр. Він збільшився у 2012 р. до 0,181, а потім поступово скоротився — до 0,010 у 2015 р. Це зменшення показника свідчить про підвищення рівня спеціалізації України в експорті хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива до США. Середньорічна зміна показника ІІТ дорівнює -0,017.

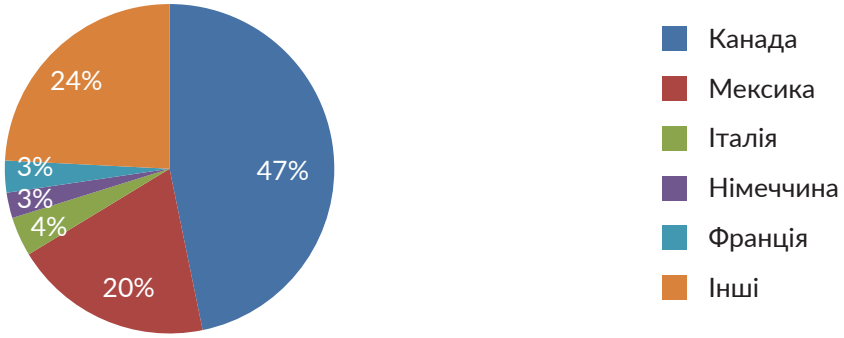
Графік 31.
ІІТ між Україною та США для хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Індекс доступу до ринку (RMA) хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива з України в США в порівнянні з ЄС27 дорівнює 0,33. Основним експортером хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива на ринок США є Канада з часткою експорту 47%. Далі після якої йде Мексика — 20% відповідно. Інші імпортери першої п'ятірки: Італія, Німеччина та Франція, частка яких менша за 10%.

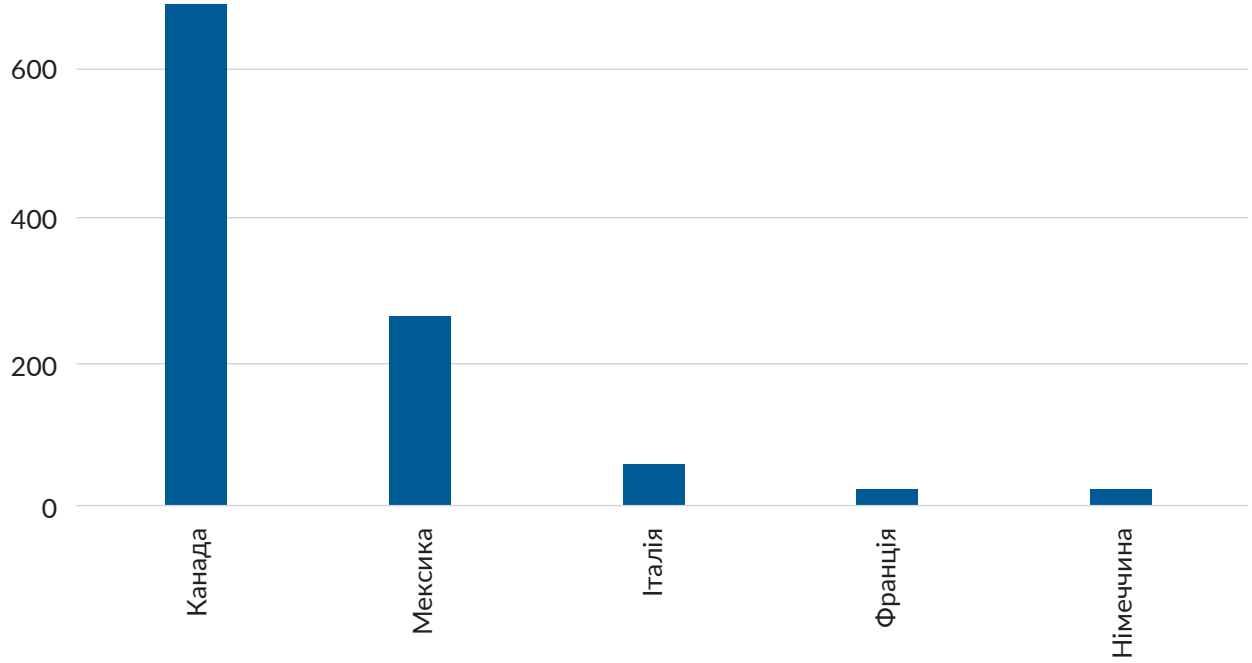
Графік 32.
П'ять найбільших експортерів хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Графік 33 ілюструє відносний індекс конкурентного тиску в експорті (RECPI) для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива на ринок США. Середній показник RECPI, зважений на обсяги імпорту п'яти найбільших експортерів цього товару, дорівнює 501.

Графік 33.
RECPI для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами хліба, кондитерських виробів із борошна, тортів та печива до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва борошняних кондитерських виробів

Виробництво кондитерських виробів із борошна, тортів, печива та аналогічної продукції вимагає використання такої сировини: борошно — 40%, цукор — 20%; яйця — 20%; молочна продукція — 10%; вода — 5%; харчові та смакові добавки (дріжджі, мед, горіхи, спеції, джеми тощо) — 5%. Основні екологічні застереження у зв'язку з постачанням компонентів для виробництва кондитерських виробів із борошна, тортів, печива тощо включають деградацію ґрунтів; атмосферні викиди (неорганічні частки; сажа, азот, вуглець та оксиди сірки внаслідок спалювання палива); споживання води (під час виробництва) та її забруднення. Процес виробництва кондитерських виробів з борошна, тортів, печива тощо створює такі екологічні проблеми, як атмосферні викиди (головним чином неорганічні частки внаслідок технологічних операцій; сажа, азот, вуглець та оксиди сірки у результаті спалювання палива); утворення стічних вод із підвищеним вмістом неорганічних домішок; утворення виробничих відходів.

Таблиця 11.
Оцінка впливу виробництва борошняних кондитерських виробів на навколишнє середовище

Критерії	Етап ланцюга постачання	
	Ресурси	Виробництво / переробка
Споживання матеріалів та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	2
Енергія	2	2
Викиди парникових газів	2	2
Атмосферні викиди та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Споживання води та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	2
Забруднення води та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	1
Земля (ерозія, забруднення) та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Тверді відходи та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	1
Біологічне розмаїття та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Вплив на інші ланцюги постачання	1	2
Загальна кількість балів	17	13
	30 з 60	
Шкала балів: 0 — несуттєвий; 1 — низький; 2 — помірний; 3 — високий.		

Відповідно до отриманої кількості балів для товару, що аналізується, екологічний вплив інтенсифікації його виробництва можна класифікувати як середній.

Виробничий та експортний потенціал України

Виробництво кондитерських виробів із цукру, шоколаду, какао та борошна

Обсяги виробництва та реалізації

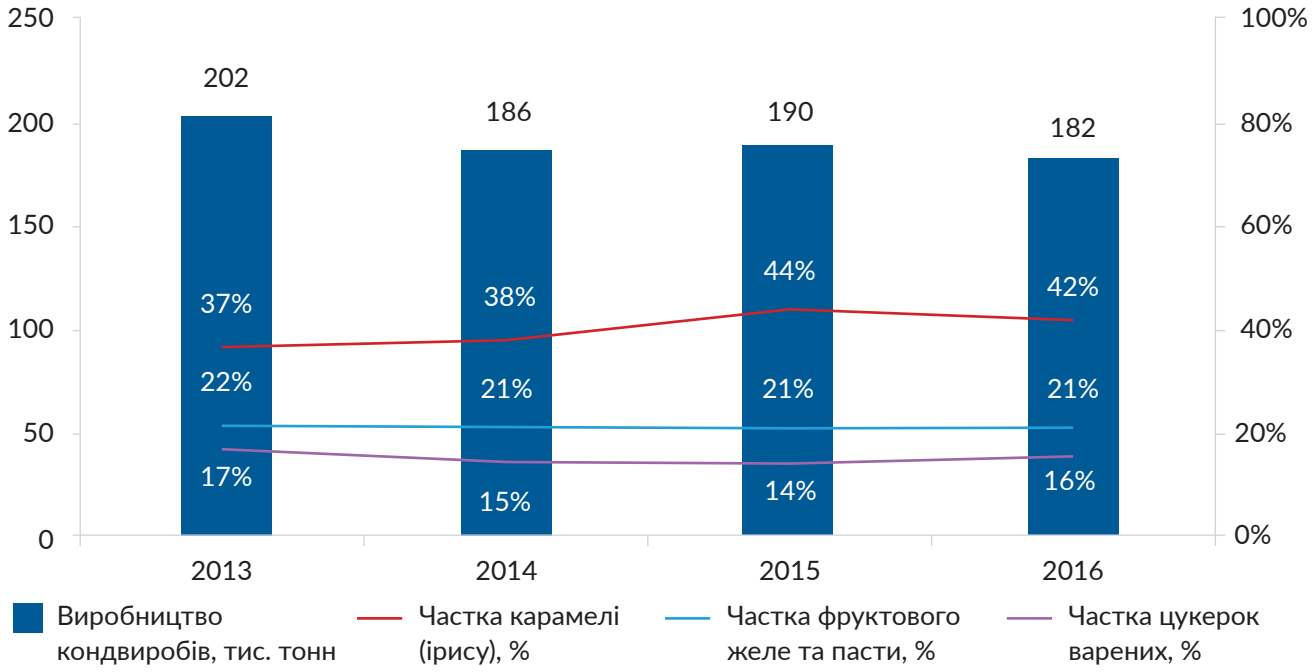
Кондитерські вироби з цукру

У період з 2013 по 2016 рр. обсяги виробництва кондитерських виробів із цукру скоротилися з 202 тис. тонн до 182 тис. тонн. Скорочення зумовлене низкою факторів, зокрема, загальним

спадом економічної активності та доходів населення, девальвацією національної валюти, частковою втратою традиційних ринків збуту (насамперед Російської Федерації) та військовими діями на Сході України.

Структура виробництва кондитерських виробів із цукру у зазначений період істотних змін не зазнала: близько 80% припадає на продукцію низької вартості, зокрема карамель (ірис), цукерки желейні та цукерки варені (див. Графік 34).

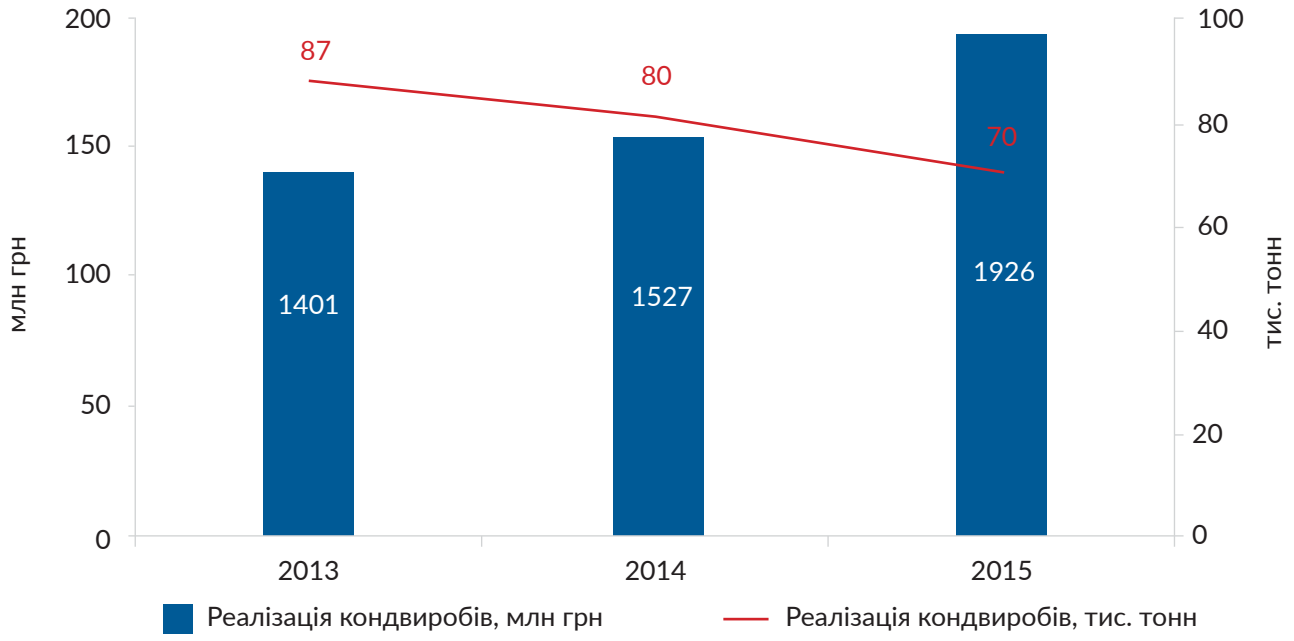
Графік 34.
Обсяги виробництва кондитерських виробів із цукру



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Вартісні обсяги реалізації кондитерських виробів із цукру у 2013-2015 рр. зросли з 1,4 млрд грн до 1,9 млрд грн. Водночас їхня позитивна динаміка спостерігалася на тлі скорочення фізичних обсягів реалізації: з 87 тис. тонн у 2013 р. до менш ніж 70 тис. тонн у 2015 р. Зростання вартісних обсягів реалізації на тлі скорочення фізичних обсягів, вочевидь, зумовлене зростанням цін на кондитерські вироби через девальвацію національної валюти.

Графік 35.
Обсяги реалізації кондитерських виробів із цукру



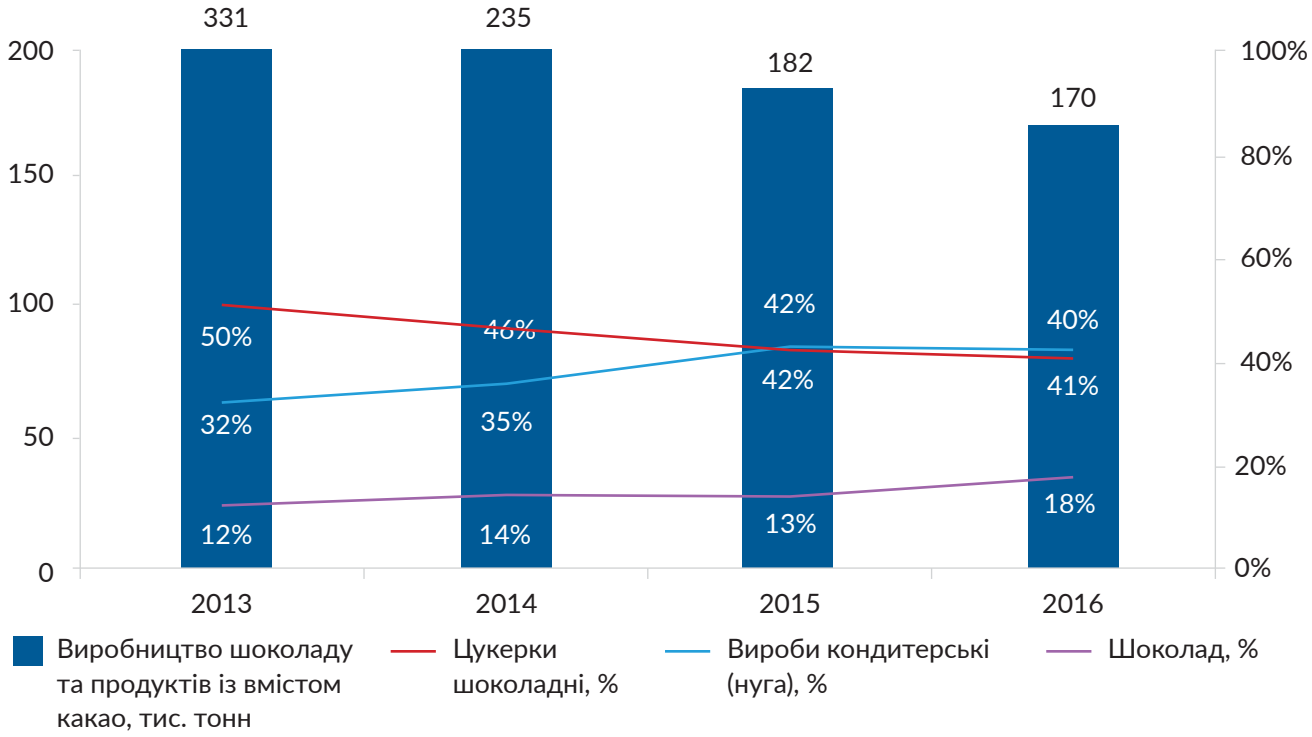
Джерело: Держстат

Шоколад та харчові продукти із вмістом какао

Обсяги виробництва шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао в Україні у 2016 р. скоротилися до 170 тис. тонн проти 331 тис. тонн у 2013 р. Дана тенденція характерна для всієї кондитерської промисловості та зумовлена такими факторами, як зниження попиту на внутрішньому ринку через скорочення доходів населення й зростання цін унаслідок девальвації гривні й подорожчання сировини (какао бобів), часткова втрата традиційних ринків збуту (передусім Російської Федерації), а також часткова втрата виробничого потенціалу через військові дії на Сході України.

Основу виробництва шоколаду та продуктів із вмістом какао складають цукерки шоколадні (як із вмістом, так і без вмісту алкоголю) та вироби кондитерські з цукру або його замінників, із вмістом какао (включаючи нугу), на які в сумі припадало 81% від сукупних обсягів виробництва шоколаду та продуктів із вмістом какао. У період з 2013 по 2016 р. питома вага шоколадних цукерок скоротилася з 50% до 40%, а питома вага кондитерських виробів з цукру із вмістом какао зросла з 32% до 41%. Частка шоколаду в плитках та брикетах у зазначений період демонструвала помірне зростання: з 12% до 18%.

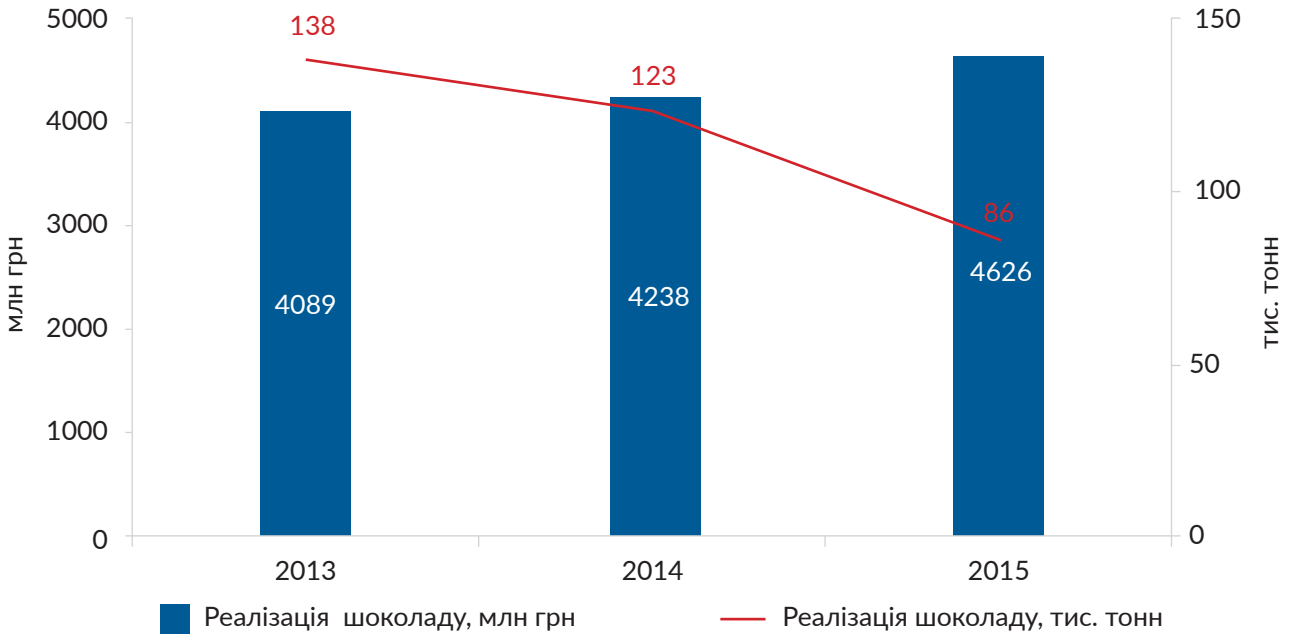
Графік 36.
Обсяги виробництва шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Вартісні обсяги реалізації кондитерських виробів у 2013-2015 рр. зросли з 4,1 млрд грн до 4,6 млрд грн. Водночас їхня позитивна динаміка спостерігалася на тлі скорочення фізичних обсягів реалізації з 138 тис. тонн у 2013 р. до 86 тис. тонн у 2015 р. Зростання вартісних обсягів реалізації на тлі скорочення фізичних обсягів, очевидно, зумовлене зростанням цін на кондитерські вироби внаслідок девальвації національної валюти.

Графік 35.
Обсяги реалізації кондитерських виробів із цукру



Джерело: Держстат

Борошняні кондитерські вироби

До борошняних кондитерських виробів відносять вироби нетривалого зберігання (хліб та хлібобулочні вироби, борошняні кондитерські вироби, торти і тістечка нетривалого зберігання) та вироби тривалого зберігання (сухарі й сухе печиво, борошняні кондитерські вироби, торти і тістечка тривалого зберігання). Борошняні кондитерські вироби склали 47% від загального обсягу виробництва кондитерських виробів в Україні.

Таблиця 12.
Виробництво борошняних кондитерських виробів, тонн

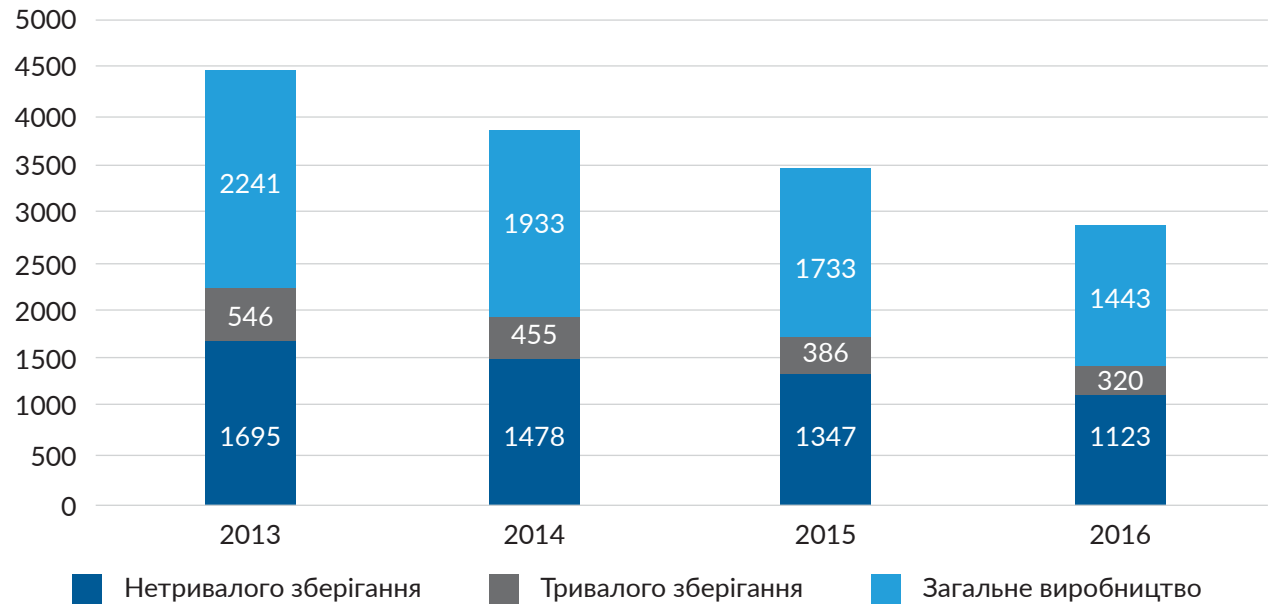
Найменування продукції	2013 р.	2014 р.	2015 р.	2016 р.
Хліб та вироби хлібобулочні, нетривалого зберігання	1 561 470	1 357 051	1 231 225	1 122 558
Торти і вироби кондитерські	134 208	120 976	116 019	*
Всього виробів нетривалого зберігання	1 695 678	1 478 027	1 347 244	1 122 558
Хлібці хрусткі	1 851	975	2 672	*
Сухарі, сушки, грінки й аналогічні вироби	50 935	51 827	43 768	41 608
Пряники та вироби аналогічні	57 752	48 501	35 522	34 046

Печиво солодке і вафлі, частково чи повністю покриті шоколадом	76 919	60 207	34 489	35 090
Печиво солодке (крім частково чи повністю покритого шоколадом)	236 538	184 301	166 956	160 825
Вафлі та вафельні облатки (крім частково чи повністю покритого шоколадом)	74 583	54 295	47 915	48 292
Хліб із тіста недріжджового (маца)	1 353	2 106	721	*
Печиво (крім частково чи повністю покритого шоколадом)	39 496	47 635	46 512	*
Продукти, одержані шляхом екструзії чи розпушування тіста, з прянощами чи солоні	1 993	1 651	3 419	*
Вироби хлібобулочні без додання підсолоджувальних речовин	5 085	29 28	3 440	*
Всього виробів тривалого зберігання	546 505	45 4426	385 414	385 414
Всього кондитерських хлібобулочних виробів	2 242 183	1 932 453	1 732 658	1 442 419**

** - дані відсутні; ** - приблизна оцінка без урахування відсутніх даних*

Джерело: Держстат

Графік 38.
Обсяги виробництва борошняних кондитерських виробів, тис. тонн

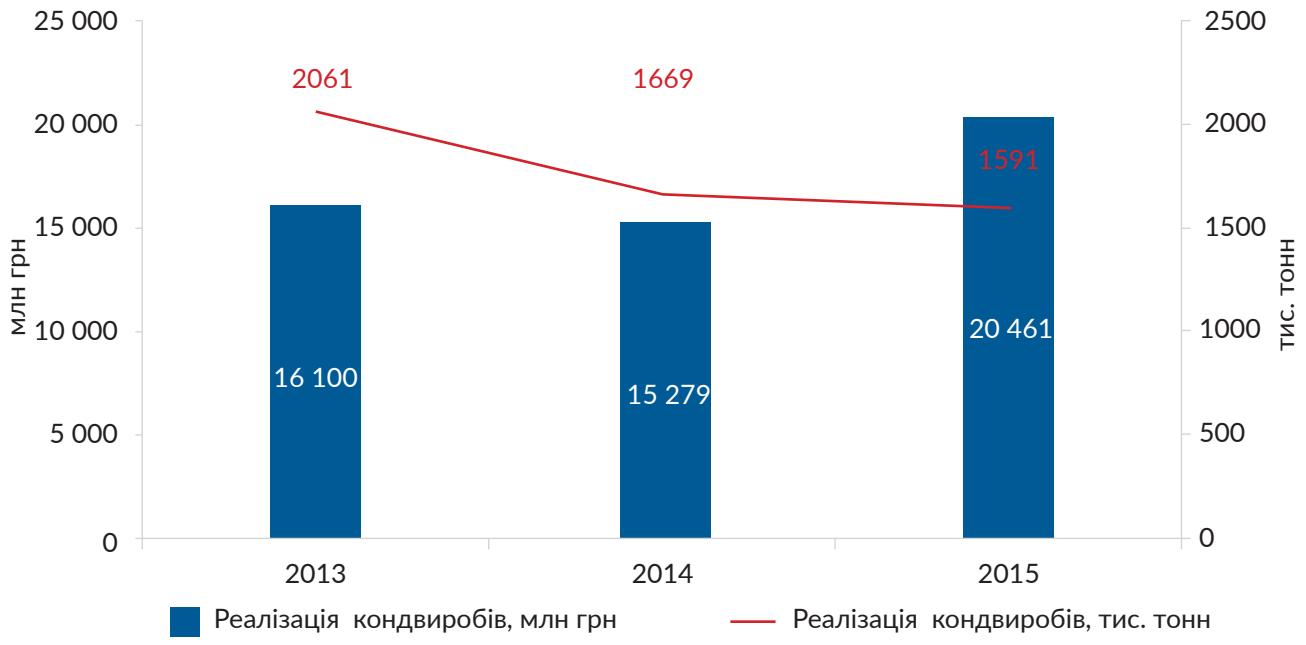


Джерело: Держстат

Виробництво борошняних кондитерських виробів скоротилось у 2016 р. на 23% у порівнянні з 2013 р. Найбільш суттєво скоротилося виробництво печива та вафель, покритих шоколадом (більше ніж удвічі: з 77 тис. тонн у 2013 р. до 35 тис. тонн у 2016 р.), а також виробництво солодкого печива та вафель. Водночас середньо- та низько-ціновий сегмент ринку борошняних кондитерських виробів скорочення не зазнав. Зокрема виробництво печива, не покритого шоколадом, показало незначне зростання: з 40 тис. тонн у 2013 р. до 47 тис. тонн у 2014 р.

Скорочення обсягів виробництва борошняних кондитерських виробів зумовлене низкою факторів, і в першу чергу скороченням внутрішнього попиту через збільшення вартості продукції та зміну преференцій споживачів до продукції середньо- та низько-цінового сегменту. А також подорожчанням сировинних ресурсів (какао бобів), значною орієнтацією експорту на ринки країн СНД (насамперед Російської Федерації) та втратою виробничого потенціалу у зв'язку з військовими діями на Сході України.

Графік 39.
Обсяги реалізації борошняних кондитерських виробів



Джерело: Держстат

Вартісні обсяги реалізації борошняних кондитерських виробів у 2013-2015 рр. зросли з 16 млрд грн до 20 млрд грн. Одночасно їхня позитивна динаміка спостерігалася на тлі скорочення фізичних обсягів реалізації: з 2 млн тонн у 2013 р. до менш ніж 1,6 млн тонн у 2015 р. Зростання вартісних обсягів реалізації на тлі скорочення фізичних обсягів зумовлене насамперед зростанням цін на кондитерські вироби через девальвацію національної валюти.

Основні виробники та регіональна структура виробництва

У 2015 р. серед 130 виробників кондитерських виробів на 24 з них припадало 91% ринку. Найбільшим виробником є Корпорація Roshen із часткою ринку 44%. До трійки лідерів, крім неї, належать Виробниче об'єднання «Конті» та Кондитерська компанія «АВК».

Виробництво сконцентроване у місті Києві через розташування головного офісу Корпорації Roshen. Проте найбільші виробничі потужності цього виробника розташовані у регіонах — у Вінницькій та Полтавській областях.

Графік 40.
Регіональна структура виробництва кондитерських виробів у 2015 р., %

Джерело: Держстат, власні розрахунки

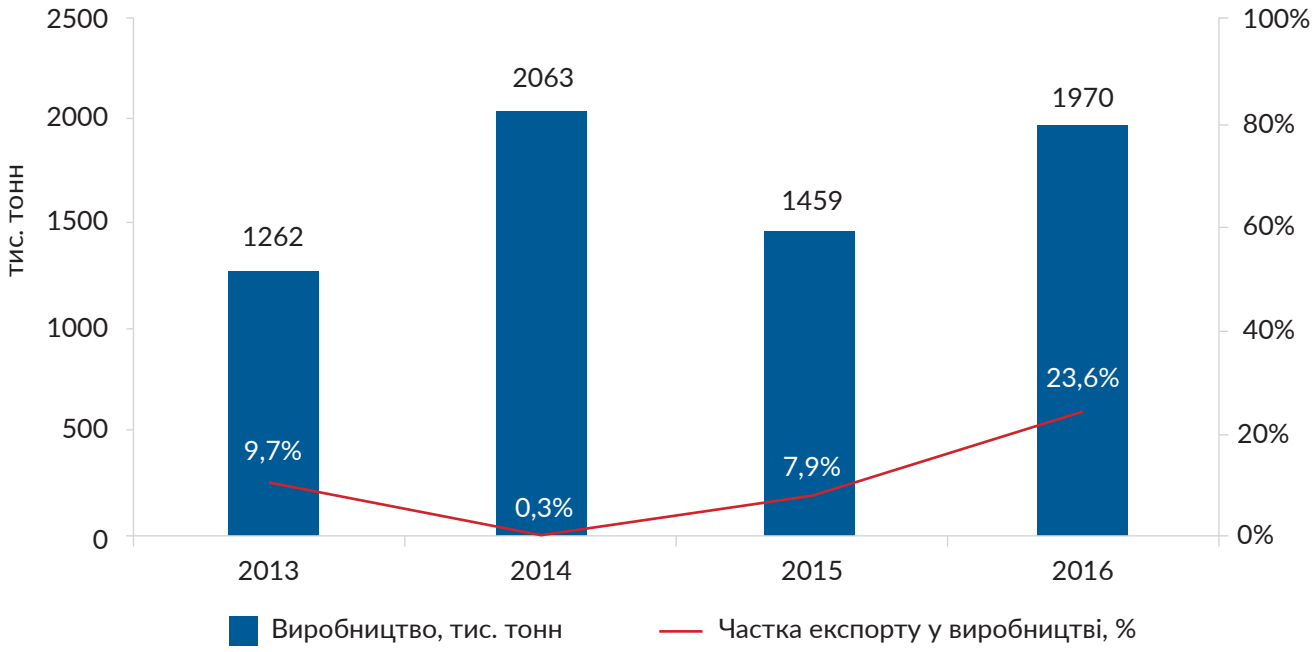
Забезпеченість сировиною для виробництва кондитерських виробів

Кондитерські вироби з цукру

Основною сировиною для виробництва кондитерських виробів із цукру є цукор та какао-масло. Україна є великим виробником цукру та повністю забезпечує потреби внутрішнього ринку, водночас попит на какао-масло задовольняється винятково за рахунок імпортних поставок.

Обсяги виробництва цукру протягом останніх років були досить нестабільними, проте загалом мали тенденцію до зростання. У 2013-2016 рр. приріст склав 56% і становив 2 млн тонн (див. Графік 41). Частка експорту у виробництві цукру протягом останніх трьох років збільшилася на 23 відсоткових пункти — до 24% у 2016 р., що зумовлено дефіцитом на світовому ринку.

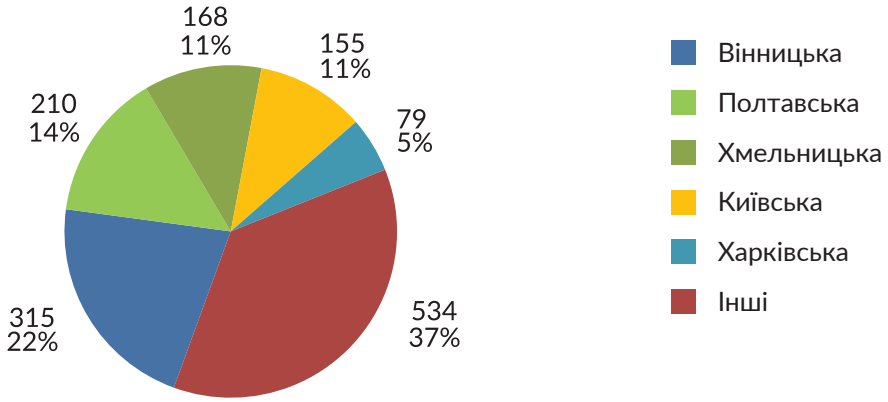
Графік 41.
Обсяги виробництва цукру в Україні та частка експорту у виробництві



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основне виробництво цукру в Україні сконцентроване у Вінницькій, Полтавській, Хмельницькій та Київській областях, на які припадає близько 60% обсягів виробництва.

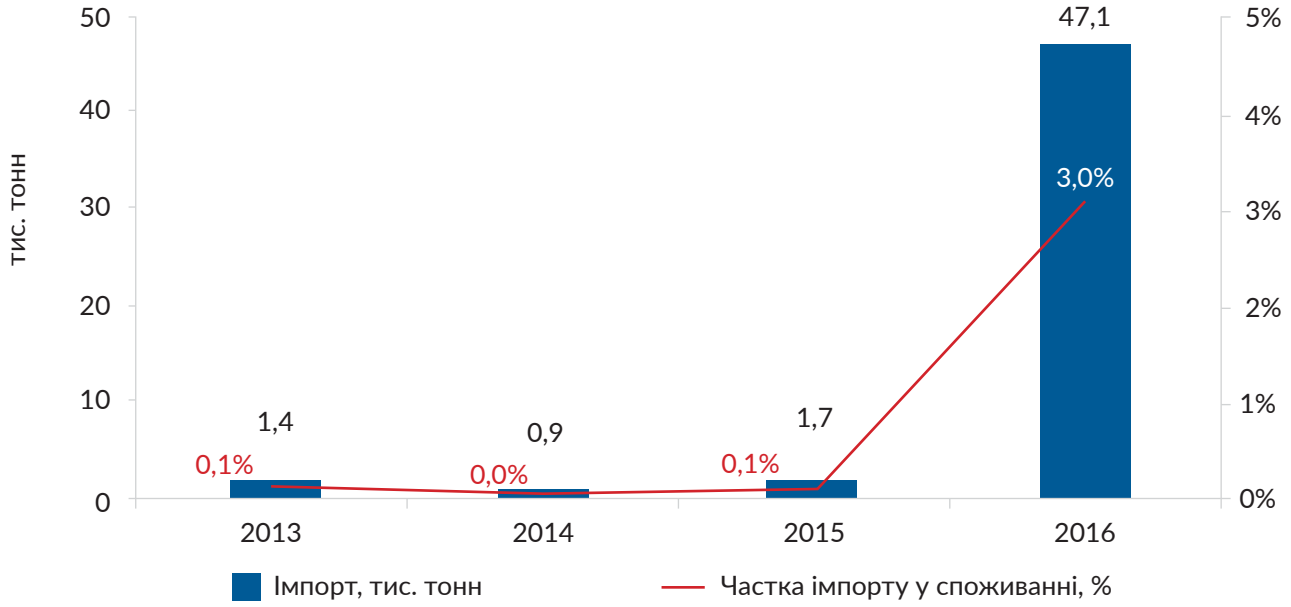
Графік 42.
Регіональна структура виробництва цукру в Україні у 2015 р., тис. тонн, %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Обсяги українського імпорту цукру є несуттєвими (менше 50 тис. тонн на рік), а їхня питома вага у споживанні не перевищує 3% (див. Графік 43).

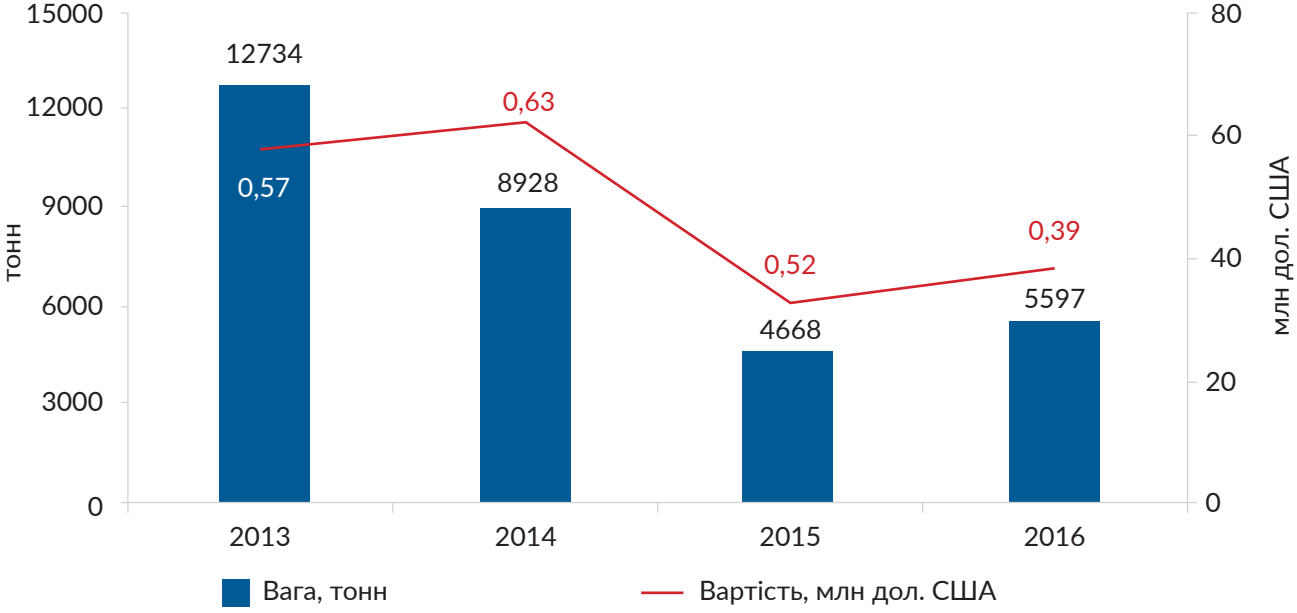
Графік 43.
Обсяги імпорту цукру в Україні



Джерело: Держстат, власні розрахунки

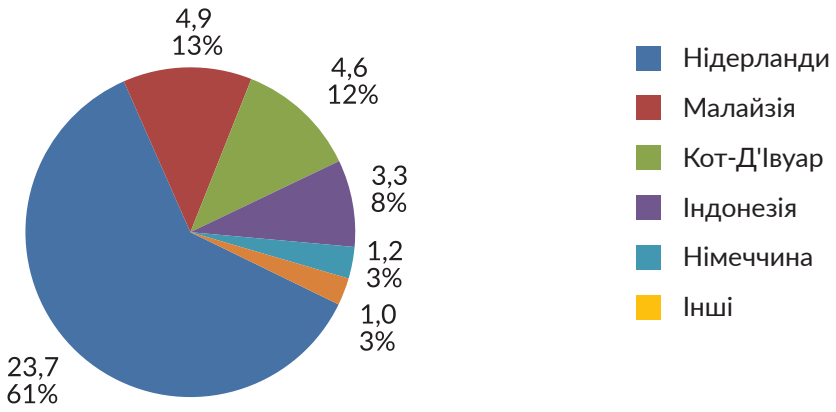
Як зазначалося, потреби українського ринку в какао-маслі задовольняються виключно за рахунок імпортних поставок. Обсяги українського імпорту какао-масла у 2013-2016 рр. значно скоротилися: на 56% до 6 тис. тонн, або 39 млн дол. у 2016 р., у зв'язку зі зменшенням виробництва шоколадних виробів (див. Графік 44). Основними постачальниками какао-масла є Нідерланди, Малайзія та Кот-Д'Івуар, на які припадає близько 86% поставок.

Графік 44.
Обсяги імпорту какао-масла в Україну



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Графік 45.
Географічна структура імпорту какао-масла в Україну у 2016 р., млн дол. США, %

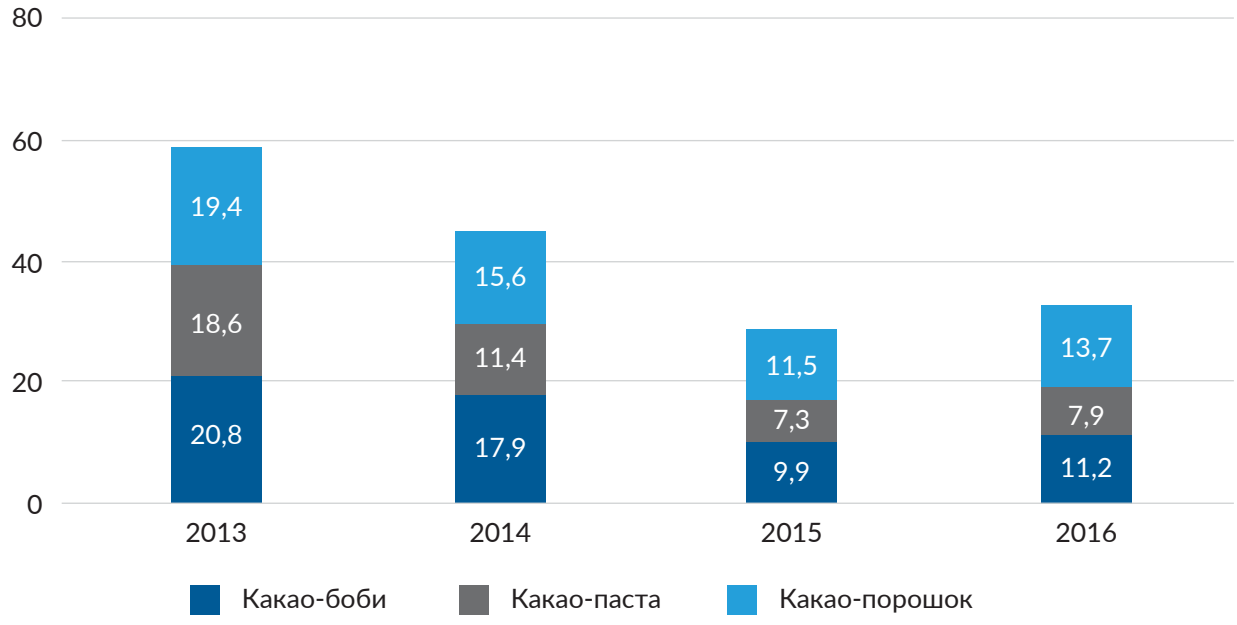


Джерело: Держстат, власні розрахунки

Шоколад та харчові продукти із вмістом какао

Основною сировиною для виробництва шоколадних виробів є какао-боби, какао-паста та какао-порошок. В Україні відсутнє власне їх виробництво, відтак весь попит покривається імпортними поставками. За останні роки імпорт зазначених сировинних матеріалів для виробництва шоколадних виробів в Україну зменшився на 44% — до 33 тис. тонн у 2016 р. Найбільше скорочення попиту спостерігалося на какао-пасту (-58%), а найменше — на какао-порошок (-29%).

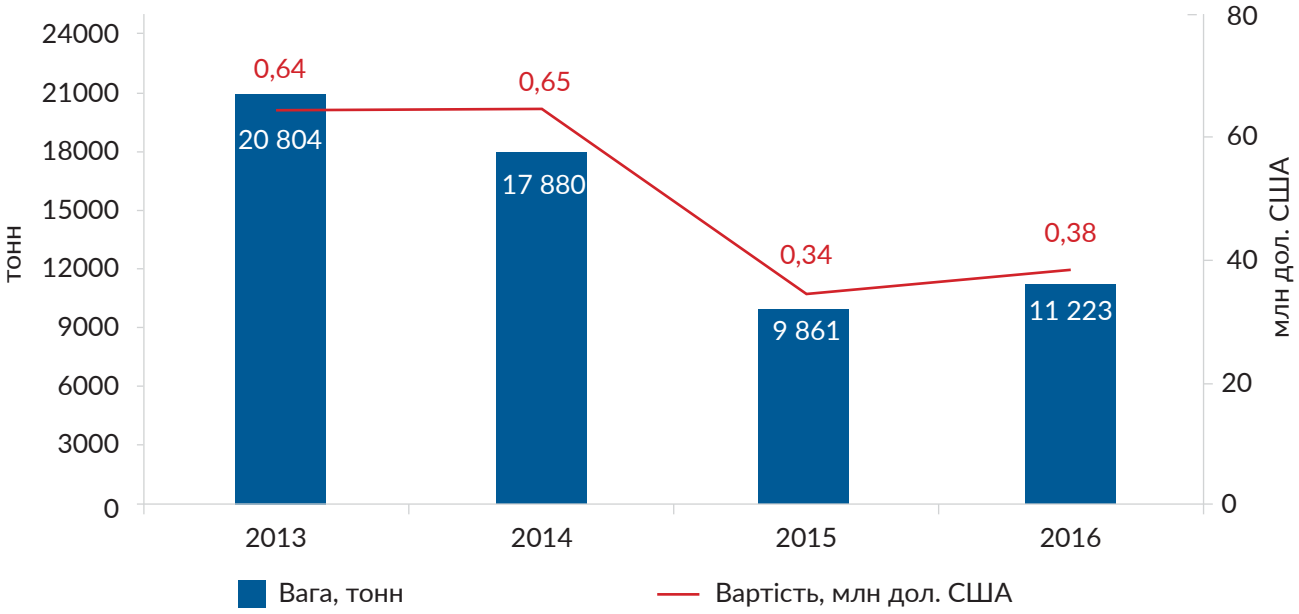
Графік 46.
Обсяги імпорту сировини для виробництва шоколаду до України



Джерело: Держстат

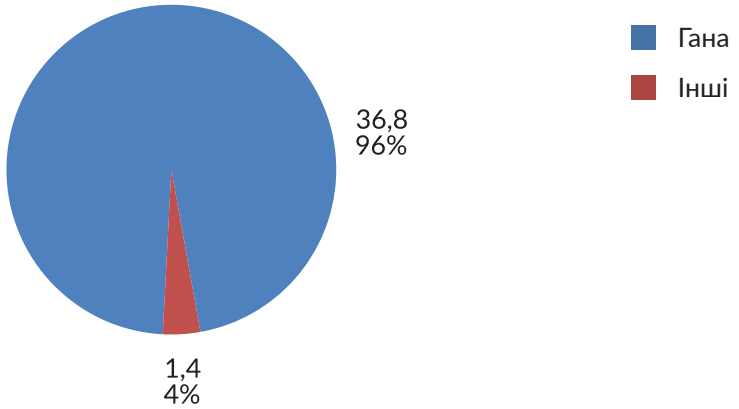
Обсяги українського імпорту какао-бобів у 2013-2016 рр. значно зменшилися: на 46% до 11 тис. тонн, або 38 млн дол. США у 2016 р. (див. Графік 47). Основним постачальником какао-бобів є Гана (більше 96% поставок).

Графік 47.
Обсяги імпорту какао-бобів до України



Джерело: Держстат, власні розрахунки

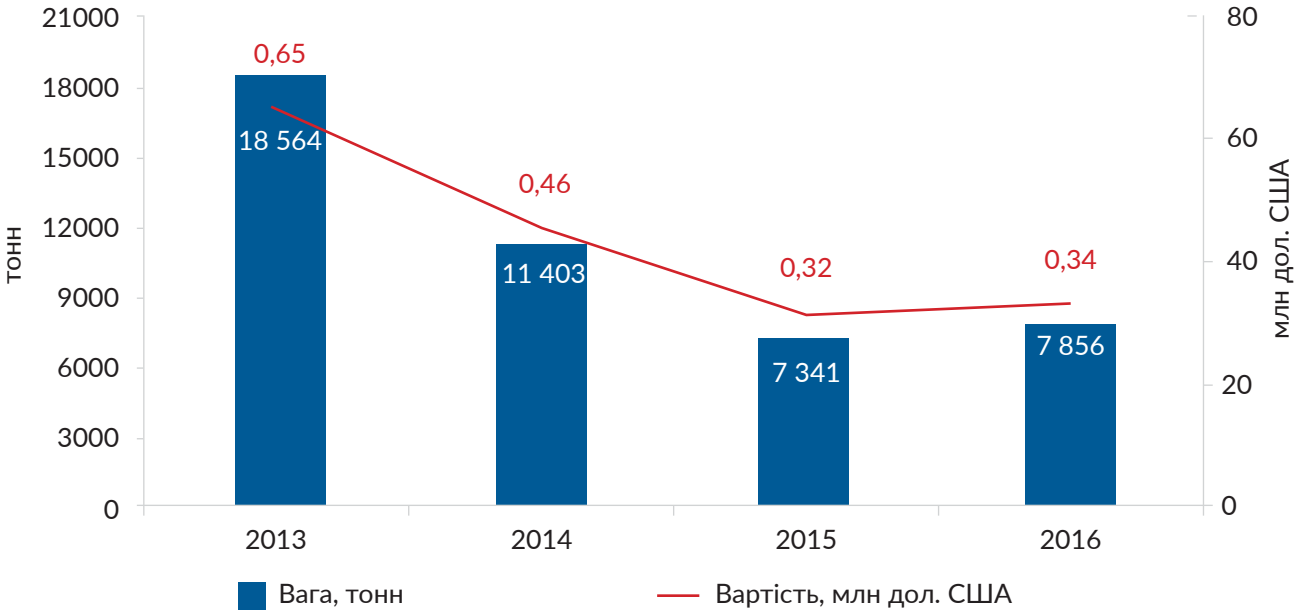
Графік 48.
Географічна структура імпорту какао-бобів до України у 2016 р., млн дол. США, %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

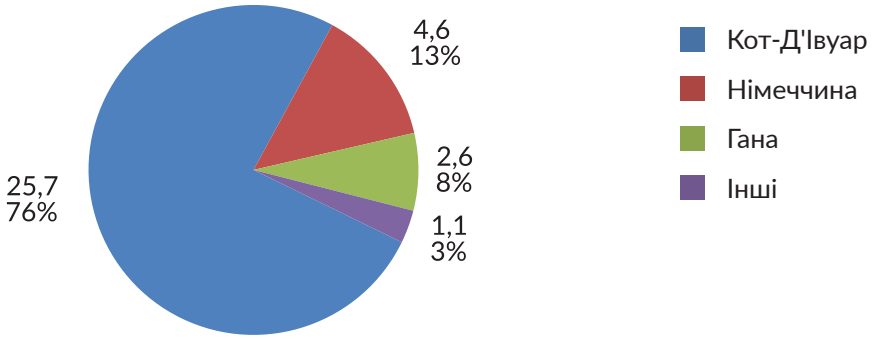
Обсяги українського імпорту какао-пасти у 2013-2016 рр. суттєво скоротилися: на 58% до 8 тис. тонн, або 34 млн дол. США у 2016 р. (див. Графік 49). Основним постачальником є Кот-Д'Івуар (понад 75% поставок).

Графік 49.
Обсяги імпорту какао-пасти до України



Джерело: Держстат, власні розрахунки

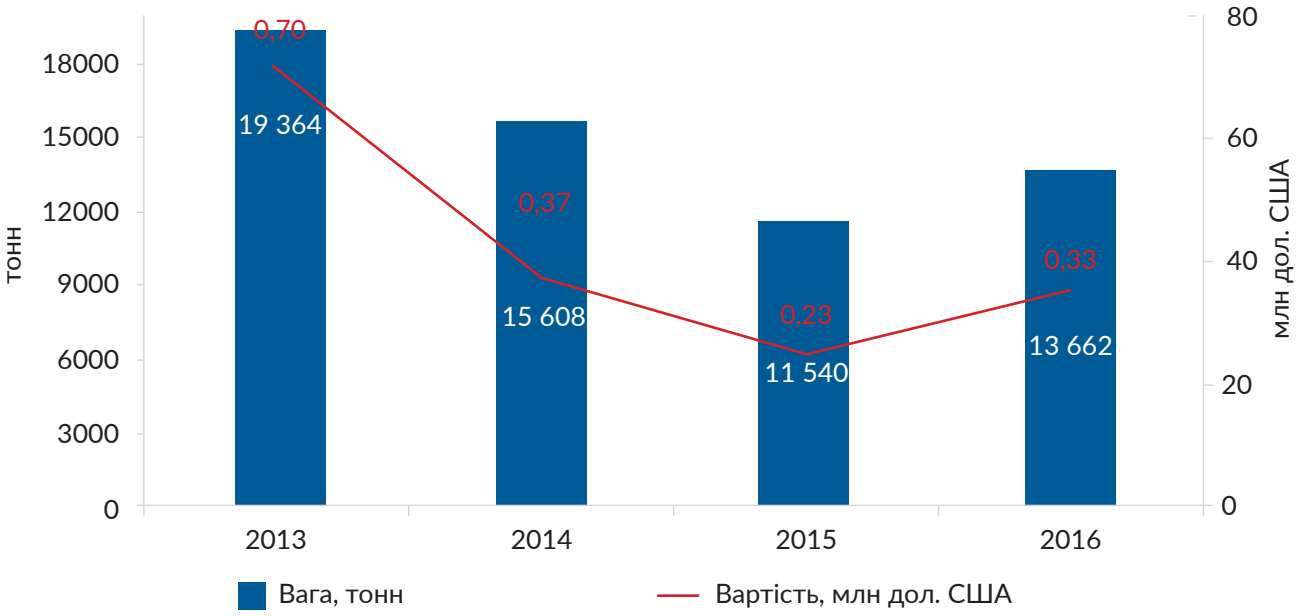
Графік 50.
Географічна структура імпорту какао-пасти до України у 2016 р., млн дол. США



Джерело: Держстат, власні розрахунки

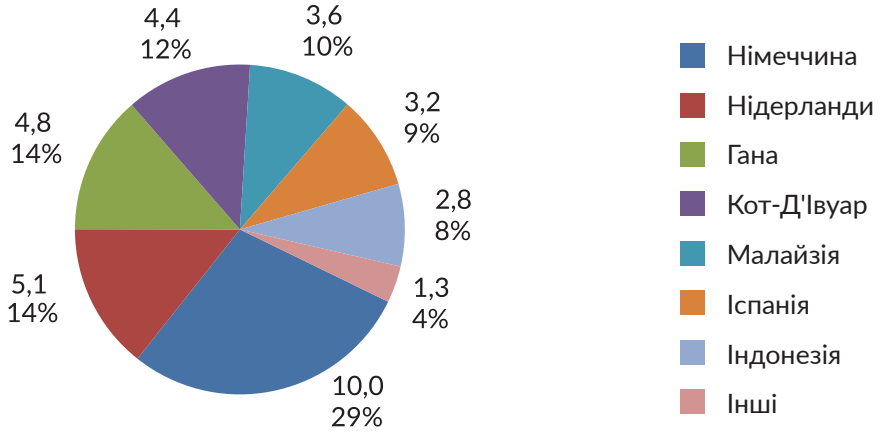
Обсяги українського імпорту какао-порошку у 2013-2016 рр. значно зменшилися: на 29% до 14 тис. тонн, або 35 млн дол. США у 2016 р. (див. Графік 51). Основними постачальниками є Німеччина, Нідерланди, Гана та Кот-Д'Івуар, на які припадає майже 69% поставок.

Графік 51.
Обсяги імпорту какао-порошку до України



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Графік 52.
Географічна структура імпорту какао-порошку до України у 2016 р., млн дол. США, %



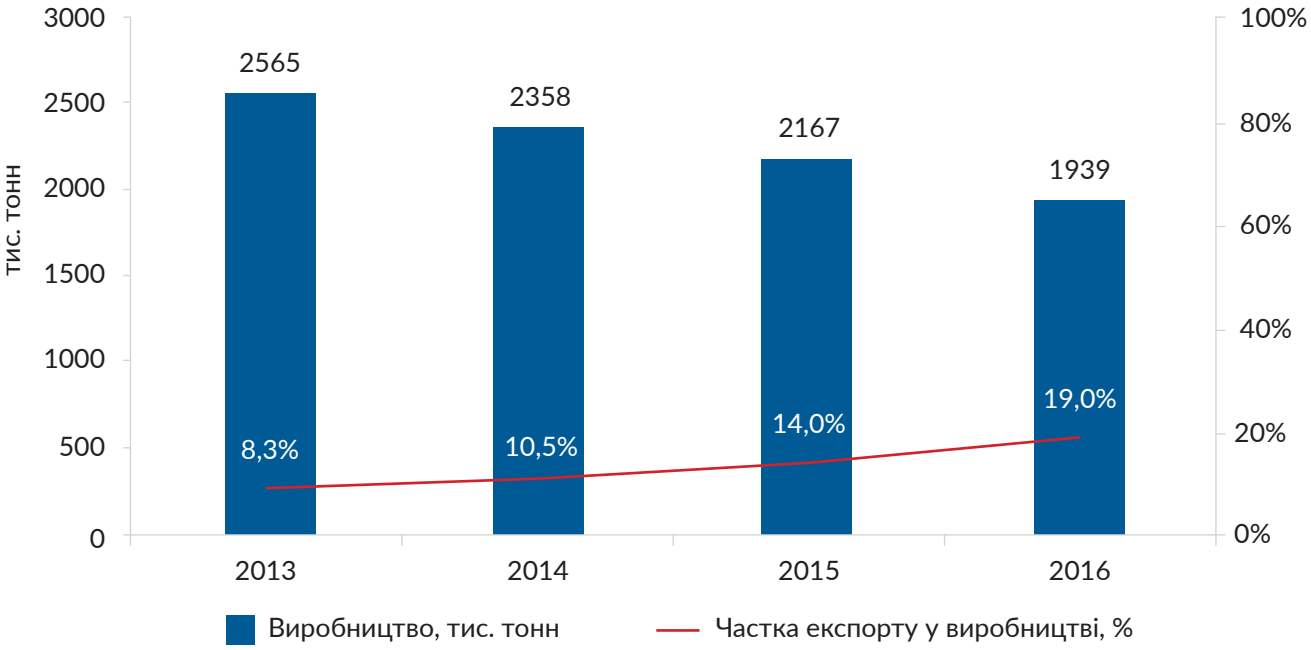
Джерело: Держстат, власні розрахунки

Борошняні кондитерські вироби

Основною сировиною для виробництва борошняних кондитерських виробів є пшеничне борошно. Обсяги виробництва борошна в Україні у 2013-2016 рр. зменшилися на 26% — до 2 млн. тонн (див. Графік 53).

Частка експорту у виробництві борошна протягом останніх трьох років суттєво зросла: на 12 відсоткових пунктів — до 19% у 2016 р., що пояснюється скороченням обсягів споживання борошна на внутрішньому ринку на тлі зростання експортних поставок на 72% протягом останніх трьох років.

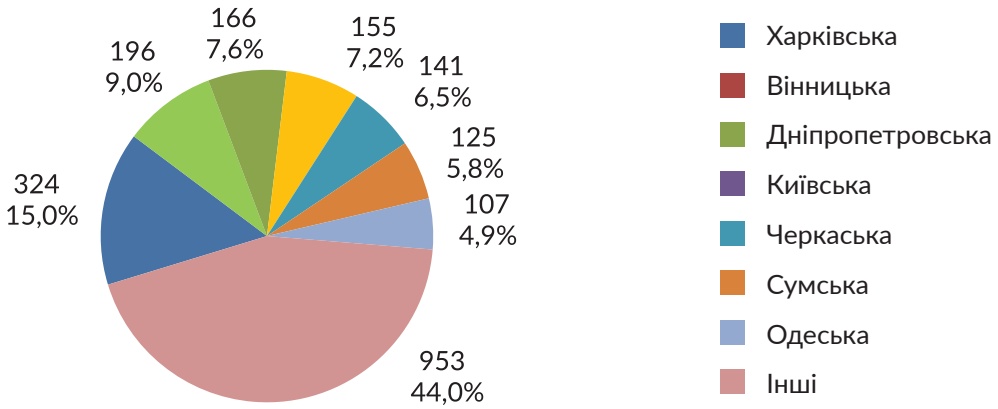
Графік 53.
Виробництво борошна в Україні та частка експорту у виробництві



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основне виробництво борошна в Україні сконцентроване в Харківській, Вінницькій, Дніпропетровській та Київській областях, на які припадає майже 39% обсягів виробництва.

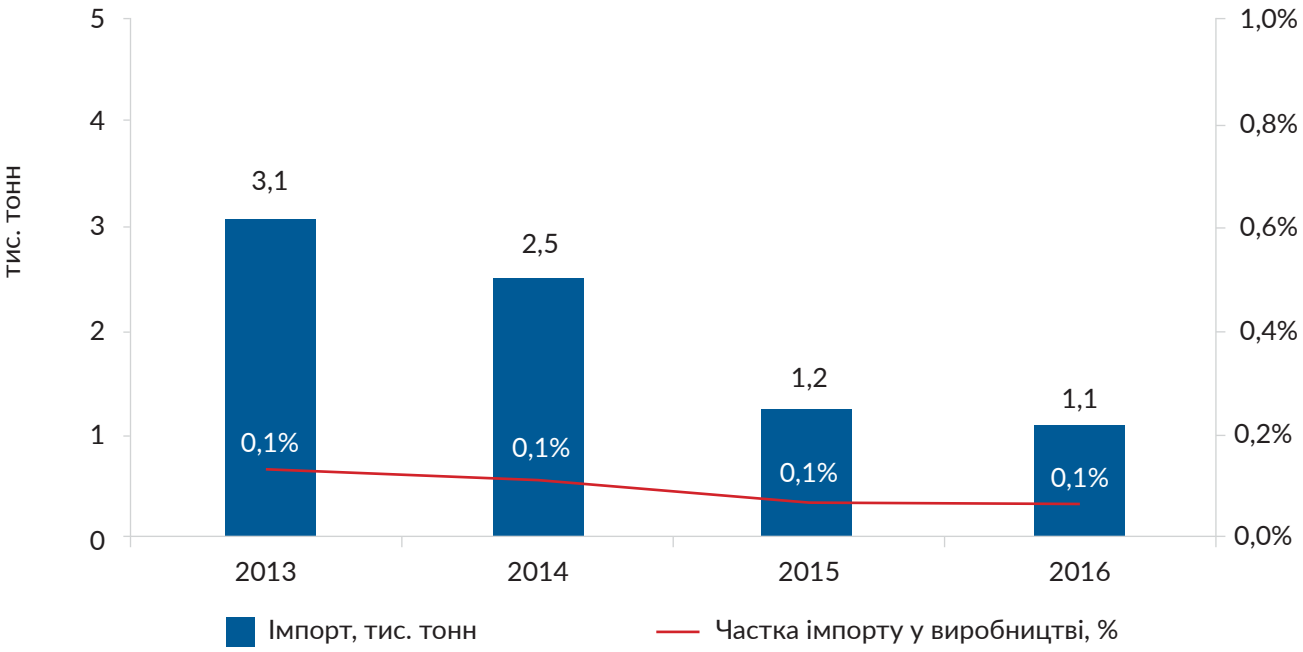
Графік 54.
Регіональна структура виробництва борошна в Україні у 2015 р., тис. тонн, %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Обсяги українського імпорту борошна є несуттєвими (1-3 тис. тонн на рік), а їхня питома вага у споживанні не перевищує 0,1% (див. Графік 55).

Графік 55.
Обсяги імпорту борошна в Україні



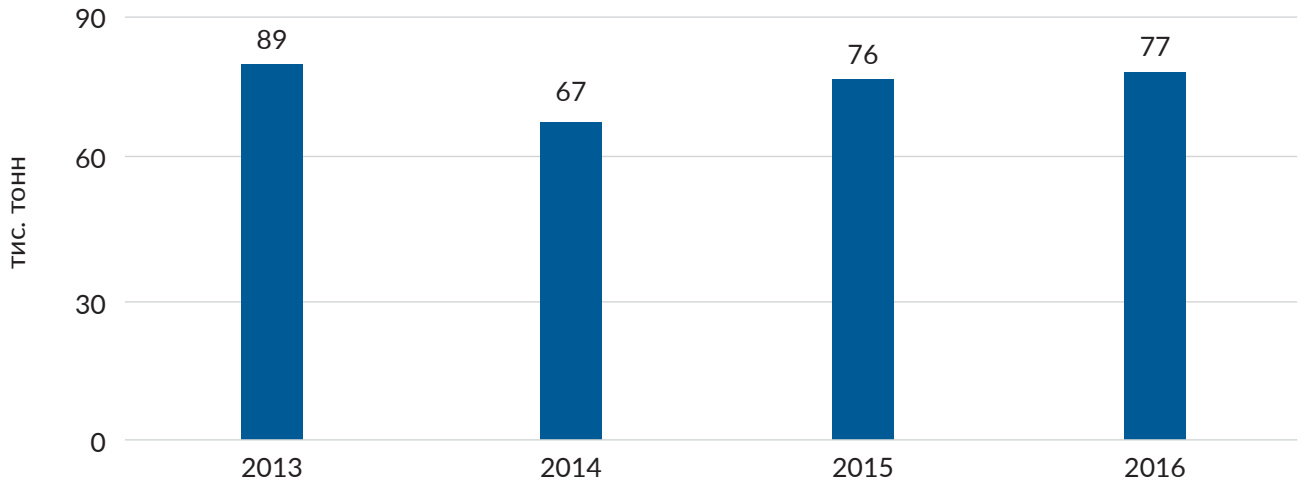
Джерело: Держстат, власні розрахунки

Експорт кондитерських виробів із цукру

Обсяги експорту

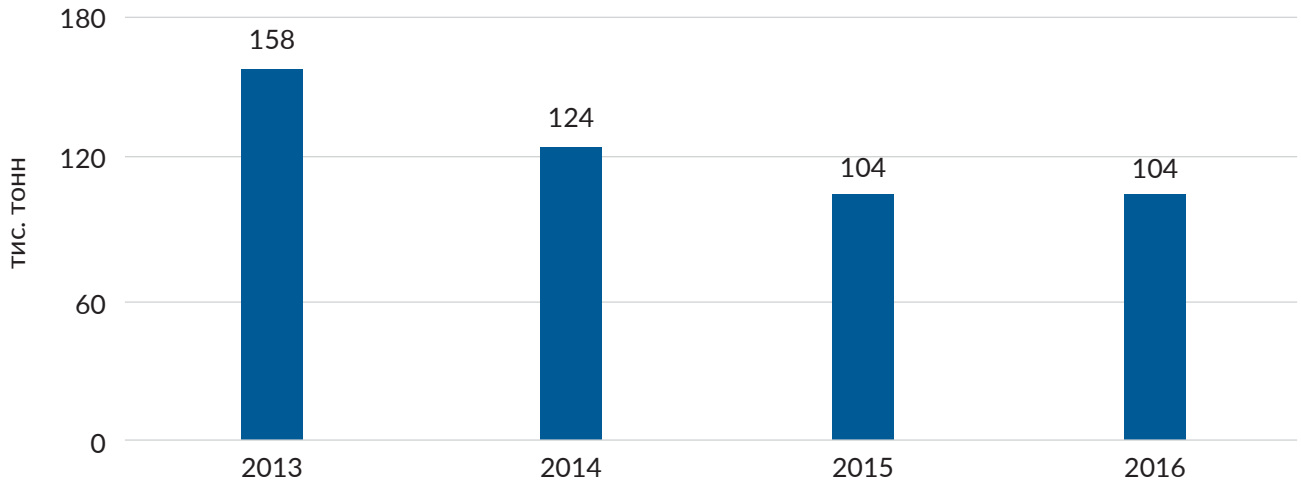
Фізичні обсяги експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао скоротилися з 80 тис. тонн у 2013 р. до 66 тис. тонн у 2014 р. Водночас у 2015-2016 рр. відбулося відновлення фізичних обсягів експорту кондитерських виробів до рівня 78 тис. тонн (див. Графік 56). Вартісні обсяги експорту за період із 2013 по 2016 рр. скоротилися зі 158 млн дол. США до 105 млн дол. (див. Графік 57).

Графік 56.
Фізичні обсяги експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао



Джерело: Держстат

Графік 57.
Вартісні обсяги експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао



Джерело: Держстат

Головним чином з України експортуються кондитерські вироби з цукру без вмісту какао, які підпадають під код УКТ ЗЕД 170490 «-інші». Зазначена продукція в загальному обсязі експорту товарної позиції 1704 «Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао» у 2013-2016 рр. складає майже 100%.

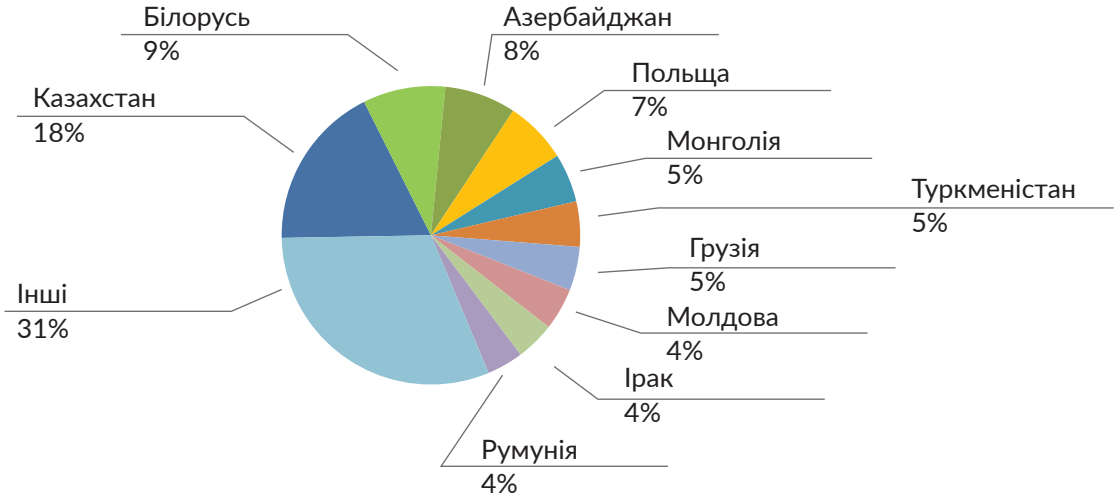
Географічна структура експорту

Росія, що була основним експортним ринком для українських кондитерських виробів у 2013-2014 рр. із часткою у 36%, у подальшому втратила свої позиції через заборону імпорту української кондитерської продукції. У 2016 р. її частка в експорті українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао знизилася практично до 0%.

За підсумками 2016 р. найбільшим імпортером українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао став Казахстан, куди було експортовано 15 тис. тонн кондвиробів на суму 19 млн дол. США, що складає 18% від сукупних обсягів експорту цього виду продукції. Друге місце посіла Білорусь із обсягом споживання українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао у 7 тис. тонн на суму 9 млн дол. США.

Крім Казахстану та Білорусі, до топ-10 основних експортних ринків українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао також належать Азербайджан, Польща, Монголія, Туркменістан, Грузія, Молдова, Ірак та Румунія. На ці країни у 2016 р. припадає 69% загального експорту товару з України.

Графік 58.
Географічна структура експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао у 2016 р., %



Джерело: Держстат,власні розрахунки

Питома вага країн СНД та ЄС в експорті кондитерських виробів із цукру без вмісту какао скоротилася з 89% у 2013 р. до 75% у 2016 р. Головним чином це відбулося за рахунок значного скорочення експорту до країн СНД, насамперед Росії.

Обсяги поставок до інших країн світу (за винятком країн СНД та ЄС) у 2013-2016 рр. зростали. У 2013 р. експорт кондитерських виробів із цукру без вмісту какао до цих країн склав 10 тис. тонн на суму 18 млн дол., а у 2016 р. — вже 18 тис. тонн на 26 млн дол. США.

Таблиця 13.
Географічна структура експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао

Країни	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн
Всього	157 724	79 648	123 761	67 477	104 239	67 477	104 331	77 453
СНД	128 450	63 138	83 918	44 692	62 781	46 979	56 004	44 299
ЄС	11 789	6 916	17 706	10 747	17 673	13 132	22 558	15 429
Інші країни (без СНД та ЄС)	17 486	9 594	22 137	12 038	23 784	15 841	25 769	17 724
По країнах								
Казахстан	14 552	6 896	14 199	7 177	19 514	7 177	18 664	14 603
Білорусь	9 676	3 972	9 720	4 397	7 308	4 397	9 331	6 735
Азербайджан	16 446	8 606	18 657	10 223	12 406	10 223	8 068	6 635
Польща	19	12	364	114	3 665	114	7 074	4 006
Монголія	4 532	2 496	5 586	3 365	5 717	3 365	5 501	4 432
Туркменістан	10 742	6 534	10 474	6 423	7 513	6 423	5 115	4 298
Грузія	6 812	4 391	6 655	4 395	5 895	4 395	4 944	4 328
Молдова	6 086	3 307	5 351	3 197	3 862	3 197	4 753	3 826
Ірак	1 006	420	3 556	1 372	4 561	1 372	4 404	2 361
Румунія	405	287	734	596	2 498	596	4 092	3 044
Киргизстан	7 243	3 864	5 900	3 408	4 313	3 408	3 960	3 274
Литва	2 130	1 266	4 193	2 355	3 401	2 355	3 829	2 603
Вірменія	3 594	2 066	3 778	2 222	3 034	2 222	3 209	2 469
Таджикистан	3 233	1 677	4 057	2 347	4 660	2 347	2 811	2 362
Латвія	7 101	4 057	10 333	6 391	4 967	6 391	2 558	2 096
Іран	26	13	0	0	568	0	2 350	1 271
Німеччина	1 527	953	1 627	1 032	1 304	1 032	2 076	1 632
Китай	1 520	603	1 931	787	2 204	787	1 959	1 368
Болгарія	31	22	44	31	521	31	1 406	1 012
США	1 277	615	1 331	728	916	728	1 026	641
Інші	59 768	27 590	15 269	6 917	5 412	6 917	7 202	4 455

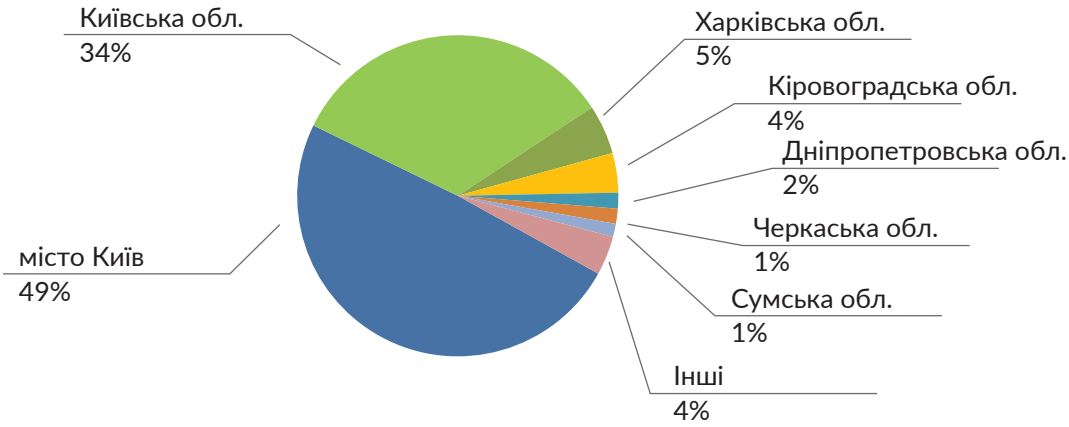
Джерело: Держстат, власні розрахунки

Структура експорту в розрізі регіонів України

Основними експортерами кондитерських виробів із цукру без вмісту какао є підприємства міста Києва та Київської області. Їхня частка в сукупних обсягах експорту цього виду продукції

зросла з 58% у 2013 р. до 83% у 2016 р. Частково це відбулося через втрату виробничих потужностей у Донецькій області. Крім міста Києва та Київської області, до основних регіонів експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао також належать Харківська, Кіровоградська, Дніпропетровська, Черкаська, Сумська, Херсонська, Донецька та Рівненська області.

Графік 59.
Структура експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао в розрізі регіонів України у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Таблиця 14.
Структура експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао в розрізі регіонів України

Області	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн
Всього	157 724	79 648	123 761	67 477	104 239	67 477	104 331	77 453
місто Київ	20 974	10 120	26 865	13 719	31 830	21 492	51 291	36 482
Київська обл.	69 882	34 734	51 305	26 972	47 970	35 701	34 970	27 365
Харківська обл.	8 466	4 150	7 339	3 996	5 416	3 863	5 179	3 629
Кіровоградська обл.	4 050	2 878	5 765	4 249	3 738	3 875	4 164	4 441
Дніпропетровська обл.	1 453	693	1 220	610	938	571	1 661	1 060
Черкаська обл.	2 123	738	1 441	522	832	316	1 584	712
Сумська обл.	2 699	538	1 879	357	1 872	447	1 374	366
Херсонська обл.	1 197	899	1 211	883	892	850	772	836
Донецька обл.	32 846	17 416	17 482	10 850	4 935	4 649	475	445
Рівненська обл.	943	657	675	496	406	356	443	406
Інші	13 091	6 825	8 579	4 824	5 411	3 834	2 416	1 710

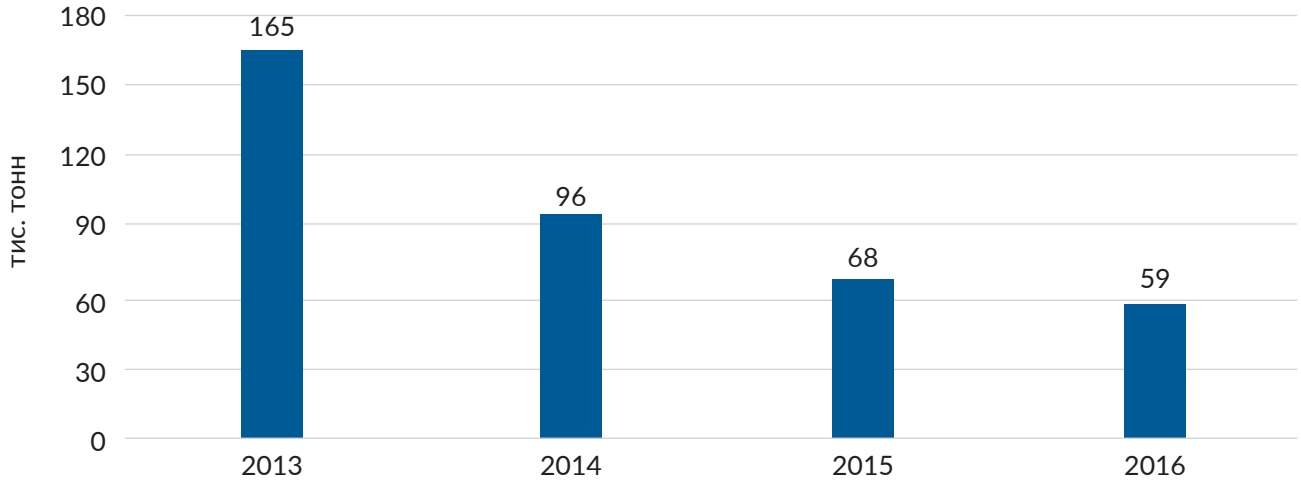
Джерело: Держстат

Експорт шоколаду та харчових продуктів із вмістом какао

Обсяги експорту

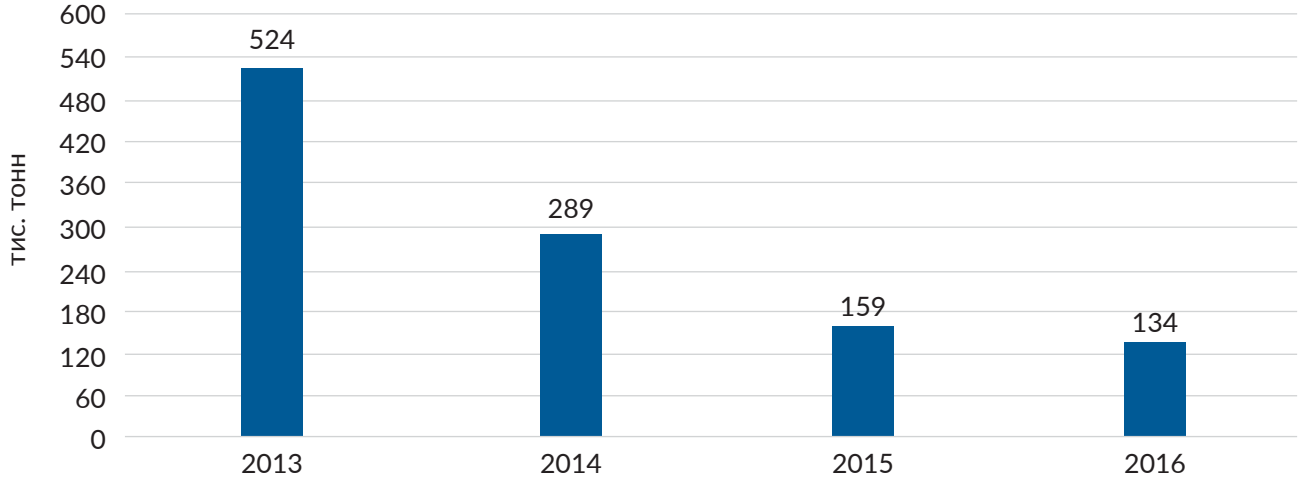
Фізичні обсяги експорту шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао скоротилися зі 165 тис. тонн у 2013 р. до 59 тис. тонн у 2016 р. (див. Графік 60). Вартість експорту в зазначений період також упала: з 524 млн дол. США у 2013 р. до 134 млн дол. у 2016 р. (див. Графік 61).

Графік 60.
Фізичні обсяги експорту шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао



Джерело: Держстат

Графік 61.
Вартісні обсяги експорту шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао



Джерело: Держстат

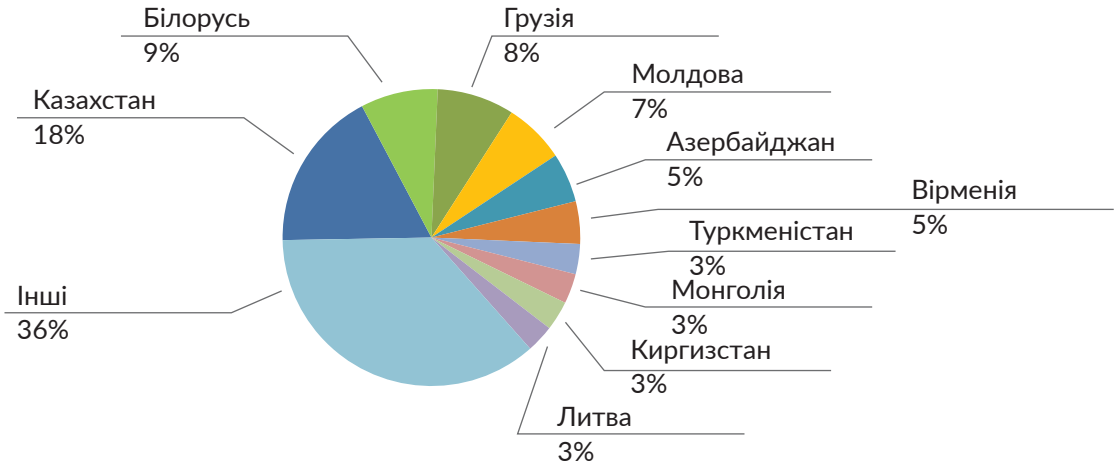
Географічна структура експорту

Росія, що була основним експортним ринком для українського шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао у 2013-2014 рр. з часткою у 59%, у подальшому втратила свої позиції через заборону імпорту української кондитерської продукції. У 2016 р. її частка в експорті українського шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао знизилася практично до 0%.

За підсумками 2016 р. найбільшим імпортером українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао став Казахстан, куди було поставлено 10 тис. тонн цієї продукції на суму 24 млн дол. Друге місце посіла Білорусь із обсягом споживання українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао у 4 тис. тонн на суму 11 млн дол. США.

Окрім Казахстану та Білорусі, до топ-10 основних експортних ринків українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао також належать Грузія, Молдова, Азербайджан, Вірменія, Туркменістан, Монголія, Киргизстан і Литва. На ці країни у 2016 р. припало 64% загального експорту товару з України.

Графік 58.
Географічна структура експорту кондитерських виробів із цукру без вмісту какао у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Питома вага країн СНД та ЄС в експорті шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао скоротилася з 92% у 2013 р. до 71% у 2016 р. Здебільшого це відбулося за рахунок суттєвого скорочення поставок до країн СНД, у першу чергу до Росії. Обсяги поставок до інших країн світу (за винятком країн СНД та ЄС) у 2013-2016 рр. переважно складали близько 14 тис. тонн на рік і лише у 2015 р. зросли до понад 15 тис. тонн.

Таблиця 15.
Географічна структура експорту шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао

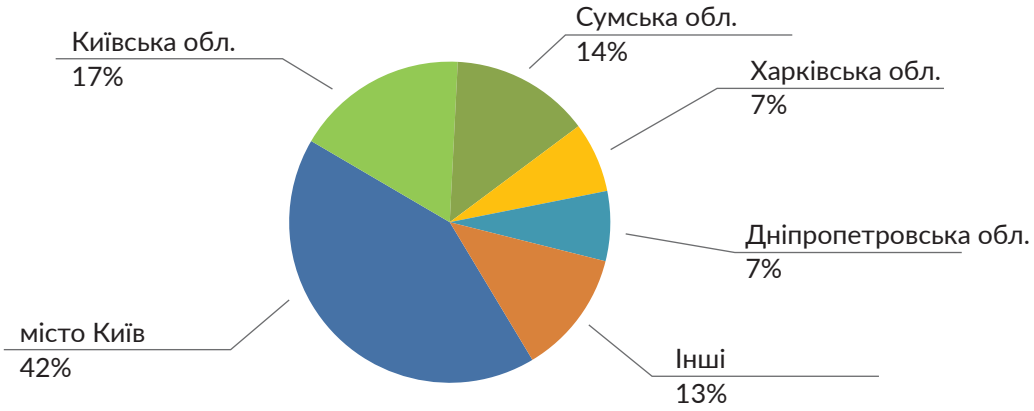
Країни	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн
Всього	524 295	164 604	288 653	96 016	158 757	67 730	134 270	58 522
СНД	460 146	144 421	220 444	73 888	93 194	42 733	70 923	33 637
ЄС	19 423	6 485	25 544	8 861	21 141	9 686	24 246	10 906
Інші країни (без СНД та ЄС)	44 725	13 697	42 665	13 267	44 423	15 311	39 101	13 979
По країнах								
Казахстан	12 706	3 194	18 652	5 531	29 124	11 609	23 575	9 863
Білорусь	40 026	11 200	28 568	7 874	13 380	4 781	11 273	4 391
Грузія	19 671	7 538	17 292	6 620	13 510	6 201	11 260	5 426
Молдова	18 647	6 299	14 634	5 107	8 388	4 268	8 900	4 578
Азербайджан	24 349	8 025	20 694	7 134	12 202	5 595	7 214	4 038
Вірменія	10 214	3 256	8 089	2 654	6 656	2 843	6 221	2 750
Туркменістан	15 761	6 327	14 502	5 631	7 261	3 735	4 410	2 352
Монголія	11 416	3 514	10 115	3 207	6 865	2 664	4 373	2 096
Киргизстан	16 199	5 750	13 391	5 322	7 795	4 273	4 312	2 301
Литва	4 472	1 739	6 636	2 548	5 164	2 440	4 036	1 803
Румунія	541	356	1 328	923	2 945	2 098	3 991	2 678
Польща	43	10	1 779	526	2 158	960	3 952	1 579
Таджикистан	10 604	5 614	9 694	5 024	6 500	4 338	3 930	2 700
Латвія	10 377	3 392	11 729	3 731	5 395	2 247	3 799	1 762
Алжир	0	0	258	80	4 073	865	3 728	984
Ірак	1 088	331	1 844	626	4 213	1 576	3 066	1 269
Болгарія	37	10	52	20	1 108	530	2 911	1 276
Ізраїль	3 073	818	3 079	797	2 322	650	2 485	694
США	3 024	667	2 562	586	2 538	648	2 202	550
Інші	322 045	96 565	103 754	32 075	17 161	5 408	18 633	5 432

Джерело: Держстат, власні розрахунки

Структура експорту в розрізі регіонів України

Основними експортерами шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао є підприємства міста Києва, Київської та Сумської областей. Їхня частка в сукупних обсягах експорту зросла з 35% у 2013 р. до 73% у 2016 р. Також до основних регіонів експорту шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао належать Харківська, Дніпропетровська, Полтавська, Херсонська, Кіровоградська, Львівська, Запорізька та Чернігівська області.

Графік 63.
Структура експорту шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао в розрізі регіонів України у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Таблиця 16.
Структура експорту шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао в розрізі регіонів України

Області	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн
сього	524 295	164 604	288 653	96 016	158 757	67 730	134 270	58 522
місто Київ	48 553	12 036	41 685	11 209	52 671	21 525	56 459	24 056
Київська обл.	107 860	29 090	40 927	11 410	40 618	15 079	23 307	8 941
Сумська обл.	26 073	6 030	24 443	5 860	19 882	4 651	18 802	5 108
Харківська обл.	16 686	6 919	12 373	5 798	9 245	5 340	9 493	5 816
Дніпропетровська обл.	18 568	5 530	11 875	3 685	5 838	2 468	9 457	3 832
Полтавська обл.	9 928	4 068	6 563	2 854	4 565	2 552	4 504	2 406
Херсонська обл.	4 411	3 022	3 227	2 248	2 884	2 578	2 224	2 183
Кіровоградська обл.	834	517	1 295	862	1 321	1 203	1 624	1 486
Львівська обл.	3 826	827	4 684	988	1 673	467	1 392	367
Запорізька обл.	2 031	1 467	1 884	1 345	989	861	1 370	1 285
Чернігівська обл.	2 182	1 386	2 245	1 431	1 377	1 188	1 199	1 091
Рівненська обл.	1 404	909	1 624	1 135	946	731	980	605
Закарпатська обл.	120	44	36	14	576	34	766	89
Донецька обл.	247 965	78 983	114 381	37 502	3 112	1 452	702	155
Вінницька обл.	1 484	636	1 109	545	599	342	550	309
Одеська обл.	2 679	770	2 064	686	930	343	426	138
Житомирська обл.	21 545	9 238	14 340	6 766	10 339	6 071	394	221
Інші	8 148	3 133	3 899	1 679	1 191	845	620	435

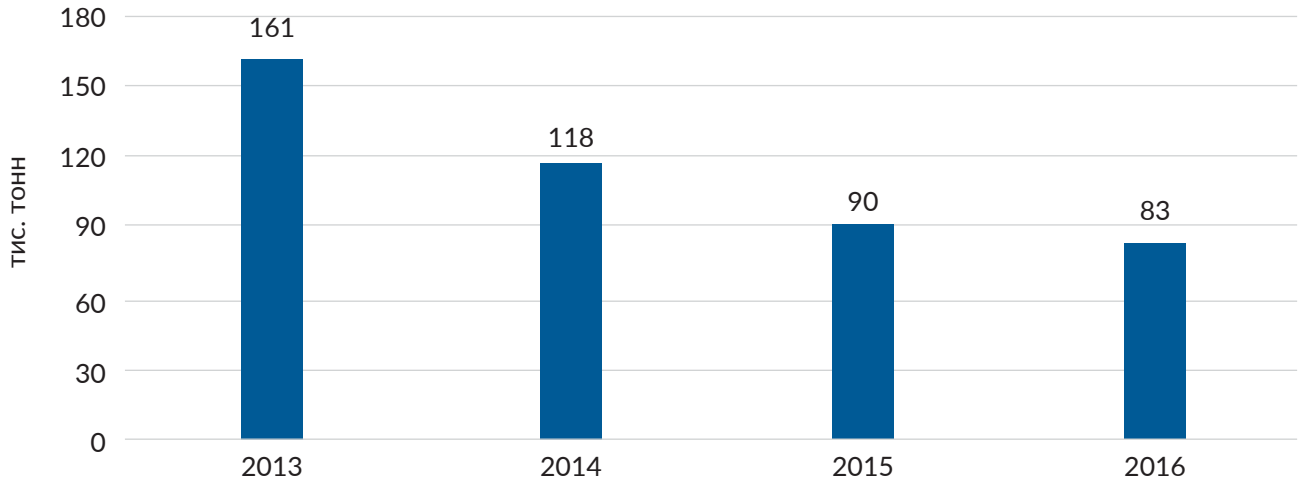
Джерело: Держстат

Експорт борошняних кондитерських виробів

Обсяги експорту

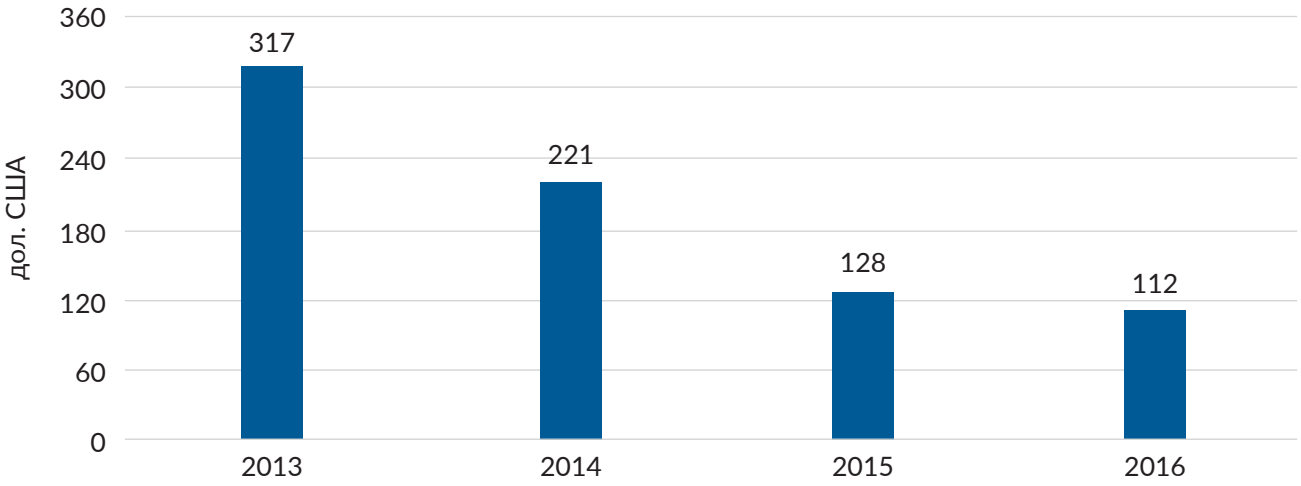
Експорт хлібобулочних, борошняних кондитерських виробів, із вмістом або без вмісту какао (код УКТ ЗЕД 1905), у період 2013-2016 рр. мав тенденцію до щорічного скорочення. У зазначений період фізичні обсяги експорту скоротилися зі 161 тис. тонн до 84 тис. тонн (див. Графік 64). Вартісні обсяги експорту також скоротилися: з 317 млн дол. у 2013 р. до 112 млн дол. США у 2016 р. (див. Графік 65).

Графік 64.
Фізичні обсяги експорту борошняних кондитерських виробів



Джерело: Держстат

Графік 65.
Вартісні обсяги експорту борошняних кондитерських виробів



Джерело: Держстат

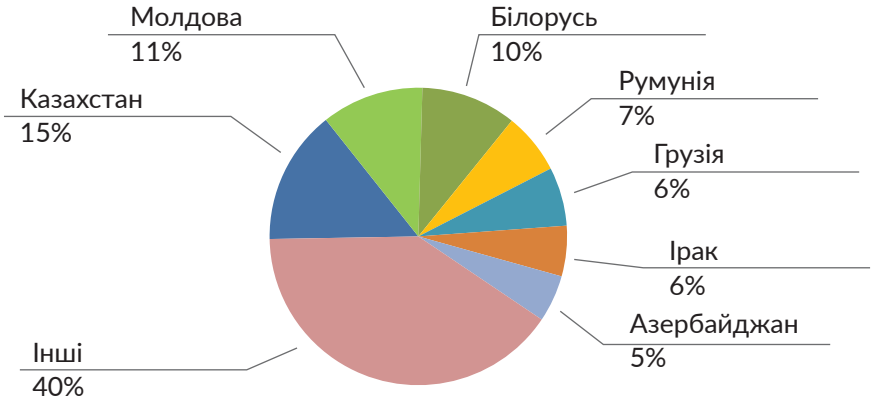
Географічна структура експорту

Росія, що була основним експортним ринком для українських борошняних кондитерських виробів у 2013-2014 рр. з часткою у 37%, у подальшому втратила свої позиції через заборону імпорту української кондитерської продукції. У 2016 р. її частка в експорті українських борошняних кондитерських виробів знизилася до менш ніж 2%.

За підсумками 2016 р. найбільшим імпортером українських борошняних кондитерських виробів став Казахстан, куди їх було експортовано 13 тис. тонн на 16 млн дол., що складає 17,5% від сукупних обсягів експорту цього виду продукції. Друге місце посіла Молдова, з обсягом споживання українських борошняних кондитерських виробів 9 тис. тонн на суму 12 млн дол. США.

Окрім Казахстану та Молдови, до топ-10 основних експортних ринків українських борошняних кондитерських виробів також належать Білорусь, Румунія, Грузія, Ірак, Азербайджан, Латвія, Туреччина та Німеччина. На них у 2016 р. припало 70% загального експорту цього товару з України.

Графік 66.
Географічна структура експорту борошняних кондитерських виробів у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Питома вага країн СНД та ЄС в експорті борошняних кондитерських виробів у 2013-2016 рр. мала тенденцію до щорічного зниження. Загалом вона скоротилася з 90% у 2013 р. до 70% у 2016 р. Головним чином це відбулося за рахунок суттєвого зменшення експорту до країн СНД, передовсім Росії.

Обсяги поставок до інших країн світу (за винятком країн СНД та ЄС) у 2013-2016 рр. характеризувалися різноспрямованими тенденціями. Вони скоротилися з 16 тис. тонн у 2013 р. до 15 тис. тонн у 2014 р., однак надалі зросли — до 23 тис. тонн у 2016 р.

Таблиця 17.
Географічна структура експорту борошняних кондитерських виробів

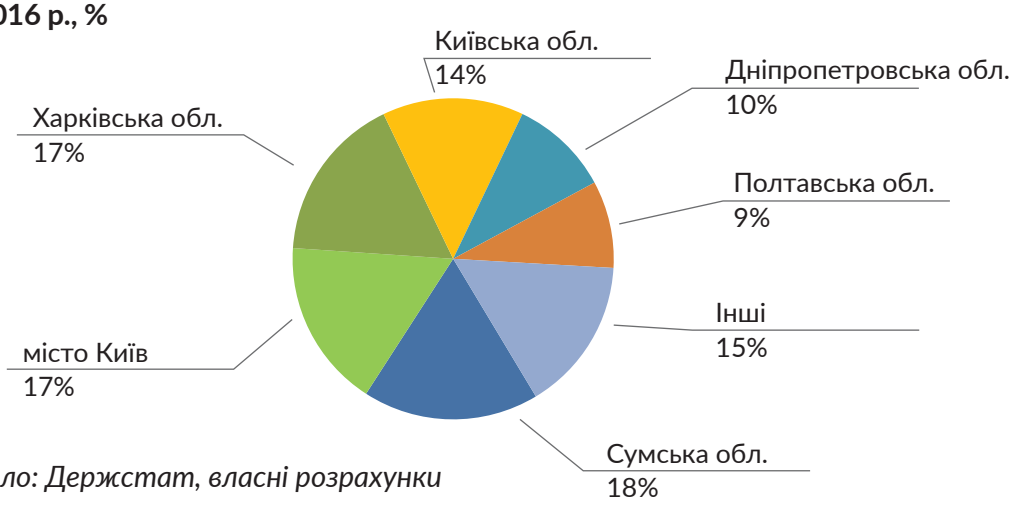
Країни	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис дол. США	тонн	тис дол. США	тонн	тис дол. США	тонн	тис дол. США	тонн
Всього	317 213	160 650	220 536	117 782	127 953	89 976	111 505	83 472
СНД	273 807	138 284	178 205	94 610	81 497	56 533	55 174	42 351
ЄС	11 065	6 113	13 014	7 842	19 046	15 099	22 950	18 109
Інші країни (без СНД та ЄС)	32 340	16 253	29 318	15 329	27 410	18 345	33 381	23 012
По країнах								
Казахстан	56 519	29 431	47 758	25 212	31 541	20 884	16 286	13 040
Молдова	22 655	12 218	20 131	11 319	12 354	9 041	12 389	9 399
Білорусь	20 393	9 224	17 421	8 332	11 935	7 353	11 570	8 031
Румунія	577	421	1 390	934	5 747	4 591	7 410	5 833
Грузія	12 297	7 250	10 808	6 705	7 666	6 008	7 119	5 910
Ірак	674	319	612	273	2 188	1 430	6 117	4 481
Азербайджан	23 686	10 554	19 541	9 021	10 025	6 842	5 695	4 298
Латвія	4 067	1 848	5 209	2 702	3 681	2 928	3 747	3 211
Туреччина	49	16	407	213	3 217	1 971	3 743	2 260
Німеччина	3 591	2 307	3 401	2 305	3 326	2 830	3 705	3 029
Монголія	8 634	4 646	7 436	4 137	3 494	2 992	3 076	2 841
Туркменістан	11 453	6 255	10 015	5 670	5 564	4 170	3 009	2 659
Киргизстан	13 895	8 020	11 156	6 574	5 720	3 990	2 990	2 205
Польща	290	128	406	283	2 112	1 708	2 732	2 475
Вірменія	3 898	1 435	3 732	1 335	2 825	1 473	2 553	1 480
США	2 651	825	2 412	936	2 487	1 122	2 473	1 176
Литва	1 493	952	1 752	1 139	2 110	1 595	2 000	1 605
Росія	118 668	57 631	46 732	24 055	1 516	1 528	1 738	1 264
Інші	305 489	153 480	210 319	111 142	117 508	82 455	98 350	75 198

Джерело: Держстат, власні розрахунки

Структура експорту в розрізі регіонів України

Основним експортерами борошняних кондитерських виробів є підприємства міста Києва, Сумської, Харківської, Київської, Дніпропетровської та Полтавської областей. Їхня частка в сукупних обсягах експорту цього виду продукції зросла з 52% у 2013 р. до 85% у 2016 р. Частково це відбулось через втрату виробничих потужностей у Донецькій області. Крім зазначених регіонів, до експортерів борошняних кондитерських виробів також належать Львівська, Чернігівська, Черкаська та Одеська області.

Графік 67.
Структура експорту борошняних кондитерських виробів у розрізі регіонів України у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Таблиця 18.
Структура експорту борошняних кондитерських виробів в розрізі регіонів України

Області	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис дол. США	тонн	тис дол. США	тонн	тис дол. США	тонн	тис дол. США	тонн
Всього	317 213	160 650	220 536	117 782	127 953	89 976	111 505	83 472
Сумська обл.	43 119	13 697	22 878	7 171	19 685	9 548	19 772	10 155
місто Київ	16 652	7 543	14 274	7 168	14 996	9 548	18 896	13 207
Харківська обл.	28 744	17 206	23 840	15 951	16 785	15 309	18 733	16 681
Київська обл.	49 429	26 050	31 335	16 456	24 691	17 637	15 868	13 670
Дніпропетровська обл.	14 905	6 415	17 577	8 558	16 729	9 244	11 177	7 561
Полтавська обл.	11 455	7 732	9 729	7 014	9 045	8 207	9 794	9 038
Львівська обл.	1 325	691	1 305	786	2 325	1 748	4 946	3 745
Чернігівська обл.	5 501	2 662	6 498	3 158	2 457	2 118	2 665	2 329
Черкаська обл.	4 256	2 915	3 743	2 774	2 877	2 385	2 615	2 290
Одеська обл.	616	390	1 521	953	2 693	1 483	2 470	1 415
Тернопільська обл.	356	157	746	342	485	278	610	354
Кіровоградська обл.	454	496	664	704	646	684	542	617
Херсонська обл.	760	530	593	426	439	383	433	399
Запорізька обл.	137	120	147	146	310	362	330	331
Донецька обл.	124 028	65 083	76 038	40 441	5 838	5 002	320	212
Миколаївська обл.	27	9	198	58	169	115	277	144
Житомирська обл.	5 289	3 445	4 488	3 043	4 691	4 038	267	213
Інші	10 159	5 507	4 962	2 633	3 091	1 887	1 789	1 111

Джерело: Держстат

Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність на ринку США

Логістичні витрати

Оптимальним засобом транспортування кондитерських виробів з України до США є морські контейнерні перевезення.

У Таблиці 19 наведено результати розрахунку середньої вартості доставки, страхування і фрахту (CIF) 1 кг кондитерських виробів із цукру до США з України у порівнянні з основними країнами-експортерами цієї продукції на ринок США.

Таблиця 19.
Середня вартість доставки, страхування і фрахту (CIF) кондитерських виробів до США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна	2013	2014	2015	2016
1	Мексика	0,03	0,03	0,02	0,02
2	Канада	0,04	0,03	0,03	0,03
3	Китай	0,36	0,37	0,36	0,32
4	Німеччина	0,18	0,18	0,20	0,18
5	Туреччина	0,20	0,21	0,18	0,19
36	Україна	0,22	0,19	0,18	0,22

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

У Таблиці 20 наведено результати розрахунку середньої вартості доставки, страхування і фрахту (CIF) 1 кг шоколаду та інших харчових продуктів із вмістом какао до США з України у порівнянні з основними країнами-експортерами цієї продукції на ринок США.

Таблиця 20.
Середня вартість доставки, страхування і фрахту (CIF) шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао до США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна	2013	2014	2015	2016
1	Канада	0,02	0,02	0,03	0,03
2	Мексика	0,02	0,02	0,02	0,03
3	Німеччина	0,42	0,39	0,33	0,32
4	Бельгія	0,29	0,32	0,33	0,34
5	Швейцарія	0,22	0,22	0,28	0,22
27	Україна	0,40	0,42	0,36	0,29

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

У Таблиці 21 наведено результати розрахунку середньої вартості доставки, страхування і фрахту (CIF) 1 кг борошняних кондитерських виробів з України у порівнянні з основними країнами-експортерами цієї продукції на ринок США.

Таблиця 21.
Середня вартість доставки, страхування і фрахту (CIF) хлібобулочних, борошняних кондитерських виробів до США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна	2013	2014	2015	2016
1	Канада	0,05	0,05	0,05	0,05
2	Мексика	0,04	0,04	0,03	0,02
3	Італія	0,41	0,39	0,38	0,38
4	Німеччина	0,37	0,36	0,39	0,33
5	Франція	0,37	0,34	0,35	0,38
47	Україна	0,31	0,27	0,28	0,24

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Ціна на ринку США

Є два способи визначити ціну українських кондитерських виробів на ринку США (Таблиця 22):

1. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів експорту з України до США з урахуванням логістичних витрат.
2. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів імпорту до США з України.

У Таблиці 22 наведено результати розрахунку середньої ціни 1 кг українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао на ринку США.

Таблиця 22.
Середня ціна українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао на ринку США, дол. США за 1 кг

Рік	Середня ціна за даними щодо обсягів експорту (з урахуванням логістичних витрат)	Середня ціна за даними щодо обсягів імпорту
2013	2,30	2,23
2014	2,02	1,93
2015	1,71	1,80
2016	1,82	2,12

Джерело: Держстат, Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

У Таблиці 23 наведено результати розрахунку середньої ціни 1 кг українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао на ринку США.

Таблиця 23.
Середня ціна українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао на ринку США, дол. США за 1 кг

Рік	Середня ціна за даними щодо обсягів експорту (з урахуванням логістичних витрат)	Середня ціна за даними щодо обсягів імпорту
2013	4,93	4,47
2014	4,79	4,56
2015	4,28	3,91
2016	4,29	3,08

Джерело: Держстат, Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

У Таблиці 24 наведено результати розрахунку середньої ціни 1 кг українських борошняних кондитерських виробів на ринку США.

Таблиця 24.
Середня ціна українських борошняних кондитерських виробів на ринку США, дол. США за 1 кг

Рік	Середня ціна за даними щодо обсягів експорту (з урахуванням логістичних витрат)	Середня ціна за даними щодо обсягів імпорту
2013	3,52	3,28
2014	2,85	2,76
2015	2,50	2,55
2016	2,34	2,37

Джерело: Держстат, Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Незначна різниця середньої ціни 1 кг українських кондитерських виробів на ринку США за даними щодо обсягів імпорту порівняно з даними щодо обсягів експорту із врахуванням логістичних витрат, ймовірно, пов'язана з експортом української продукції до третіх країн, а вже звідти — на ринок США.

Конкурентоздатність на ринку США

З огляду на відмінності у результатах розрахунків вартості українських кондитерських виробів на ринку США, для оцінки їхньої цінової конкурентоспроможності доцільним видається використання ціни, розрахованої на основі даних щодо обсягів імпорту як такої, що максимально повно відображає середню ціну українських кондитерських виробів на ринку США.

Результати порівняння середньої ціни українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао з середніми цінами основних країн-експортерів цієї продукції на ринок США наведені у Таблиці 25.

Таблиця 25.
Середня ціна українських кондитерських виробів із цукру без вмісту какао на ринку США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна-виробник	2013	2014	2015	2016
1.	Мексика	2,17	2,15	2,12	2,19
2.	Канада	3,14	3,03	3,42	3,58
3.	Китай	4,18	4,23	4,23	4,05
4.	Німеччина	4,17	3,71	3,90	3,40
5.	Туреччина	2,65	2,61	2,51	2,38
36.	Україна	2,23	1,93	1,80	2,12

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США

Результати порівняння середньої ціни українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао з середніми цінами основних країн-експортерів цієї продукції на ринок США наведені у Таблиці 26.

Таблиця 26.
Середня ціна українського шоколаду та інших готових харчових продуктів із вмістом какао на ринку США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна-виробник	2013	2014	2015	2016
1	Канада	3,49	3,80	4,01	4,10
2	Мексика	2,33	2,59	2,69	2,67
3	Німеччина	7,25	7,61	6,95	6,81
4	Бельгія	6,26	7,29	7,11	7,31
5	Швейцарія	8,37	8,66	8,75	7,89
27	Україна	4,47	4,56	3,91	3,08

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США

Результати порівняння середньої ціни українських борошняних кондитерських виробів з середніми цінами основних країн-експортерів цієї продукції на ринок США наведені у Таблиці 27.

Таблиця 27.
Середня ціна українських хлібобулочних, борошняних кондитерських виробів на ринку США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна-виробник	2013	2014	2015	2016
1.	Канада	3,60	3,66	3,73	3,74
2.	Мексика	2,45	2,36	2,24	2,11
3.	Італія	5,49	5,35	4,99	4,84
4.	Німеччина	4,72	4,81	4,43	4,09
5.	Франція	6,06	5,86	5,32	5,85
47.	Україна	3,28	2,76	2,55	2,37

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США

Як видно з таблиць вище, середня ціна українських кондитерських виробів на ринку США у 2013-2016 рр. була більш схильною до коливань, аніж ціни основних експортерів. Це може бути пов'язане зі стрімкою девальвацією гривні у 2014 р. та її подальшими курсовими коливаннями, а також з відносно незначними обсягами поставок українських кондитерських виробів із цукру на ринок США.

До нецінових конкурентних переваг українських кондитерських виробів на зовнішніх ринках, за свідченнями їхніх виробників, можна віднести:

- якість продукції та інгредієнтів;
- вигідне співвідношення ціна—якість;
- натуральність багатьох видів продукції;
- рецепти, добре відомі з часів СРСР.

Гендерний аналіз виробництва кондитерських виробів із цукру, шоколаду, какао та борошна

Гендерний розподіл у ланцюгах вартості. Жінки представлені як на вищому, так і на нижчому рівнях ланцюга вартості (в тому числі у якості генеральних директорів та вищих керівників). Жінки досягли рівнів власності та управління в більше ніж 31% компаній галузі. Хоча гендерний баланс у структурі робочої сили (45% жінок, 55% чоловіків) віртуально досягнутий, технічно все ще має місце домінування чоловіків. Спостерігається зменшення кількості жінок серед власників та вищих керівників.

Трудові питання. У галузі зафіксовано невідповідність між зарплатнею чоловіків і жінок (у чоловіків вона в середньому на 24% вища, ніж у жінок) на рівні, дещо нижчому за середній по країні,

а також підвищення рівня оплати праці жінок в абсолютному виразі (з 1 446 грн до 4 516 грн в 2008 та 2016 рр. відповідно). Близько 70% працівників (чоловіків і жінок) працюють на підставі трудового договору.

Таблиця 28.
Гендерний аналіз сектору кондитерських виробів із цукру, шоколаду, какао та борошна

Показники	Результати
Аналіз ланцюга вартості	
Збільшення частки жінок серед власників (одноосібних або співвласників)	Ні: 38% в 2008 р.; 31% у 2013 р. = **0 балів**
Збільшення частки жінок серед генеральних директорів / вищого керівництва	Ні: 20% в 2008 р.; 17% у 2013 р. = **0 балів**
Частка жінок-працівників у галузі	45% у 2015 р. = **0 балів**
Домінування жінок у структурі робочої сили загалом	Ні: 45%<50% = **0 балів**
Разом	0 з 4
Праця та винагорода	
Невідповідність в оплаті праці (%)	24% у 2015 р. = **1 бал**
Підвищення зарплатні жінок у галузі	Так: 1 446 грн в 2008 р.; 4 516 грн у 2016 р. = **1 бал**
Умови праці	70% у 2015 р. = 0 балів
Разом	***2 з 3***
ВСЬОГО	***2 з 7***

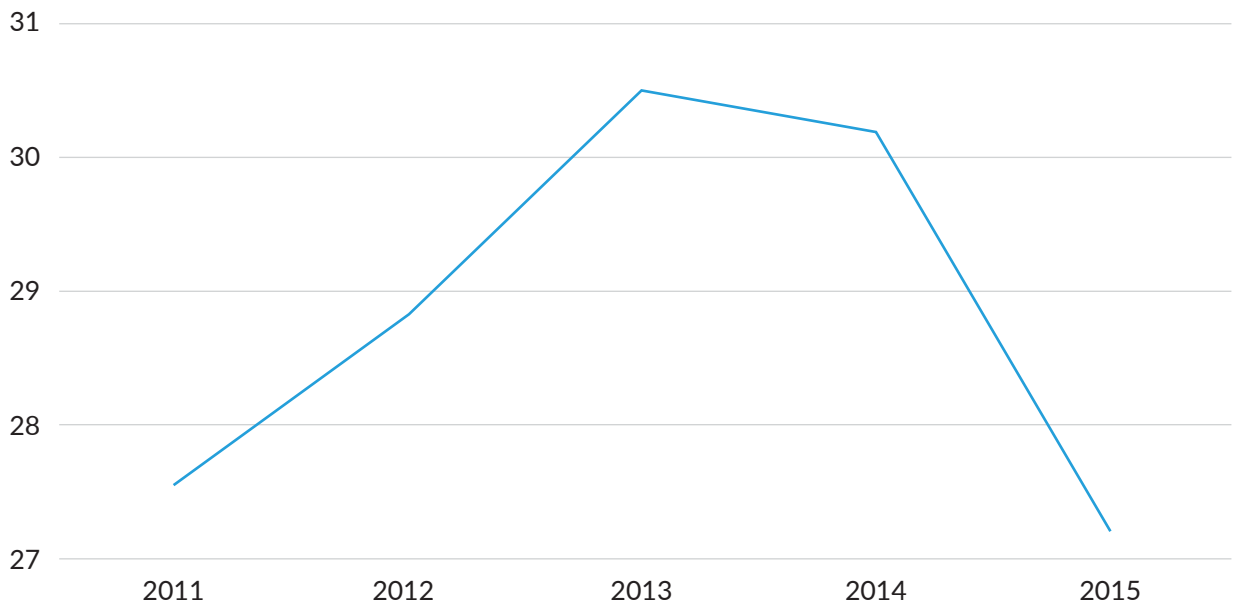
Міцні алкогольні напої

Потенціал зростання світового ринку міцних алкогольних напоїв

Сукупний світовий імпорт

Сукупний світовий імпорт спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2013 рр., а потім, у 2014-2015 рр., відбувся її різкий спад до рівня 2011 р. Він підвищився з 27 617 млн дол. у 2011 р. до 30 507 млн дол. США у 2013 р. і зменшився до 27 220 млн дол. у 2015 р. (див. Графік 68).

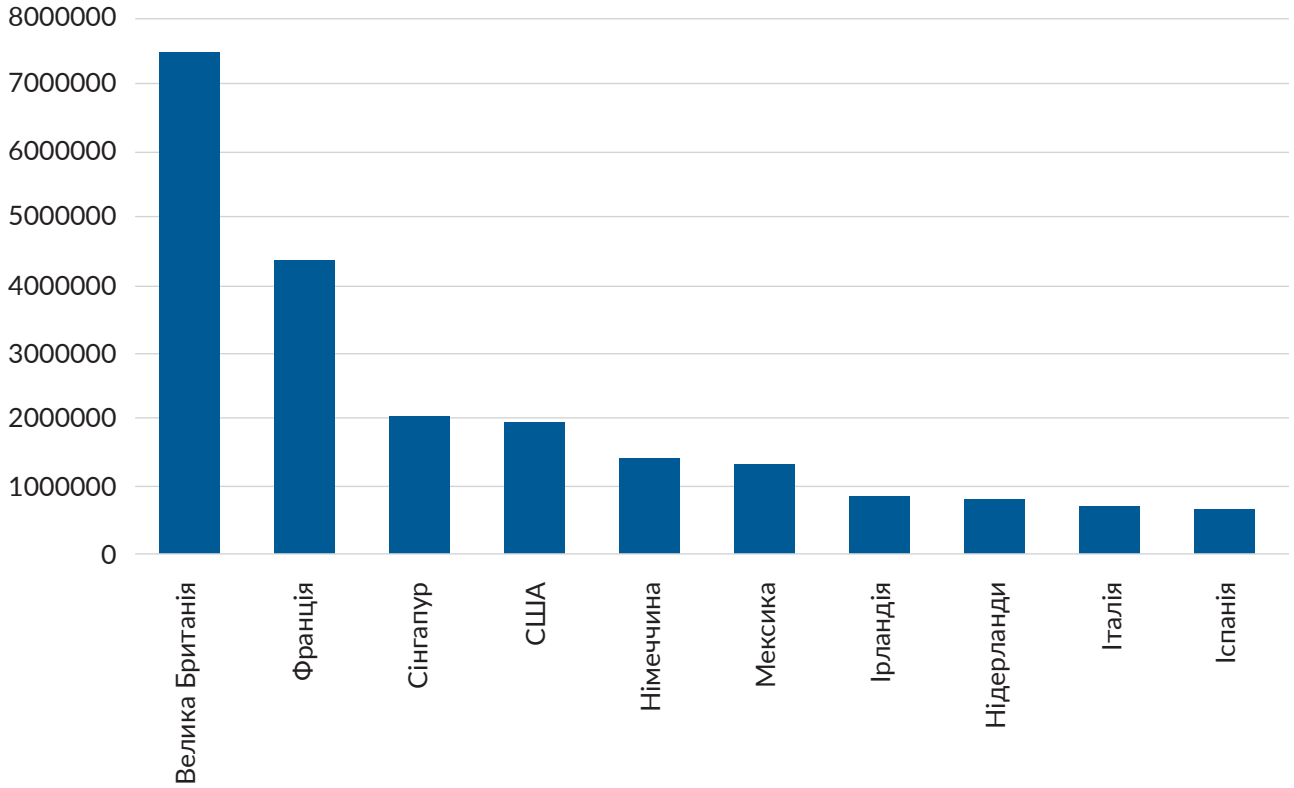
Графік 68.
Сукупний світовий імпорт спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв, млрд дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) усього світового імпорту спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв за період 2011-2015 рр. склав -0.36%. Середньорічна зміна світового імпорту за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту, дорівнює -104 млн дол. США. Найбільшими світовими експортерами спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв у 2015 р. стали Велика Британія, Франція та Сінгапур (див. Графік 69).

Графік 69.
10 найбільших світових експортерів спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв у 2015 р., тис. дол. США

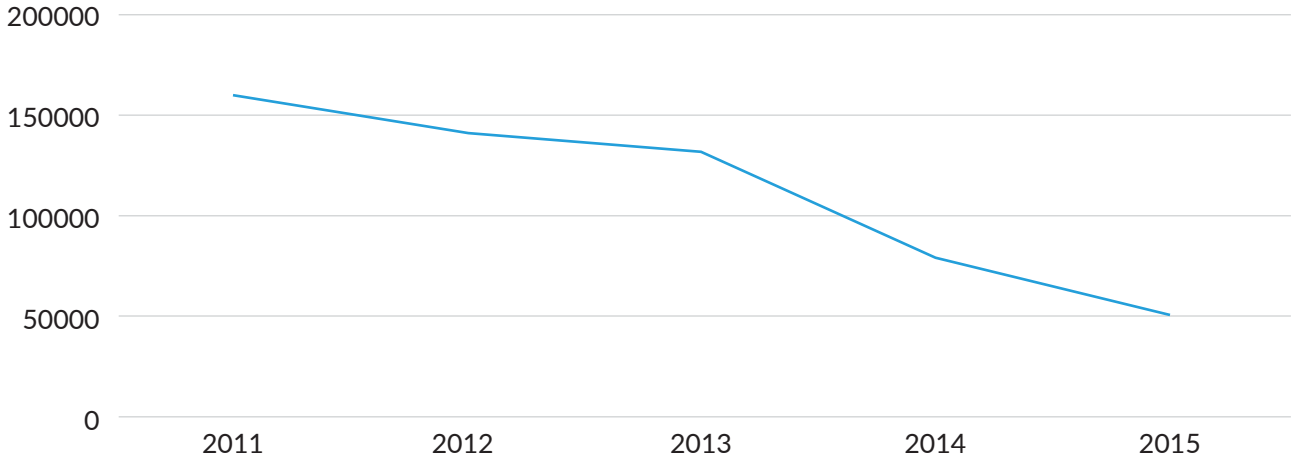


Джерело: ITC

Світовий імпорт із України

Світовий імпорт спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв із України демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр., поступово зменшуючись до 52 млн дол. США (див. Графік 70). Україна перебуває на 37-й позиції в списку експортерів спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до країн світу у 2015 р.

Графік 70.
Світовий імпорт спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв з України, тис. дол. США

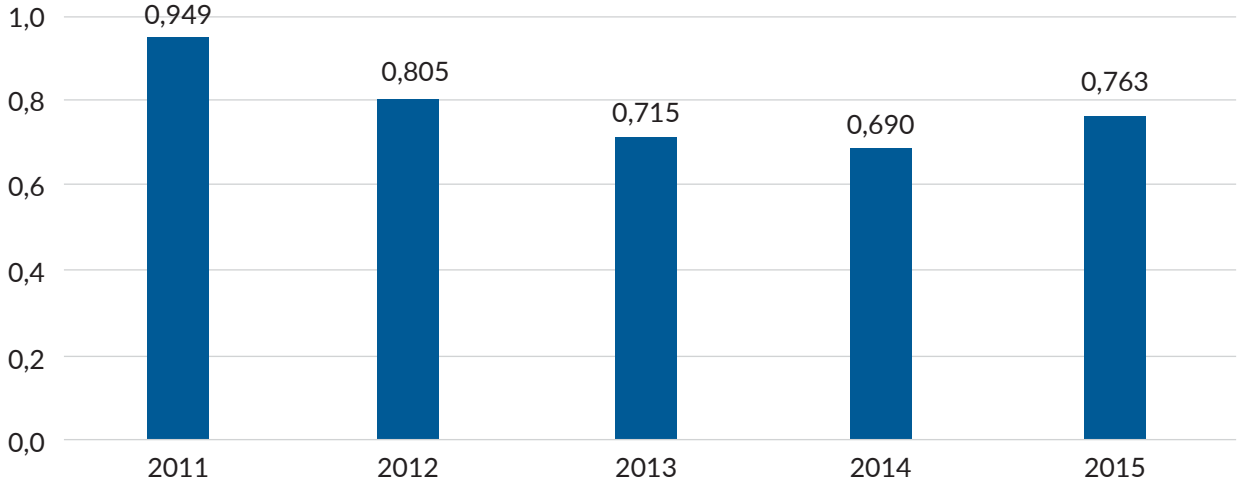


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) світового імпорту спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв із України за період 2011-2015 рр. склав -24.4%. Середньорічна зміна світового імпорту з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України, дорівнює -28 млн дол. США. Частка України в сукупному світовому імпорті спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв зменшилася з 0,6% у 2011 р. до 0,2% у 2015 р.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та світом для спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв демонстрував негативну тенденцію у 2011-2014 рр., скоротившись до 0,690 у 2014 р., а потім дещо підвищився — до 0,763 у 2015 р. Середньорічна зміна показника ІІТ дорівнює -0.018. Таке зменшення показника свідчить про зниження рівня інтеграції України у світових ланцюгах доданої вартості в секторі, що аналізується.

Графік 71.
ІІТ між Україною та світом для спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв



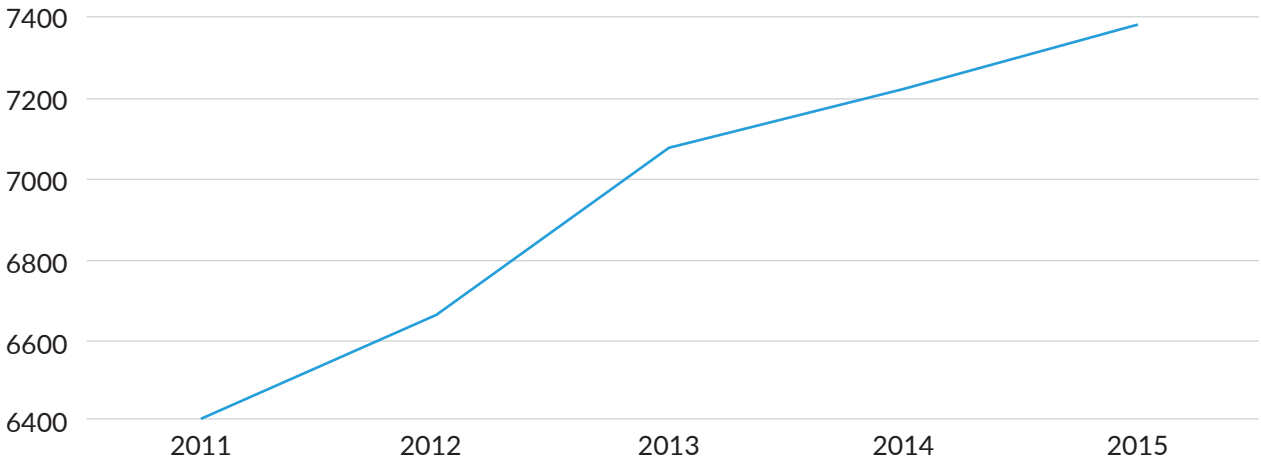
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Потенціал зростання ринку міцних алкогольних напоїв у США

Сукупний імпорт США

Сукупний імпорт США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2015 рр. Він збільшився з 6 408 млн дол. США у 2011 р. до 7 383 млн дол. у 2015 р. (див. Графік 72).

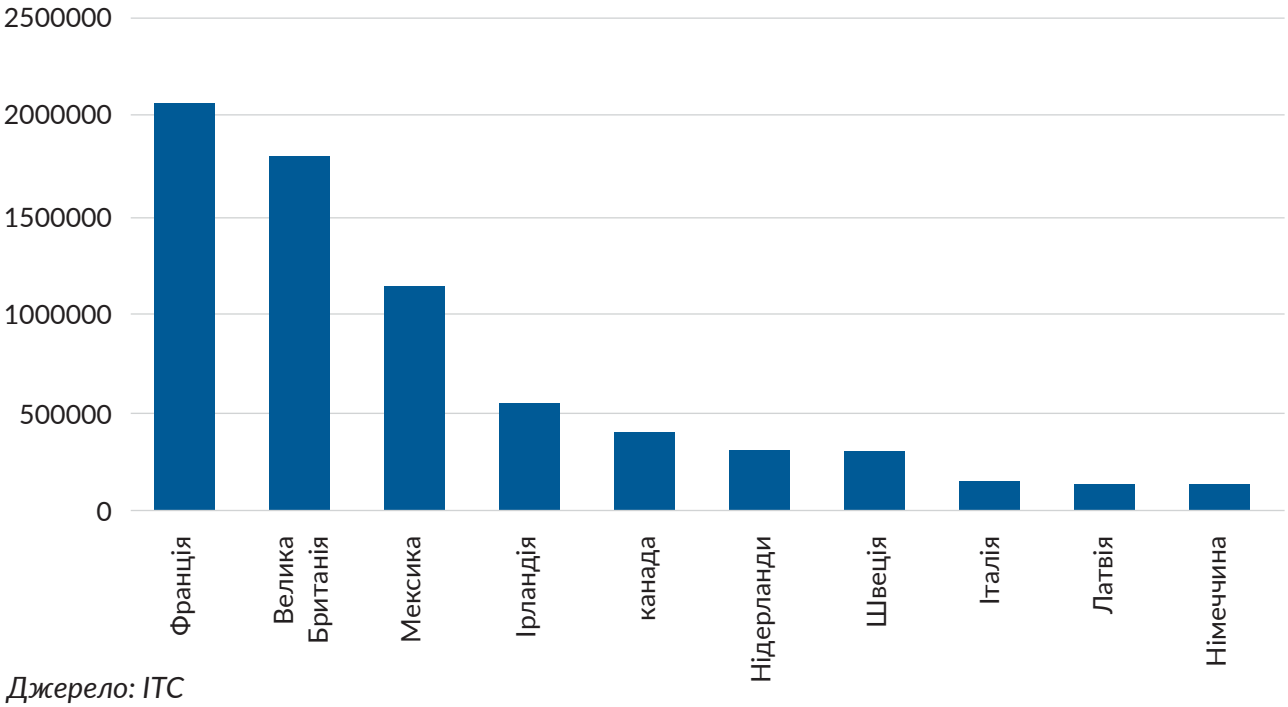
Графік 72.
Сукупний імпорт США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв, млн дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного імпорту США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв за період 2011-2015 рр. склав 3,6%. Середньорічна зміна сукупного імпорту США за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США, дорівнює 250 млн дол. США. Більша частка імпорту в цій категорії товарів походить із Франції, за нею йдуть Велика Британія, Мексика, Ірландія, Канада та Нідерланди (див. Графік 73). Україна посіла 39-у позицію в списку експортерів спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до США.

Графік 73.
10 найбільших експортерів спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до США у 2015 р., тис. дол. США

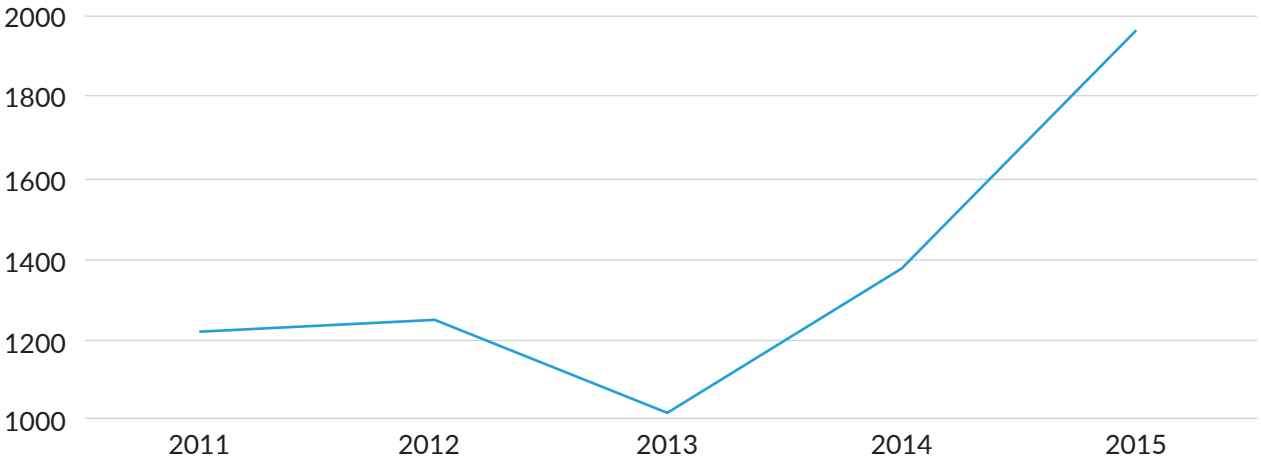


Джерело: ITC

Імпорт США з України

Імпорт США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв із України демонстрував загальну позитивну тенденцію у 2012-2015 рр., збільшуючись із 1 217 тис. дол. США у 2011 р. до 1 968 тис. дол. у 2015 р. (див. Графік 74).

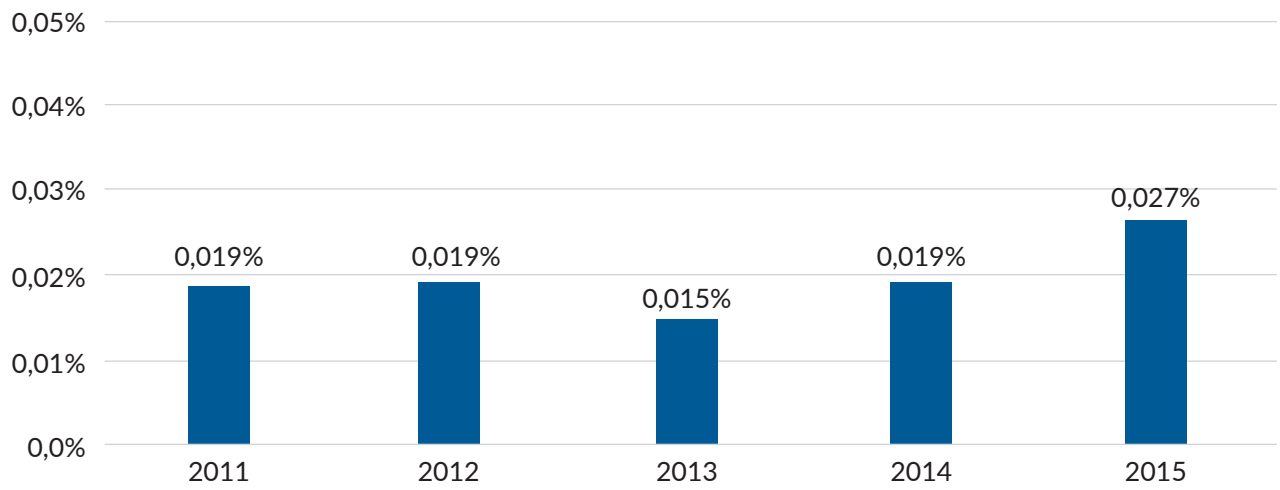
Графік 74.
Імпорт США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв з України, тис. дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) імпорту США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв із України за період 2011-2015 рр. склав 12,8%. Середньорічна зміна імпорту до США з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення імпорту до США з України, дорівнює 175 тис. дол. Присутність України на американському ринку спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв мізерна (див. Графік 75). Частка України в імпорті США за останні п'ять років збільшилася на 0,009 відсоткових пунктів до 0,027% у 2015 р.

Графік 75.
Частка України в імпорті США спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв, %

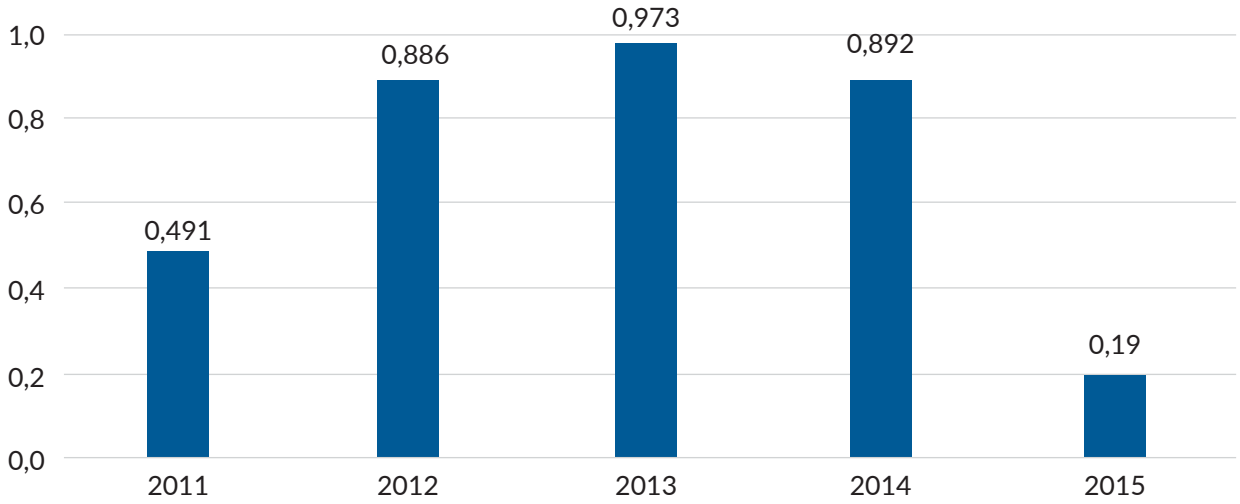


Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Доступ до ринку США

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) між Україною та США для спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр.: після підвищення у 2011-2013 рр. до 0,973 він скоротився до 0,190 у 2015 р. Це зменшення показника свідчить про підвищення рівня спеціалізації України в експорті спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до США. Середньорічна зміна показника IIT складає -0,075.

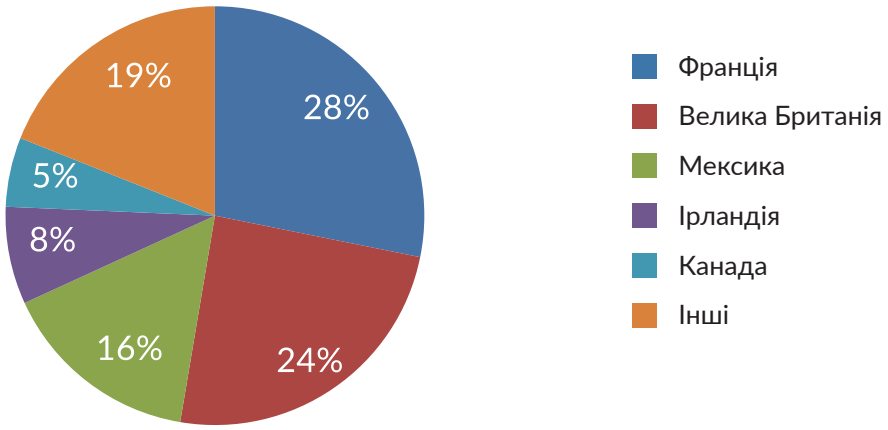
Графік 76.
ІІТ між Україною та США для спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Індекс доступу до ринку (RMA) спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв з України до США в порівнянні з ЄС27 дорівнює 0,52. Основними експортерами спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв на ринок США є Франція, Велика Британія та Мексика з часткою експорту 28%, 24% та 16% відповідно, а також інші імпортери першої п'ятірки — Ірландія та Канада, частка яких менша за 10%.

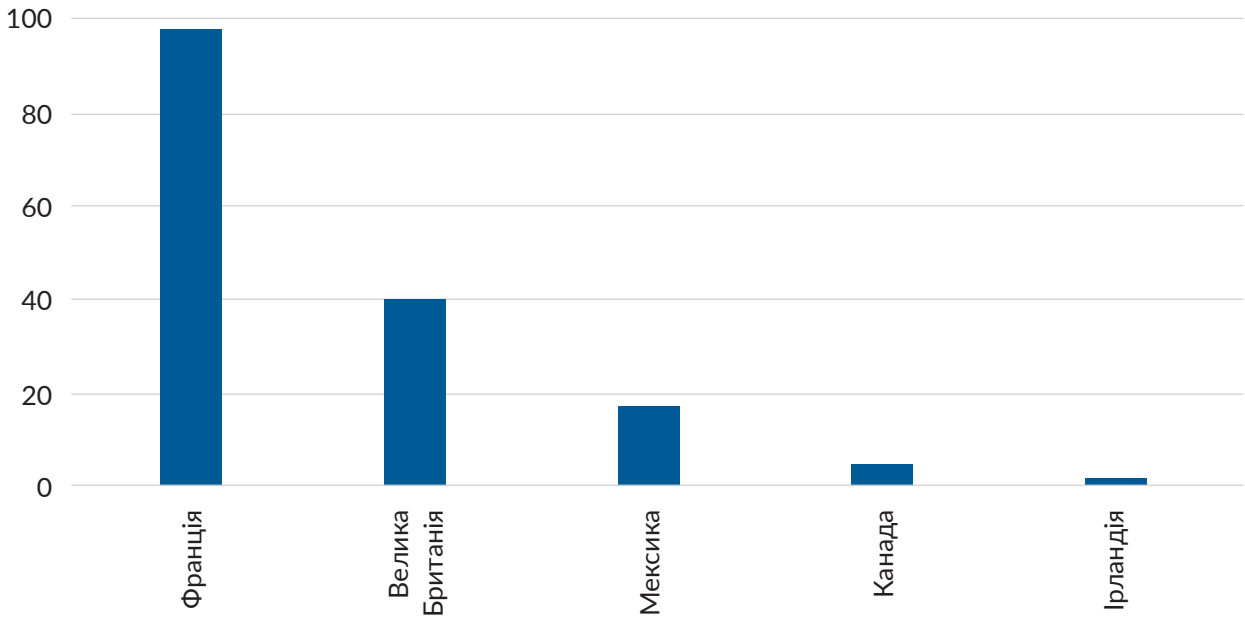
Графік 77.
П'ять найбільших експортерів спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до США у 2015 р., %



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Графік 78 ілюструє відносний індекс конкурентного тиску в експорті (RECPI) для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв на ринок США. Середній показник RECPI, зважений на обсяги імпорту п'яти найбільших експортерів цього товару, дорівнює 50.

Графік 78.
RECPI для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

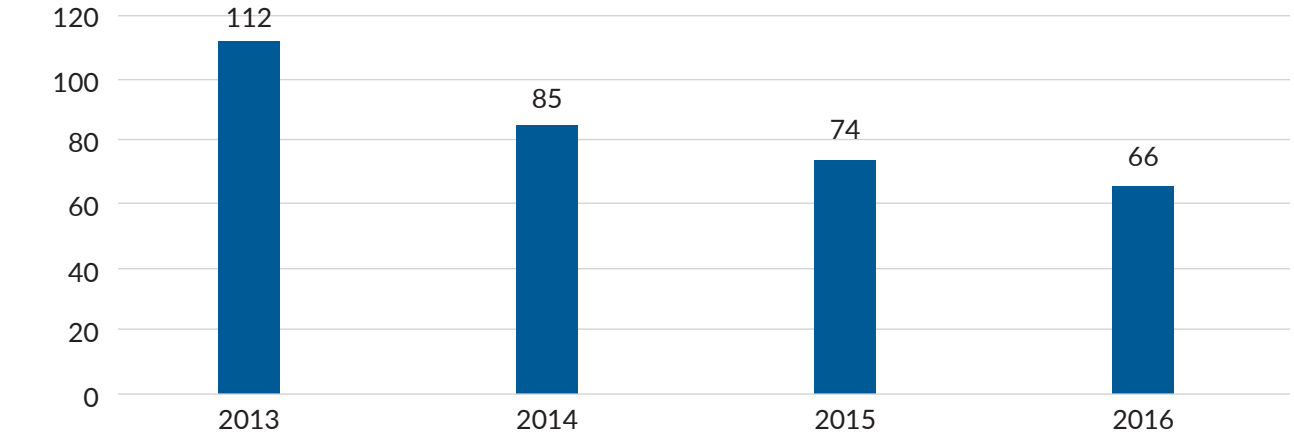
Виробничий та експортний потенціал України

Виробництво міцних алкогольних напоїв

Обсяги виробництва та реалізації

Основним продуктом українського виробництва та експорту міцних алкогольних напоїв є горілка. Виробництво горілки в Україні протягом 2013-2016 рр. поступово скорочувалося, і у 2016 р. знизилося майже вдвічі у порівнянні з 2013 р.: з 112 млн літрів до 66 млн літрів (див. Графік 79). Суттєвим чинником, який впливає на вартість горілчаної продукції, а отже, й на обсяги виробництва та її реалізації в Україні, є збільшення ставок акцизного податку на горілчані вироби. Так, за період 2013-2016 рр. ставка акцизного податку зросла більш ніж удвічі: до 105,80 грн за 1 літр 100% спирту. Крім того, враховуючи незаконний імпорт алкогольних напоїв та сировини для їхнього виготовлення, за експертними оцінками, приблизно 40% ринку алкоголю перебуває в тіні, що також істотно впливає на виробництво й конкуренцію.

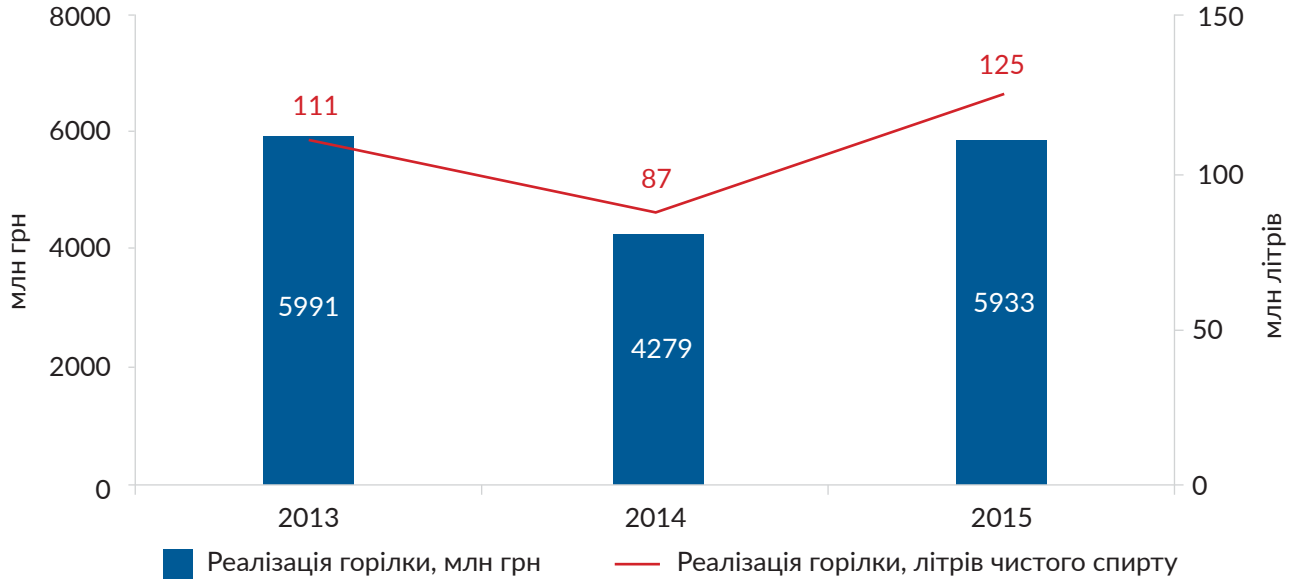
Графік 79.
Обсяги виробництва горілки в Україні, млн літрів



Джерело: Держстат

У 2013-2015 рр. фізичні та вартісні обсяги реалізації горілки характеризувалися різноспрямованими тенденціями: обидва показники помітно скоротилися у 2014 р., а в 2015 р. — відновились практично до рівня 2013 р. (див. Графік 80).

Графік 80.
Обсяги реалізації горілки в Україні

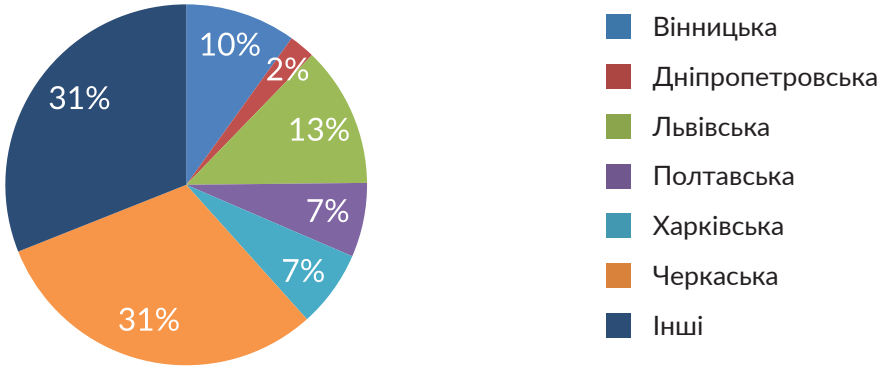


Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основні виробники та регіональна структура виробництва

На ринку горілки України є яскраво виражені лідери. А саме це Global Spirits, «Баядера Груп» і компанія «Олімп», яка потіснила ТОВ «ЛВН Лімітед» (ТМ Nemiroff). Основними виробниками горілки є Черкаська, Львівська та Вінницька області.

Графік 81.
Регіональна структура виробництва горілки в Україні у 2015 р., %

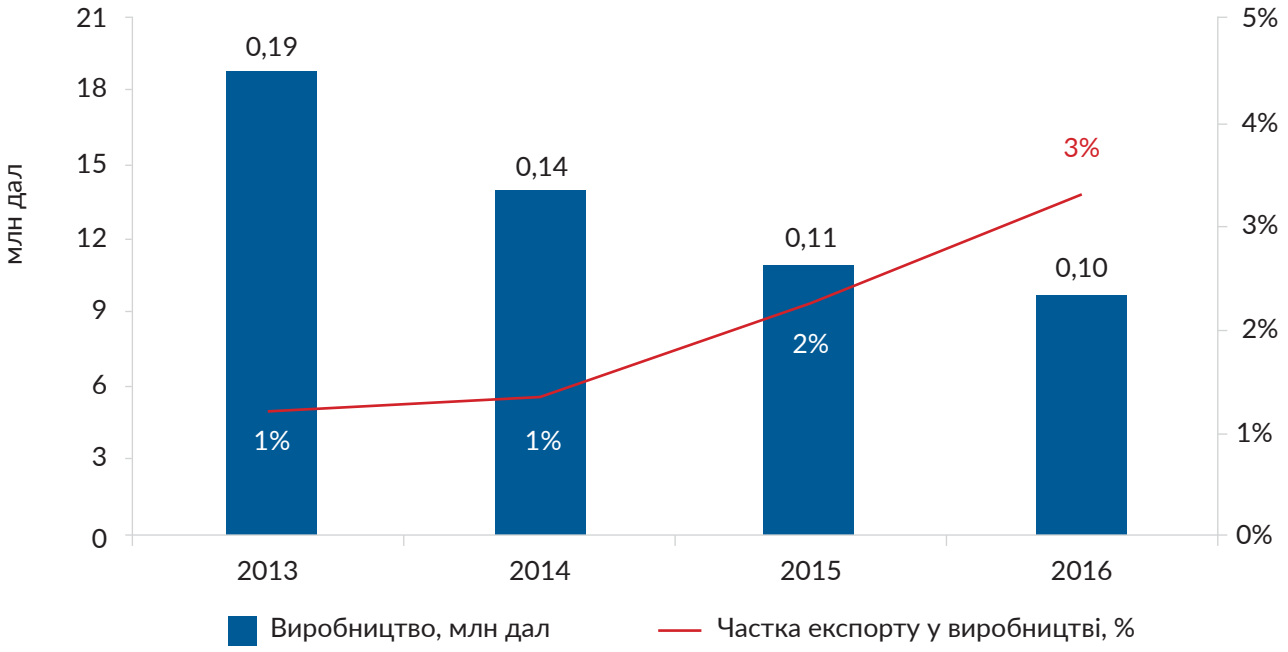


Джерело: Держстат, власні розрахунки

Забезпеченість сировиною для виробництва міцних алкогольних напоїв

Головною сировиною для виробництва горілки є спирт етиловий, неденатурований. Обсяги виробництва в Україні спирту у 2013-2016 рр. зменшилися на 48% — до 10 млн. дал у 2016 р. (див. Графік 82). Частка експорту у виробництві спирту протягом останніх трьох років зросла на 2 відсоткові пункти — до 3% у 2016 р.

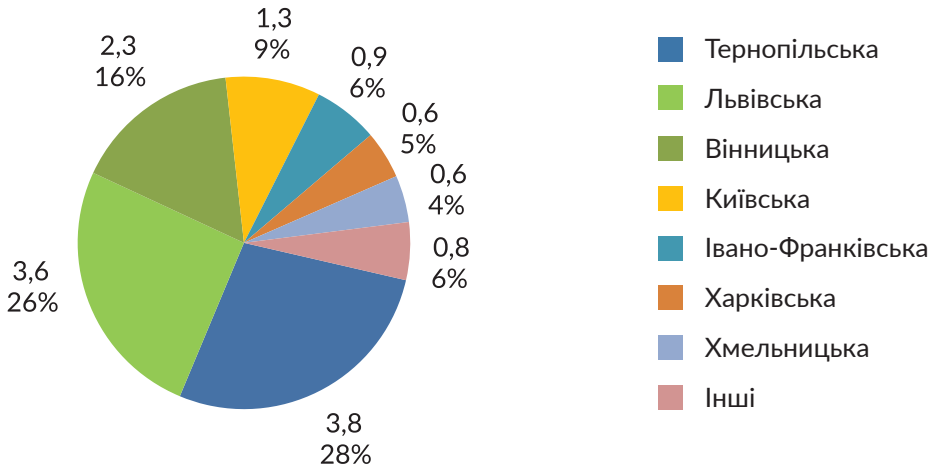
Графік 82.
Обсяги виробництва спирту в Україні та частка експорту у виробництві



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основне виробництво етилового спирту в Україні сконцентроване в Тернопільській, Львівській, Вінницькій та Київській областях, на які припадає майже 79% обсягів виробництва.

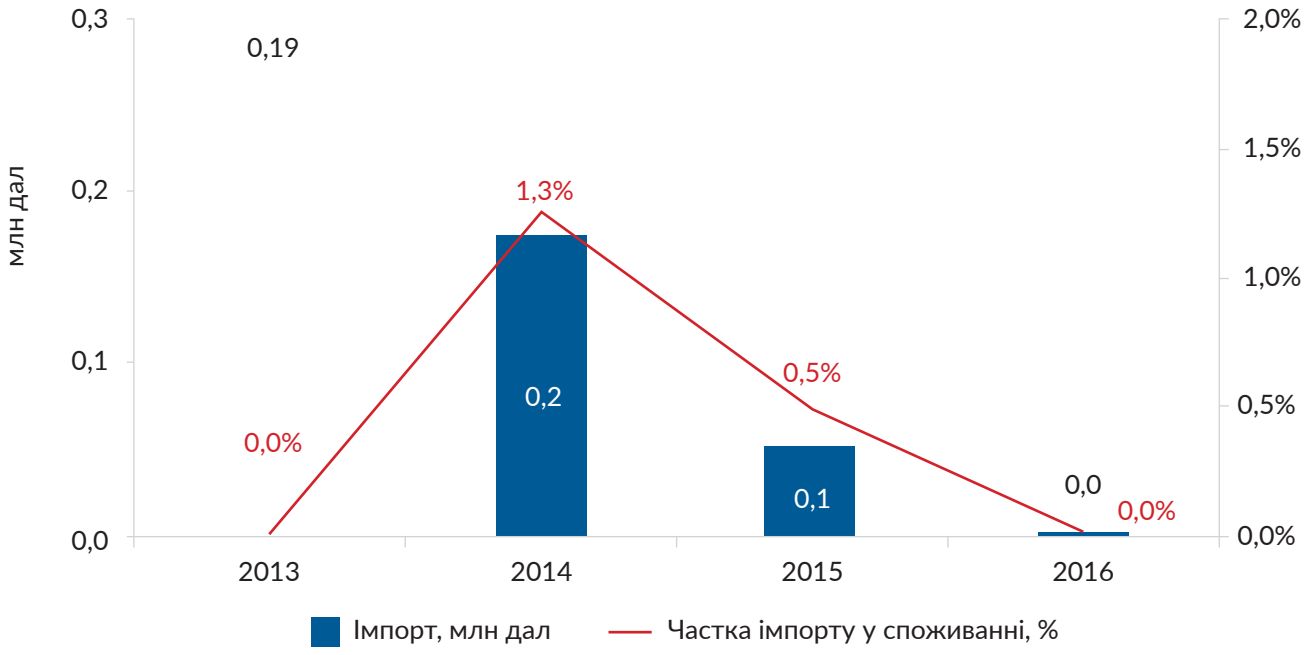
Графік 83.
Регіональна структура виробництва етилового спирту неденатурованого в Україні у 2014 р., млн дал, %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Обсяги українського імпорту спирту незначні (менше 0,2 млн дал на рік), а їхня питома вага у споживанні не перевищує 1,3% (див. Графік 84).

Графік 84.
Обсяги імпорту етилового спирту в Україні



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Експорт міцних алкогольних напоїв

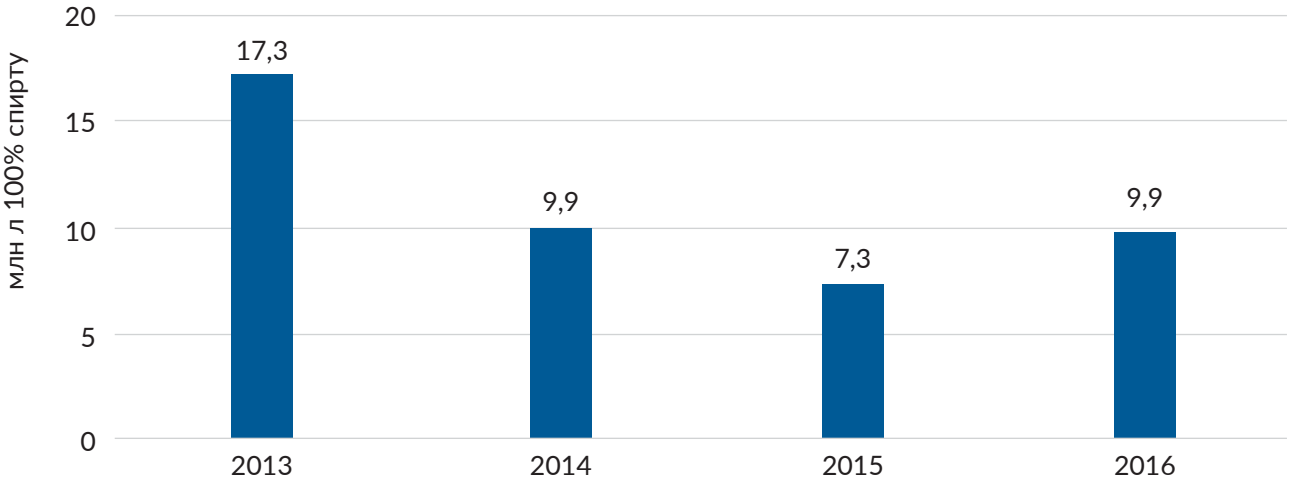
Обсяги експорту

Обсяги експорту міцних алкогольних напоїв (код УКТ ЗЕД 2208) у період 2013-2016 рр. характеризувалися різноспрямованими тенденціями. У 2013-2015 рр. спостерігалося скорочення як фізичних, так і вартісних обсягів. Так, фізичні обсяги експорту спиртних напоїв скоротилися з 22 млн літрів чистого спирту у 2013 р. до 10 млн літрів чистого спирту у 2015 р., а вартість, відповідно, з 139 млн дол. США до 72 млн дол. У 2015-2016 рр. тенденція змінилася на протилежну, і фізичні обсяги експорту товару зросли до 12 млн літрів чистого спирту, що у вартісному вимірі складає 79 млн дол. США.

Головним чином із України експортуються міцні алкогольні напої, які підпадають під код УКТ ЗЕД 220860 «горілка». Її питома вага в загальному обсязі експорту спиртних напоїв скоротилася з 65% у 2013 р. до 56% у 2016 р. Протягом 2013-2015 рр. спостерігалася тенденція до щорічного зменшення фізичних обсягів експорту горілки з 17 млн літрів чистого спирту у 2013 р. до 7 млн у 2015 р. У 2015-2016 рр. тенденція змінилася на протилежну і обсяги зросли з 7 млн до 10 млн літрів 100% спирту (див. Графік 85).

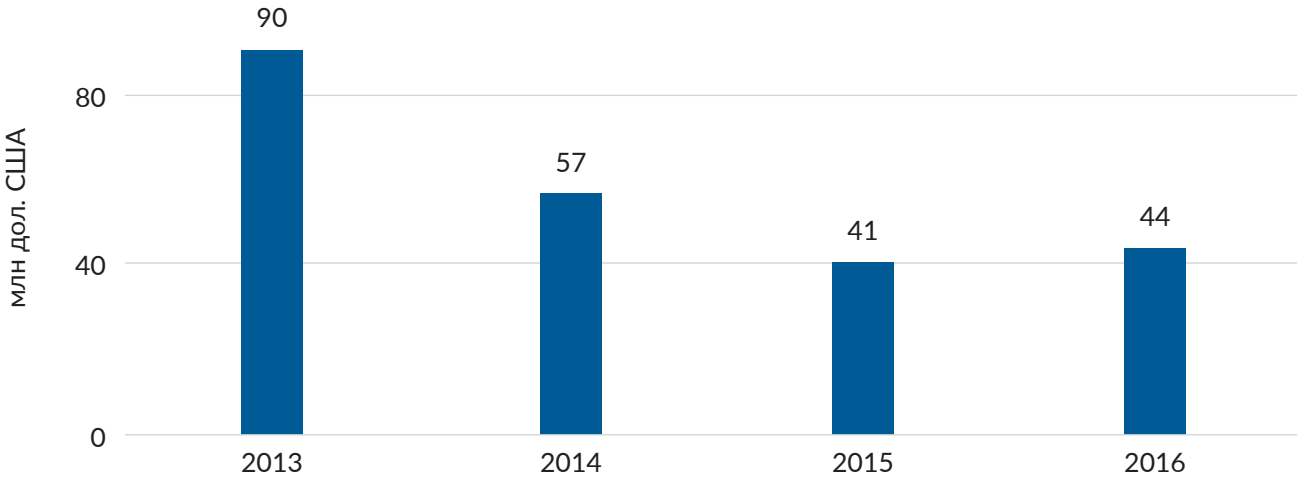
Вартісні обсяги експорту у зазначений період характеризувалися такими ж тенденціями, що й фізичні: у 2013-2015 рр. вони скоротилися з 91 млн дол. США у 2013 р. до 4 млн дол. у 2015 р., а у 2015-2016 рр. — зросли до 44 млн дол. США (див. Графік 86).

Графік 85.
Фізичні обсяги українського експорту горілки



Джерело: Держстат

Графік 86.
Вартісні обсяги українського експорту горілки



Джерело: Держстат

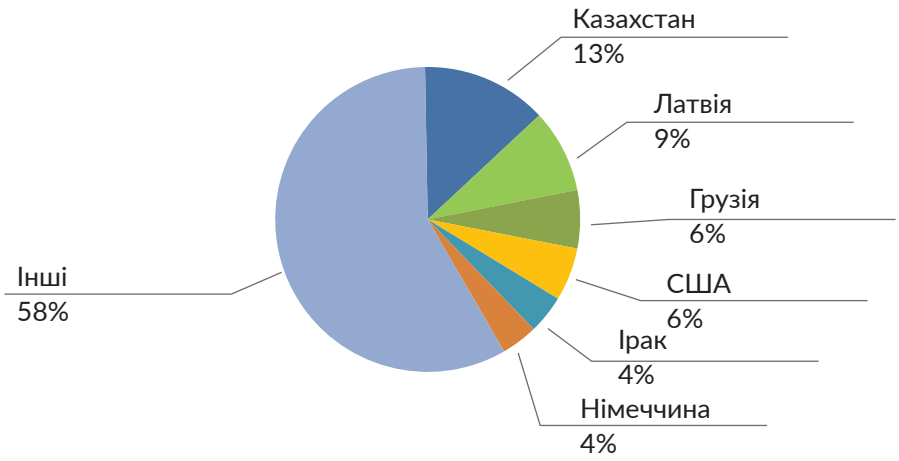
Географічна структура експорту

Росія до 2014 р. була основним експортним ринком для української горілки. У 2013 р. на неї припадала найбільша частка у сукупних обсягах українського експорту — 67%. У подальшому РФ втратила свої позиції, а її частка в українському експорті горілки у 2016 р. скоротилася практично до нуля.

За підсумками 2016 р. найбільшим імпортером української горілки став Казахстан, куди було поставлено 1 млн літрів горілки в еквіваленті чистого спирту на суму 6 млн дол. США, що складає 13% українського експорту. Друге місце в експорті горілки у 2016 р. посіла Латвія з обсягом споживання української горілки у 1 млн літрів в еквіваленті чистого спирту на суму 4 млн дол. США.

Окрім Казахстану та Латвії, до топ-10 основних експортних ринків української горілки також належать Грузія, США, Ірак, Німеччина, Молдова, Литва, Вірменія та Польща. На топ-10 країн — основних імпортерів української горілки у 2016 р. припало 57% загального експорту товару з України.

Графік 87.
Географічна структура експорту української горілки у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Питома вага країн СНД та ЄС в експорті горілки у 2013-2016 рр. мала тенденцію до щорічного зниження. Якщо у 2013 р. вона складала 83% загального обсягу експорту, то у 2016 р. — лише 48%, головним чином за рахунок суттєвого скорочення експорту до країн СНД.

Обсяги експорту горілки до інших країн світу (за винятком країн СНД та ЄС) у 2013-2016 рр. щороку значно зростали. У 2013 р., зокрема, експорт горілки до цих країн склав 1,5 тис. літрів в еквіваленті чистого спирту на суму 12 млн дол. США, а у 2016 р. — уже 5,2 тис. літрів в еквіваленті чистого спирту на суму 23 млн дол.

Таблиця 29.
Географічна структура експорту української горілки

Країни	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тис. л 100% спирту	тис. дол. США	тис. л 100% спирту	тис. дол. США	тис. л 100% спирту	тис. дол. США	тис. л 100% спирту
Всього	90 475	17 289	56 909	9 941	40 634	7 317	43 908	9 878
СНД	71 801	14 723	36 525	6 711	14 054	2 299	10 097	2 125
ЄС	7 099	1 097	9 978	1 732	8 183	1 790	10 827	2 593
Інші країни (без СНД та ЄС)	11 575	1 469	10 406	1 498	18 397	3 229	22 983	5 160
По країнах								
Казахстан	4 899	305	3 577	355	8 550	1 057	5 852	1 002
Латвія	1 375	206	2 274	402	2 194	459	3 882	1 024
Грузія	2 964	488	4 223	702	3 528	854	2 715	638
США	1 067	120	835	119	2 011	433	2 471	562
Ірак	107	16	512	117	1 046	250	1 789	465

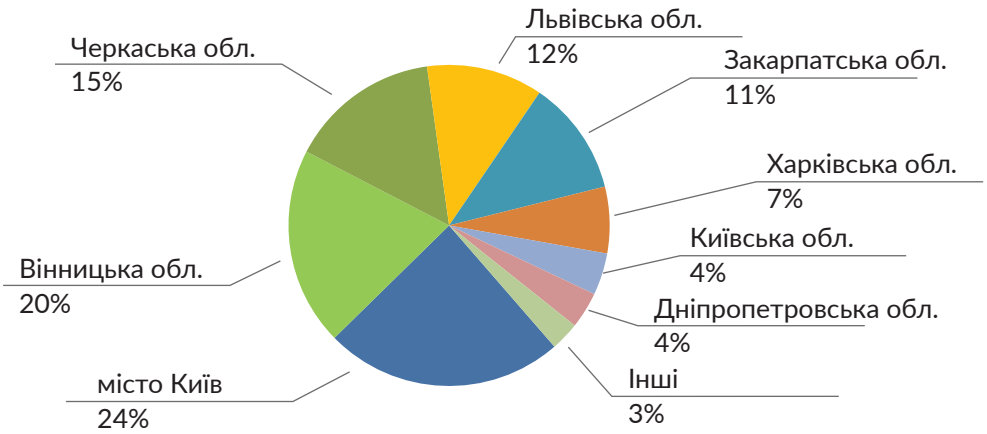
Німеччина	2 048	342	2 563	490	1 479	318	1 701	366
Молдова	1 956	311	2 834	525	1 647	406	1 683	416
Литва	1 559	255	1 918	323	1 884	406	1 651	371
Вірменія	1 902	315	3 368	613	1 862	506	1 600	518
Польща	582	84	595	63	644	164	1 589	391
Естонія	732	114	1 794	332	1 470	338	1 165	279
Ізраїль	2 053	408	1 061	211	1 124	266	1 067	262
Азербайджан	2 164	276	5 092	686	1 542	243	805	152
ОАЕ	48	8	183	29	602	129	743	229
Туреччина	950	92	662	103	983	148	672	185
Інші	66 068	13 950	25 418	4 870	10 067	1 340	14 523	3 017

Джерело: Держстат, власні розрахунки

Структура експорту в розрізі регіонів України

Основними експортерами горілки є підприємства міста Києва, Вінницької, Черкаської, Львівської та Закарпатської областей. Частка п'яти зазначених регіонів у сукупних обсягах експорту горілки з України у 2013-2016 рр. коливалася в межах 79-89%. Крім вищезазначених, до основних регіонів експорту горілки також належать Харківська, Київська та Дніпропетровська області.

Графік 88.
Структура експорту горілки в розрізі регіонів України у 2016 р.



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Таблиця 30.
Структура експорту горілки в розрізі регіонів України

Області	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тис. л 100% спирту	тис. дол. США	тис. л 100% спирту	тис. дол. США	тис. л 100% спирту	тис. дол. США	тис. л 100% спирту
Всього	90 475	17 289	56 909	9 941	40 634	7 317	43 908	9 878
місто Київ	54 076	12 102	22 245	4 242	9 622	1 814	10 555	2 180
Вінницька обл.	7 127	737	5 260	941	10 958	2 028	8 761	2 233
Черкаська обл.	17 982	3 007	15 694	2 664	5 696	1 334	6 672	1 668
Львівська обл.	1 692	184	1 960	211	2 564	586	5 144	1 628
Закарпатська обл.	0	0	0	0	4 282	240	5 089	499
Харківська обл.	3 027	489	8 254	1 551	4 149	884	2 943	849
Київська обл.	930	27	2 145	143	1 647	51	1 855	114
Дніпропетровська обл.	2 067	384	644	89	1 088	250	1 613	431
Донецька обл.	2 066	155	386	53	210	18	493	69
Сумська обл.	15	3	0	0	175	62	348	124
Інші	1 491	202	321	48	243	49	433	82

Джерело: Держстат

Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність ринку США

Оптимальним засобом транспортування горілки з України до США є морські контейнерні перевезення. У Таблиці 31 наведено результати розрахунку середньої вартості доставки, страхування і фрахту (CIF) горілки (1 літр 100% спирту) до США для України у порівнянні з основними країнами-експортерами цієї продукції на ринок США.

Таблиця 31.
Середня вартість доставки, страхування і фрахту (CIF) горілки до США, дол. США за 1 л 100% спирту

№ з/п	Країна	2013	2014	2015	2016
1	Франція	0,64	0,63	0,67	0,66
2	Швеція	0,46	0,42	0,42	0,42
3	Нідерланди	0,57	0,57	0,58	0,61
4	Латвія	0,51	0,53	0,51	0,46
5	Польща	0,56	0,61	0,65	0,57
17	Україна	0,75	0,78	0,54	0,48

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Ціна на ринку США

Є два способи визначити ціну горілки на ринку США (див. Таблицю 32):

1. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів експорту горілки з України до США із врахуванням логістичних витрат.
2. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів горілки у США з України.

У таблиці 32 наведено результати розрахунку середньої ціни літра української горілки в еквіваленті чистого спирту на ринку США.

Таблиця 32.
Середня ціна української горілки на ринку США, дол. США за 1 л 100% спирту

Рік	Середня ціна за даними щодо обсягів експорту спирту (з врахуванням логістичних витрат)	Середня ціна за даними щодо обсягів імпорту
2013	9,60	9,87
2014	7,80	8,19
2015	5,19	6,88
2016	4,88	5,59

Джерело: Держстат, Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Незначне коливання середньої ціни горілки за літр чистого спирту на ринку США за даними щодо обсягів імпорту порівняно з даними щодо обсягів експорту із врахуванням логістичних витрат, імовірно, пов'язане з експортом українських виробів до третіх країн, а вже звідти — на ринок США.

Конкурентоздатність на ринку США

З огляду на відмінності у результатах розрахунків ціни горілки за літр чистого спирту на ринку США для визначення її цінової конкурентоспроможності доцільним видається використання ціни, розрахованої на основі даних щодо обсягів імпорту, як такої, що максимально повно відображає середню ціну горілки, виробленої в Україні, на ринку США.

Результати порівняння середньої ціни української горілки за літр чистого спирту з середніми цінами основних країн-експортерів цієї продукції на ринок США наведені у Таблиці 33.

Таблиця 33.
Середня ціна української горілки на ринку США, дол. США за 1 л 100% спирту

№ з/п	Країна-виробник	2013	2014	2015	2016
1	Франція	32,05	31,71	35,24	33,78
2	Швеція	11,52	11,16	10,37	10,06
3	Нідерланди	30,98	32,51	32,34	30,81
4	Латвія	26,15	27,16	27,65	25,30
5	Польща	12,44	14,06	13,34	13,12
17	Україна	9,87	8,19	6,88	5,59

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США

Як видно з Таблиці 33, середня ціна горілки (за літр 100% спирту) на ринку США у 2013-2016 рр. поступово знижувалася, тоді як ціни основних експортерів загалом залишалися стабільними. Це може бути пов'язане з девальвацією гривні у 2014 р. та її подальшими курсовими коливаннями, а також із відносно незначними обсягами поставок української горілки на ринок США.

До нецінових конкурентних переваг української горілки на зовнішніх ринках, за свідченнями її виробників, можна віднести:

- досить високу якість продукції;
- вигідне співвідношення ціна—якість;
- гарна репутація горілчаної продукції.

Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва алкоголю

Найбільш значним продуктом у категорії спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв, який виробляється та експортується Україною, є горілка. Виробництво горілки передбачає використання такої сировини: відходи виробництва цукру (меляса) — 70%; вода (підготовлена) — 20%; дріжджі — 5%; ароматизатори (трави, спеції, фруктові есенції) — 5%. Основні екологічні застереження у зв'язку з постачанням компонентів для виробництва горілки включають деградацію ґрунтів; атмосферні викиди (неорганічні частки; сажа, азот, вуглець та оксиди сірки внаслідок спалювання палива); високий рівень споживання енергії; споживання води (під час виробництва) та забруднення води. Процес виробництва горілки створює такі екологічні проблеми, як атмосферні викиди (головним чином неорганічні частки в результаті технологічних операцій; сажа, азот, вуглець та оксиди сірки внаслідок спалювання палива); утворення стічних вод із підвищеним вмістом неорганічних домішок; утворення виробничих відходів.

Таблиця 34.
Оцінка впливу виробництва алкоголю на навколишнє середовище

Критерії	Етап ланцюга постачання	
	Ресурси	Виробництво / переробка
Споживання матеріалів та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	2
Енергія	2	2
Викиди парникових газів	2	2
Атмосферні викиди та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Споживання води та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	3
Забруднення води та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Земля (ерозія, забруднення) та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Тверді відходи та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Біологічне розмаїття та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	0
Вплив на інші ланцюги постачання	2	2
Загальна кількість балів	15	14
	29 з 60	
Шкала балів: 0 — несуттєвий; 1 — низький; 2 — помірний; 3 — високий.		

Відповідно до отриманої кількості балів для товару, що аналізується, екологічний вплив інтенсифікації його виробництва можна класифікувати як середній.

Гендерний аналіз виробництва міцних алкогольних напоїв

Гендерний розподіл у ланцюгах вартості. Жінки представлені як на вищому, так і на нижчому рівнях ланцюга вартості (в тому числі у якості генеральних директорів та вищих керівників). Жінки досягли рівнів власності та управління в більше ніж 31% компаній галузі. Хоча гендерний баланс у структурі робочої сили (45% жінок, 55% чоловіків) віртуально досягнутий, технічно все ще існує домінування чоловіків. Спостерігається скорочення частки жінок серед власників і вищого керівництва.

Трудові питання. В галузі зафіксовано невідповідність між зарплатнею чоловіків і жінок (24%) на рівні, дещо нижчому за середній по країні (26%), а також підвищення рівня оплати праці жінок в абсолютному виразі (з 1 446 грн до 4 516 грн у 2008 р. та 2016 р. відповідно). Близько 70% працівників (жінок і чоловіків) працюють на підставі трудового договору.

Таблиця 35.
Гендерний аналіз виробництва міцних алкогольних напоїв

Показники	Результати
Аналіз ланцюга вартості	
Збільшення частки жінок серед власників (одноосібних або співвласників)	Ні: 38% в 2008 р.; 31% у 2013 р. = **0 балів**
Збільшення частки жінок серед генеральних директорів/вищого керівництва	Ні: 20% в 2008 р.; 17% у 2013 р. = **0 балів**
Частка жінок-працівників у галузі	45% у 2015 р. = **0 балів**
Домінування жінок у структурі робочої сили загалом	Ні: 45%<50% = **0 балів**
Разом	0 з 4
Праця та винагорода	
Невідповідність в оплаті праці (%)	24% у 2015 р. = **1 бал**
Підвищення зарплатні жінок у галузі	Так: 1446 грн у 2008 р.; 4516 грн у 2016 р. = **1 бал**
Умови праці	70% у 2015 р. = 0 балів
Разом	***2 з 3***
ВСЬОГО	***3 з 7***

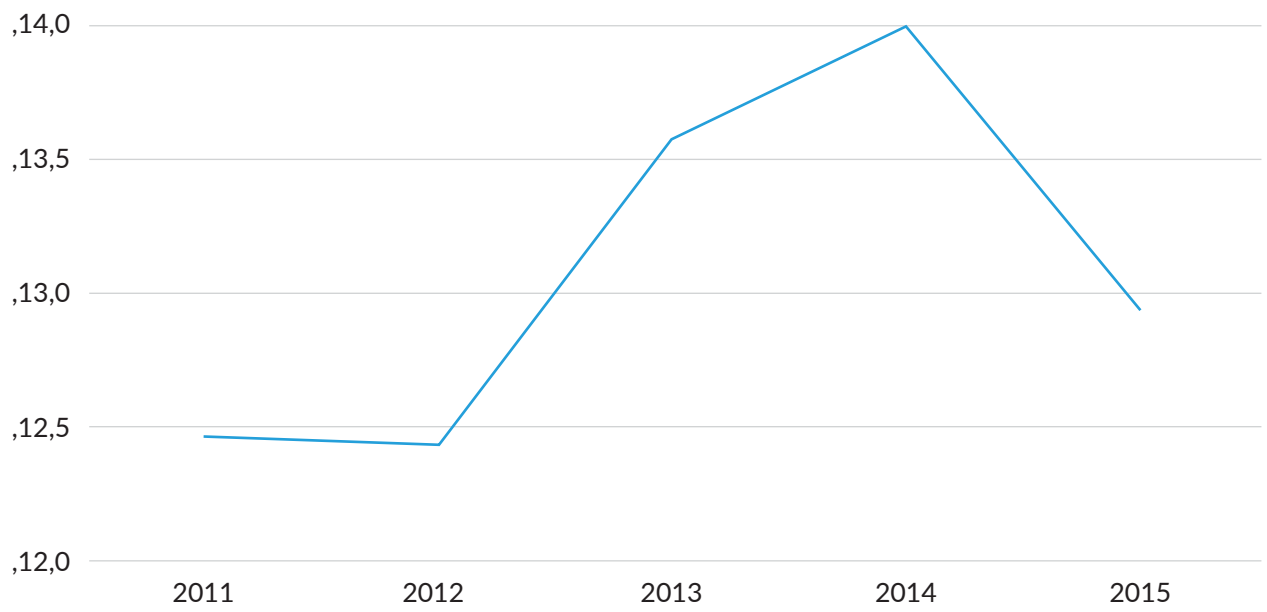
Столярні вироби

Потенціал зростання світового ринку столярних виробів

Сукупний світовий імпорт

Сукупний світовий імпорт столярних виробів та виробів із деревини демонстрував позитивну тенденцію: зростання у 2012-2014 рр. та зменшення у 2015 р. Його обсяги збільшилися з 12 464 млн дол. США у 2011 р. до 13 987 млн дол. у 2014 р. Проте в подальшому у 2015 р. скоротилися до 12 925 млн дол. США (див. Графік 89).

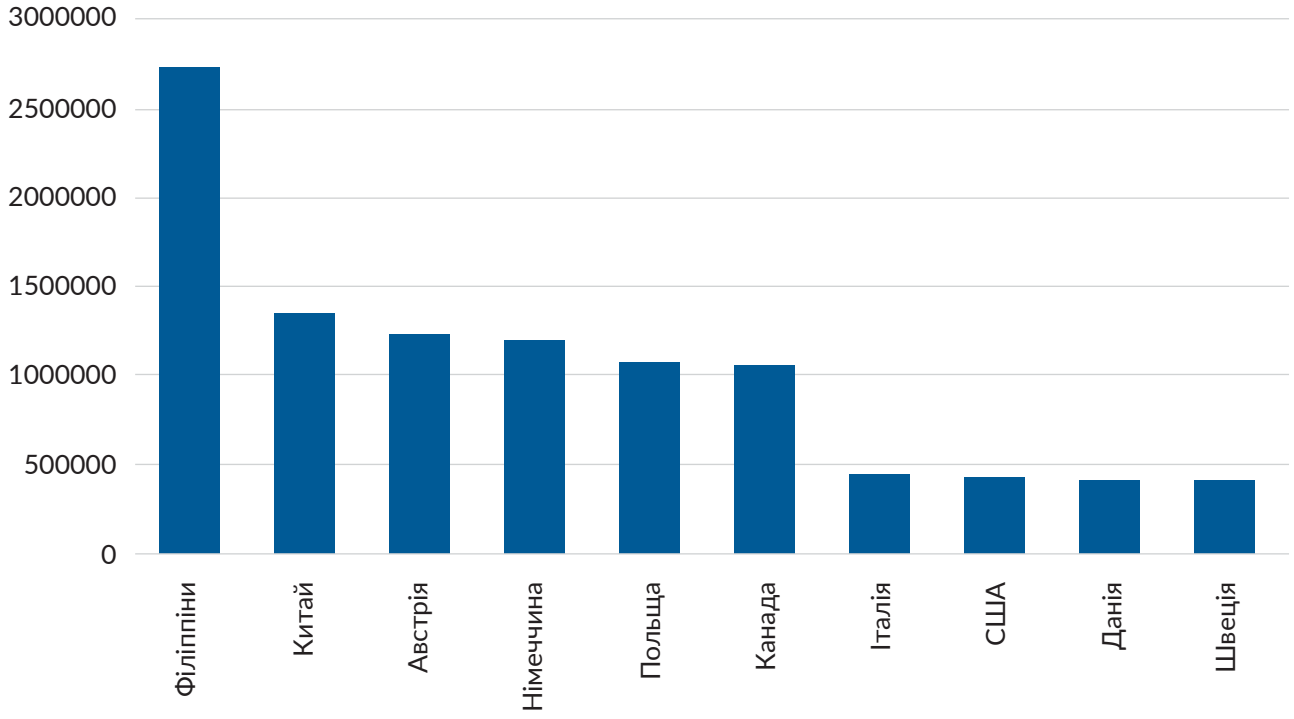
Графік 89.
Сукупний світовий імпорт столярних виробів та виробів з деревини, млрд дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного світового імпорту столярних виробів та виробів з деревини за період 2011-2015 рр. склав 0,91%. Середньорічна зміна світового імпорту за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту, дорівнює 119 млн дол. США. Найбільшими світовими експортерами столярних виробів та виробів із деревини у 2015 р. були Філіппіни, Китай та Австрія (див. Графік 90).

Графік 90.
10 найбільших експортерів столярних виробів та виробів із деревини у 2015 р., тис. дол. США

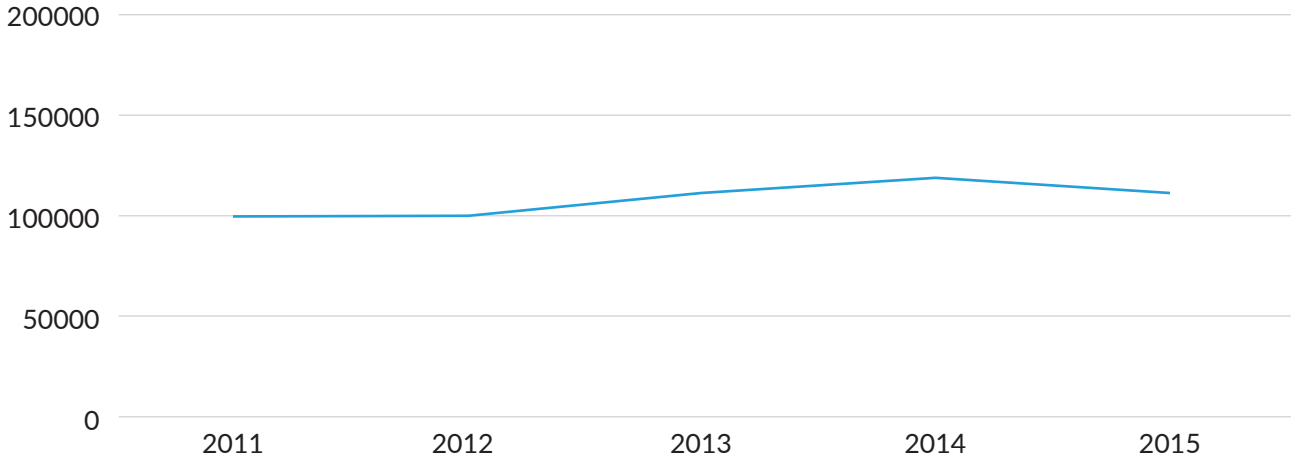


Джерело: ITC

Світовий імпорт із України

Світовий імпорт столярних виробів та виробів із деревини з України демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2014 рр., однак у подальшому спостерігалося незначне скорочення — до 112 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 91). За підсумками 2015 р. Україна була на 68-й позиції в списку світових експортерів столярних виробів та виробів із деревини.

Графік 91.
Світовий імпорт столярних виробів та виробів із деревини із України, тис. дол. США

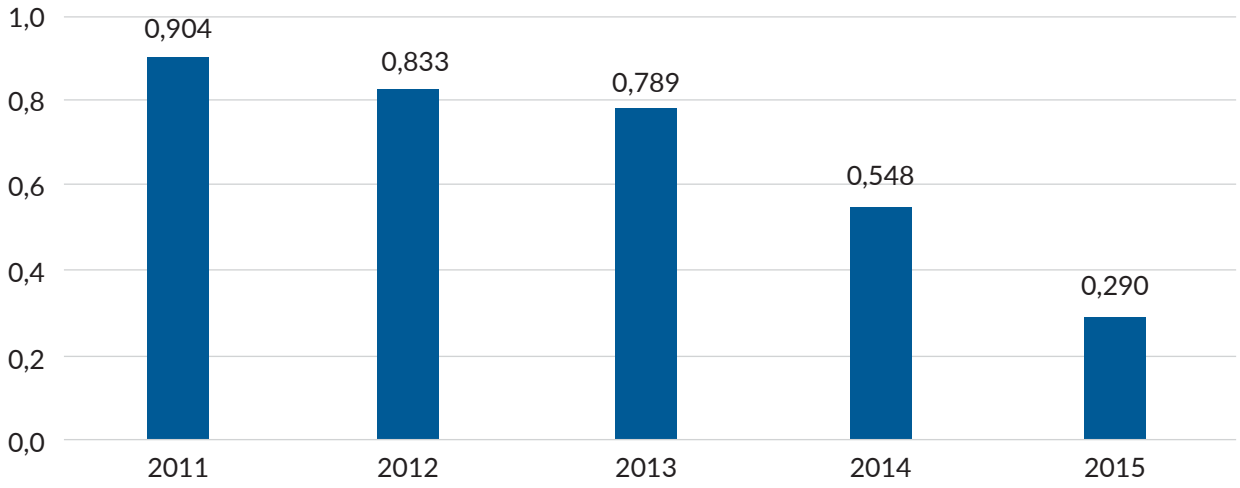


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) світового імпорту столярних виробів і виробів із деревини з України за період 2011-2015 рр. склав 3,3%. Середньорічна зміна світового імпорту з України протягом зазначеного періоду, розрахована як зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України, дорівнює 4 млн дол. США. Частка України в сукупному світовому імпорті столярних виробів та виробів із деревини дещо збільшилась: з 0,81% у 2011 р. до 0,89% у 2015 р.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та світом для столярних виробів та виробів із деревини показав негативну тенденцію у 2011-2015 рр., зменшуючись із 0,904 до 0,290. Середньорічна зміна показника ІІТ дорівнює -0,154. Це зменшення свідчить про зниження рівня інтеграції України у світових ланцюгах вартості в досліджуваному секторі.

Графік 92.
ІІТ між Україною та світом для столярних виробів і виробів із деревини



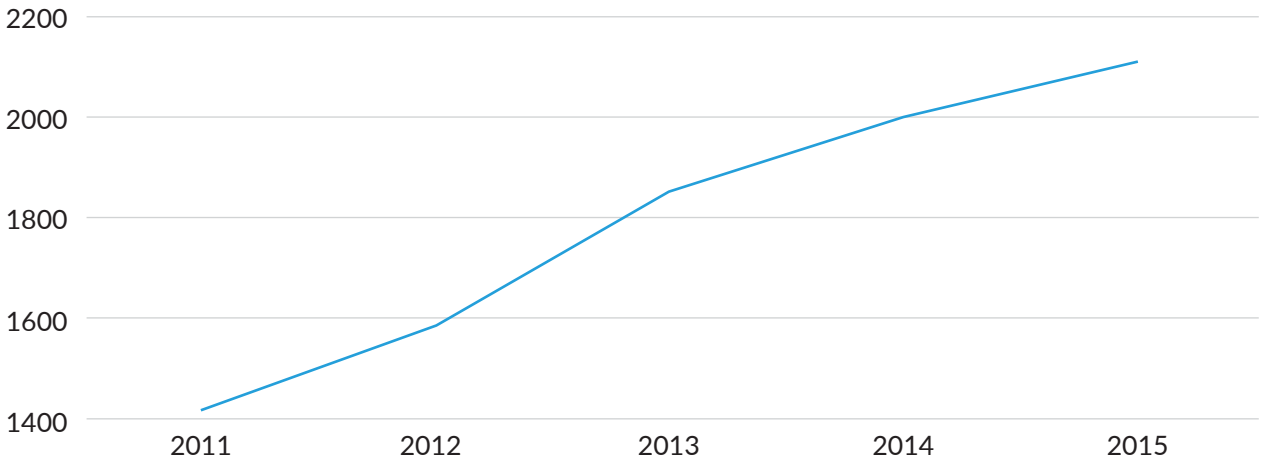
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Потенціал зростання на ринку столярних виробів у США

Сукупний імпорт США

Сукупний імпорт США столярних виробів і виробів з деревини демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2015 рр., зрісши з 1 424 млн дол. США у 2011 р. до 2 115 млн дол. у 2015 р. (див. Графік 93).

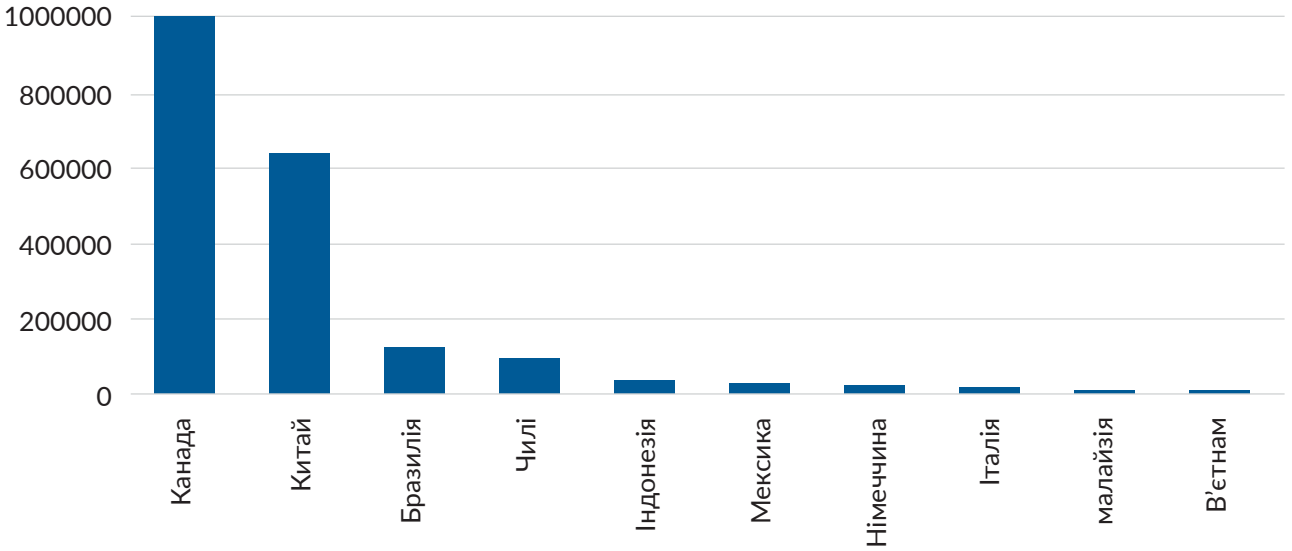
Графік 93.
Сукупний імпорт США столярних виробів та виробів із деревини, млн дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) усього імпорту США товарів столярних виробів і виробів із деревини за період 2011-2015 рр. склав 10,41%. Середньорічна зміна загального імпорту США за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США, дорівнює 187 млн дол. США. Більша частка імпорту в цій категорії товарів походить із Канади, після якої йдуть Китай, Бразилія, Чилі, Індонезія та Мексика (див. Графік 94). Україна перебуває на 24-й позиції в списку експортерів столярних виробів та виробів із деревини до США.

Графік 94.
10 найбільших експортерів столярних виробів та виробів з деревини до США у 2015 р., тис. дол. США

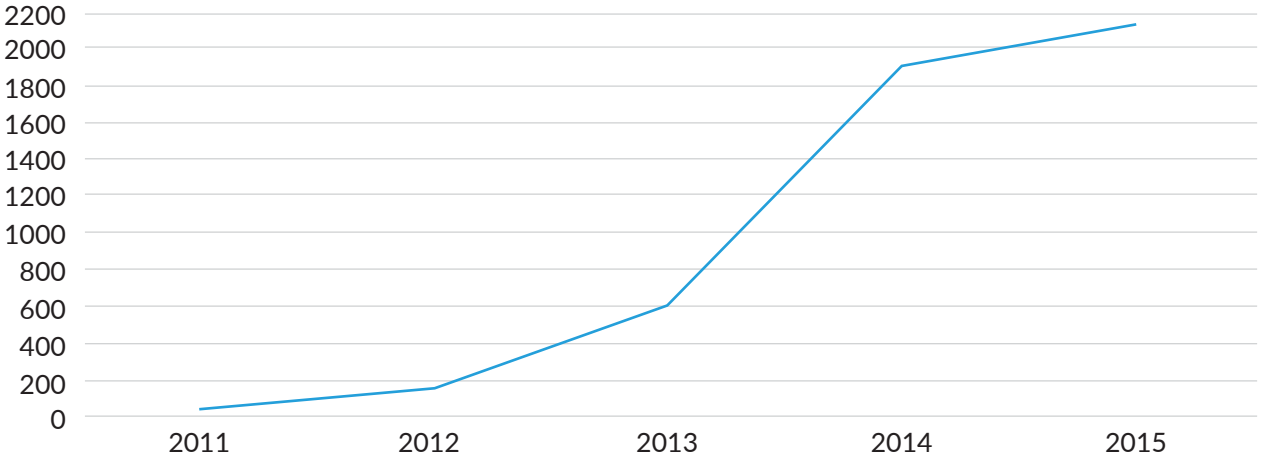


Джерело: ITC

Імпорт США з України

Імпорт до США столярних виробів і виробів із деревини з України демонстрував позитивну тенденцію у 2012-2015 рр., зрісши з 48 тис. дол. у 2011 р. до 2133 тис. дол. США у 2015 р. (див. Графік 95).

Графік 95.
Імпорт США столярних виробів та виробів з деревини з України, тис. дол. США

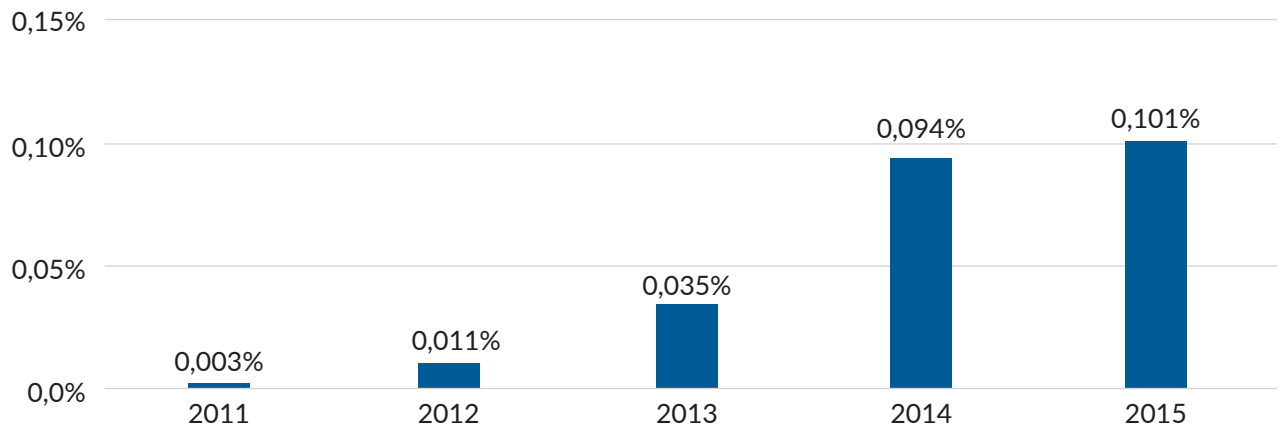


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) імпорту США столярних виробів та виробів із деревини з України за період 2011-2015 рр. склав 158,3%. Середньорічна зміна імпорту США з

України за цей час, розрахована як зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України, дорівнює 1 541 тис. дол. США. Присутність України на американському ринку столярних виробів і виробів із деревини невелика (див. Графік 96). Частка України в імпорті США за останні п'ять років збільшилася на 0,098 відсоткових пункта до 0,101% у 2015 р.

Графік 96.
Частка України в американському імпорті столярних виробів і виробів із деревини, %



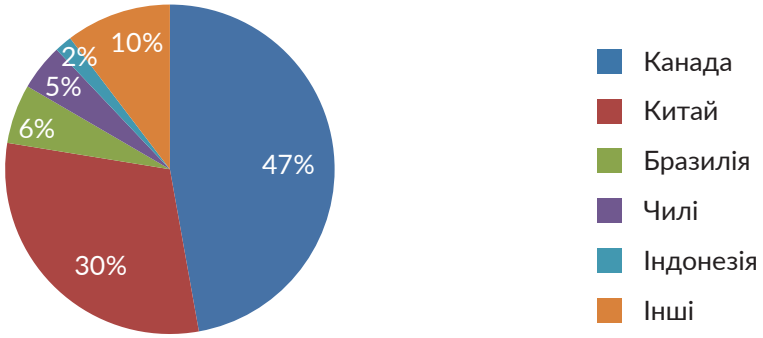
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Доступ до ринку США

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) між Україною та США для столярних виробів і виробів із деревини демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр., скоротившись з 0,447 до 0. Це зменшення показника свідчить про підвищення рівня спеціалізації України в експорті столярних виробів та виробів із деревини до США. Середньорічна зміна показника IIT дорівнює -0,112.

Індекс доступу до ринку (RMA) столярних виробів і виробів із деревини з України до США у порівнянні з ЄС27 дорівнює 0,14. Основним експортером столярних виробів і виробів із деревини на ринок США є Канада з часткою експорту 47%, за якою йде Китай — 30% відповідно. Інші імпортери першої п'ятірки — Бразилія, Чилі та Індонезія, частка яких менша за 10%.

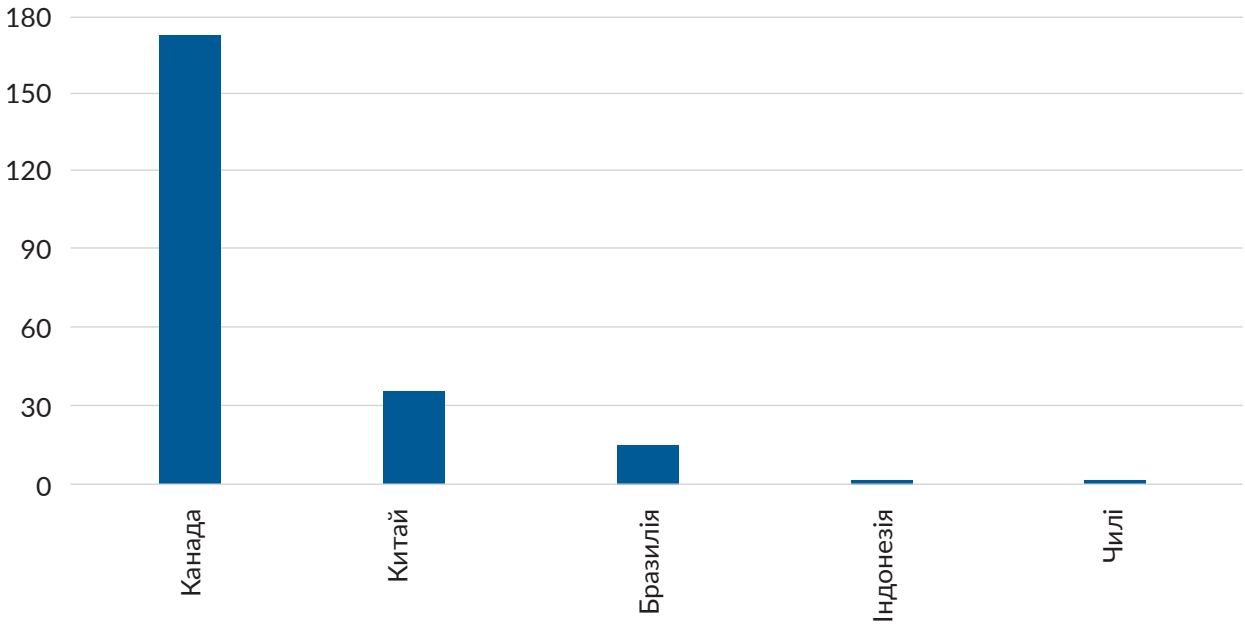
Графік 97.
П'ять найбільших експортерів спирту, лікерів та інших алкогольних напоїв до США у 2015 р., %



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Графік 98 демонструє відносний індекс конкурентного тиску в експорті (RECPI) для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами столярних виробів і виробів із деревини на ринок США. Середній показник RECPI, зважений на обсяги імпорту п'яти найбільших експортерів цього товару, дорівнює 104.

Графік 98.
RECPI для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами столярних виробів та виробів із деревини до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Виробничий та експортний потенціал України

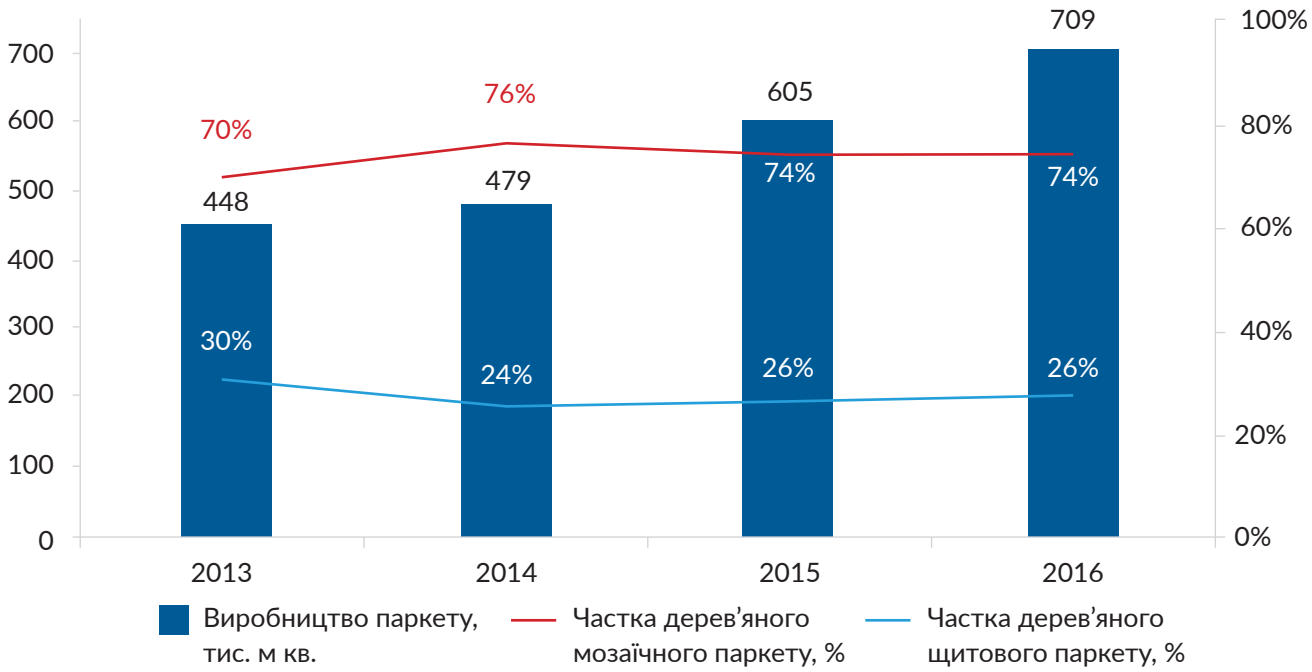
Виробництво столярних виробів

Обсяги виробництва та реалізації

До основних різновидів столярних виробів із деревини належать дерев'яний паркет, а також вікна та двері.

Обсяги виробництва дерев'яного паркету зросли з 448 тис. кв. м у 2013 р. до 709 тис. кв. м у 2016 р. У структурі виробництва переважає мозаїчний паркет, частка якого у зазначений період істотно не змінилася та коливалася в діапазоні 70-76% (див. Графік 99).

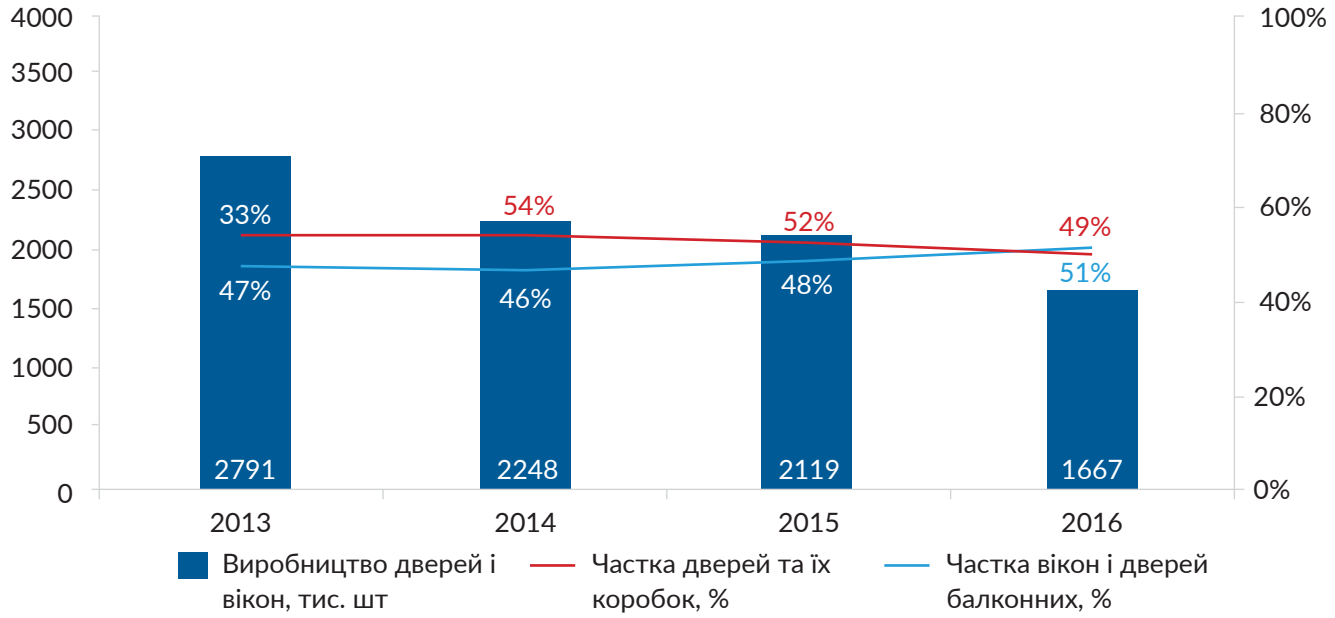
Графік 99.
Обсяги виробництва дерев'яного паркету в Україні



Джерело: Держстат, власні розрахунки

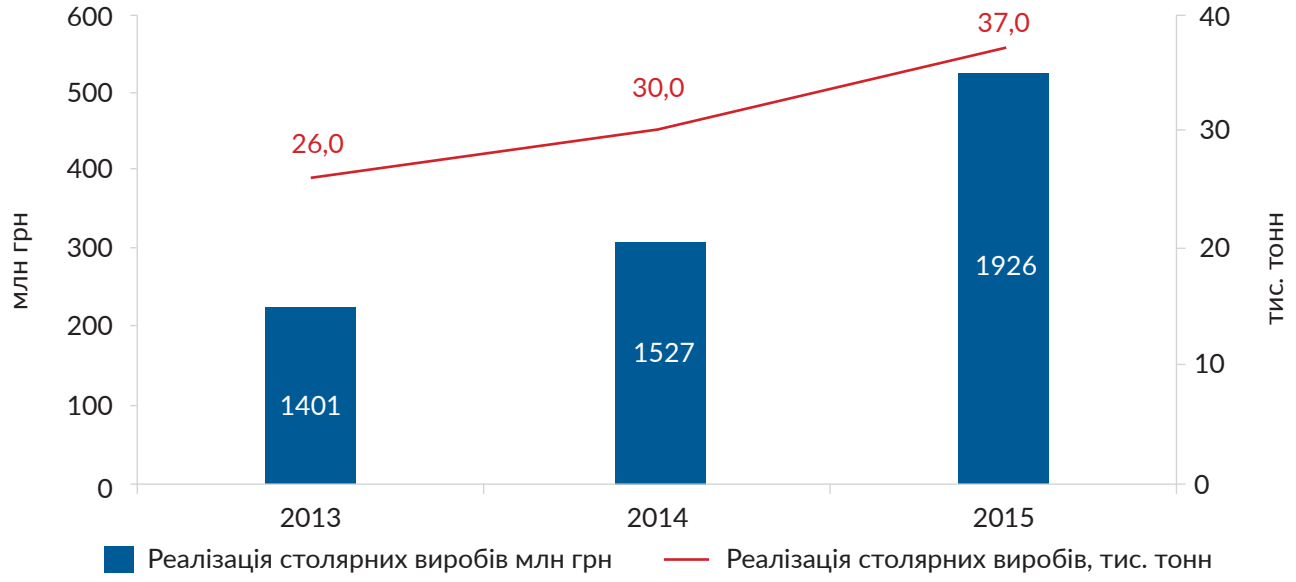
Обсяги виробництва вікон і дверей скоротилися з 2,8 млн шт. у 2013 р. до 1,7 млн шт. у 2016 р. У структурі виробництва частки вікон та дверей балконних, а також міжкімнатних дверей практично зрівнялися протягом зазначеного періоду і склали у 2016 р. 51% та 49% відповідно (див. Графік 100).

Графік 100.
Обсяги виробництва вікон і дверей в Україні



Обсяги реалізації столярних виробів із деревини у 2013-2015 рр. зростали як у фізичному, так і у вартісному вимірі. Водночас, якщо фізичні обсяги реалізації зросли лише на третину — з 26 тис. тонн у 2013 р. до 37 тис. тонн у 2015 р., то вартісні обсяги реалізації у зазначений період збільшилися більше ніж удвічі — з 225 млн грн до 519 млн грн. Така розбіжність, ймовірно, пов'язана з девальвацією національної валюти.

Графік 101.
Обсяги реалізації столярних виробів з деревини



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основні виробники та регіональна структура виробництва

Виробництво дерев'яного паркету в Україні переважно сконцентровано у Житомирській області. У 2016 р. тут було вироблено 76%, або 394 тис. кв. м з 521 тис. кв. м, від сукупних обсягів виробництва мозаїчного паркету, що складає близько 3/4 обсягів виробництва дерев'яного паркету в цілому. Серед майже 200 виробників дерев'яного паркету в Україні лише близько 20 мають обсяги виробництва у понад 2 тис. кв. м на місяць.

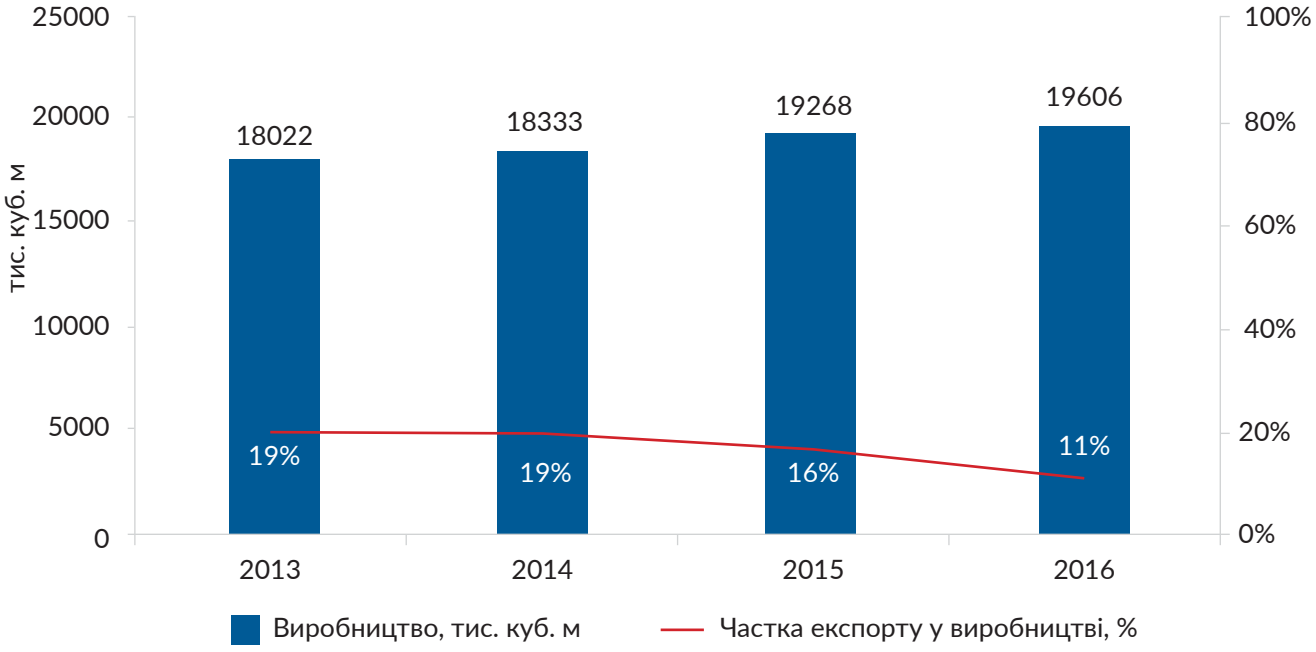
Виробництво вікон і дверей також характеризується високим ступенем концентрації. Так, у 2013 р. 93% від сукупних обсягів виробництва вікон і балконних дверей було сконцентровано у Херсонській області, тоді як на жоден інший регіон не припадало більше 2%.

Забезпеченість сировиною для виробництва столярних виробів

Основною сировиною для виробництва столярних і теслярських виробів є необроблена деревина. Україна має значні запаси деревини — близько 1,7 млрд. куб. м. За запасами стовбурної промислової деревини Україна посідає шосте місце в Європі.

Обсяги заготівлі необробленої деревини протягом 2013-2016 рр. зростали щорічно: загальний приріст склав майже 9% — до 19 606 тис. куб. м (див. Графік 102). Частка експорту в заготівлі необробленої деревини протягом останніх трьох років зменшилася на 9 відсоткових пунктів — до 11% у 2016 р.

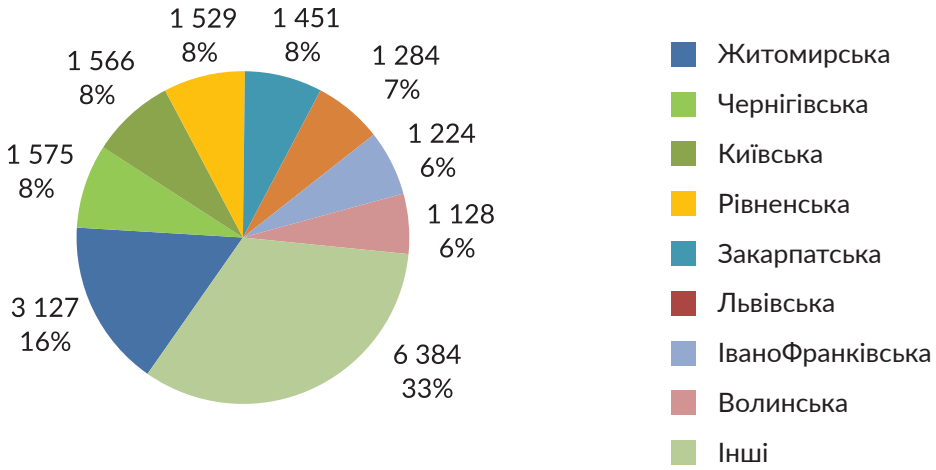
Графік 102.
Обсяги заготівлі необробленої деревини в Україні та частка у заготівлі



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основна заготівля необробленої деревини в Україні зосереджена в Житомирській, Чернігівській, Київській та Рівненській областях, на які припадає майже 40% обсягів виробництва.

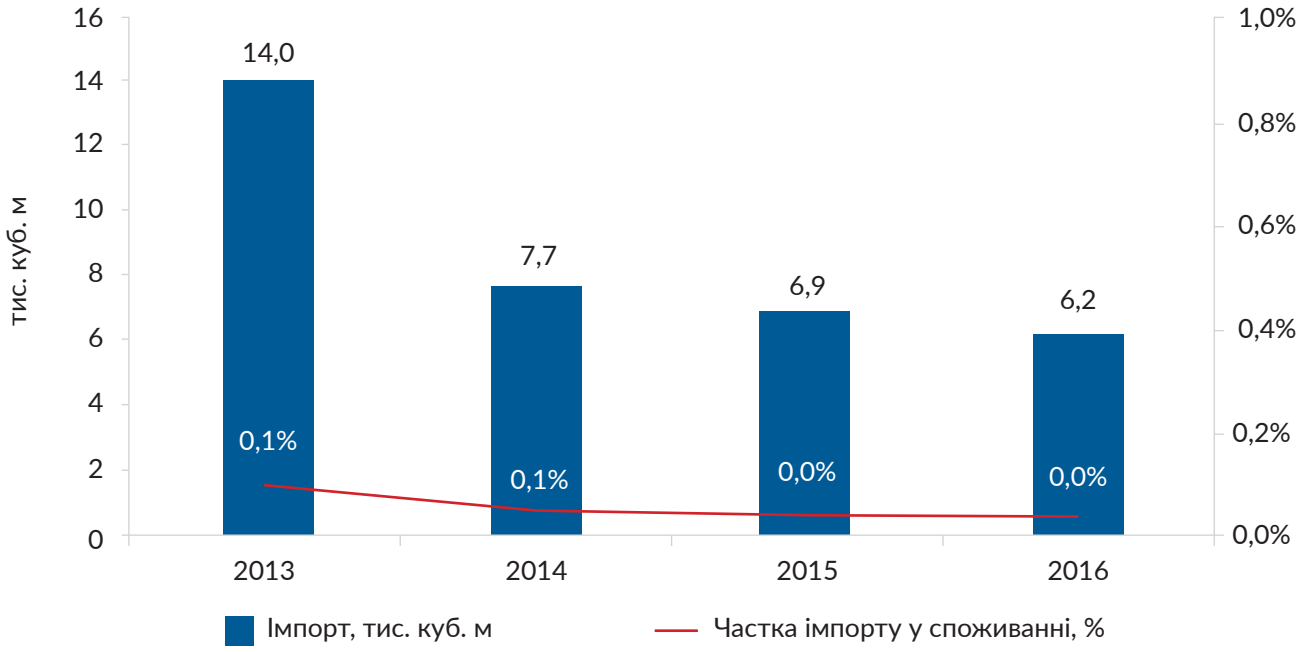
Графік 103.
Регіональна структура заготівлі необробленої деревини в Україні у 2015 р., тис. куб. м, %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Обсяги українського імпорту необробленої деревини є незначними (менше 10-15 тис. куб. м/рік), а їхня питома вага у споживанні мізерна — не більше 0,1% (див. Графік 104).

Графік 104.
Динаміка імпорту необробленої деревини в Україні



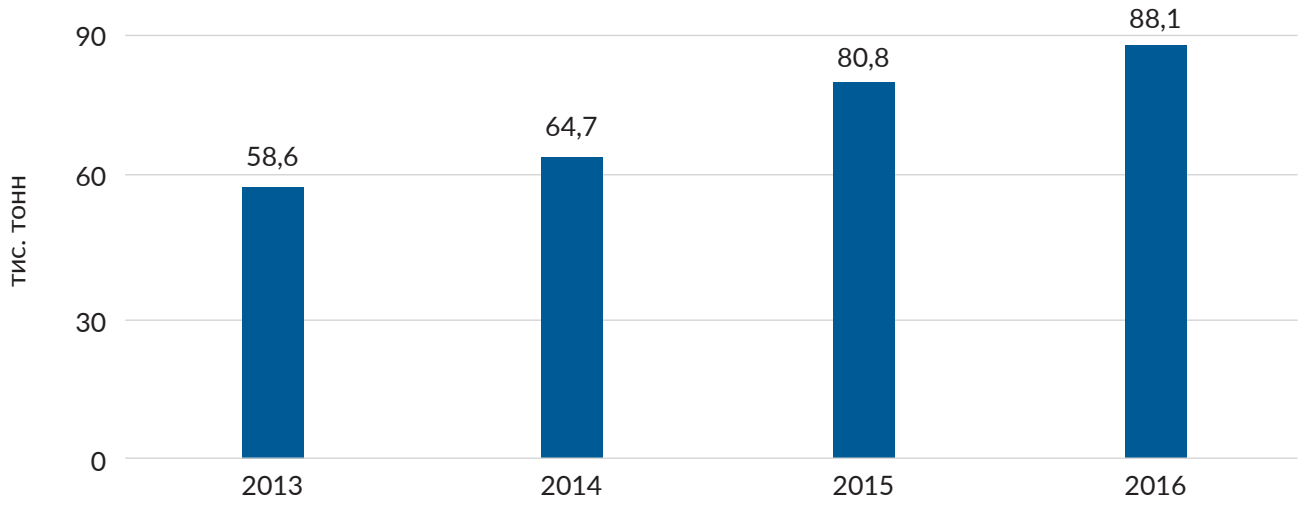
Джерело: Держстат, власні розрахунки

Експорт столярних виробів

Обсяги експорту

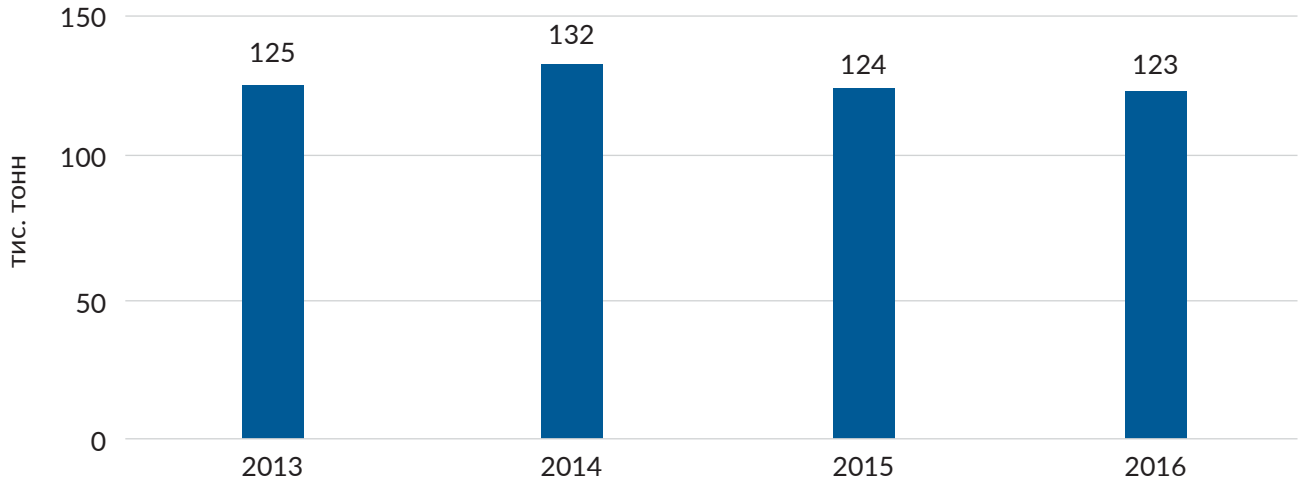
Фізичні обсяги експорту столярних виробів у 2013-2016 рр. мали тенденцію до щорічного зростання. Загалом вони зросли з 59 тис. тонн у 2013 р. до 88 тис. тонн у 2016 р. (див. Графік 106). Вартісні обсяги експорту в зазначений період характеризувалися різновекторними тенденціями. Вони підвищились з 125 млн дол. США до 132 млн дол. у 2013-2014 рр., однак згодом скоротилися — до 123 млн дол. США у 2016 р. (див. Графік 105).

Графік 105.
Фізичні обсяги експорту столярних виробів



Джерело: Держстат

Графік 106.
Вартісні обсяги експорту столярних виробів



Джерело: Держстат

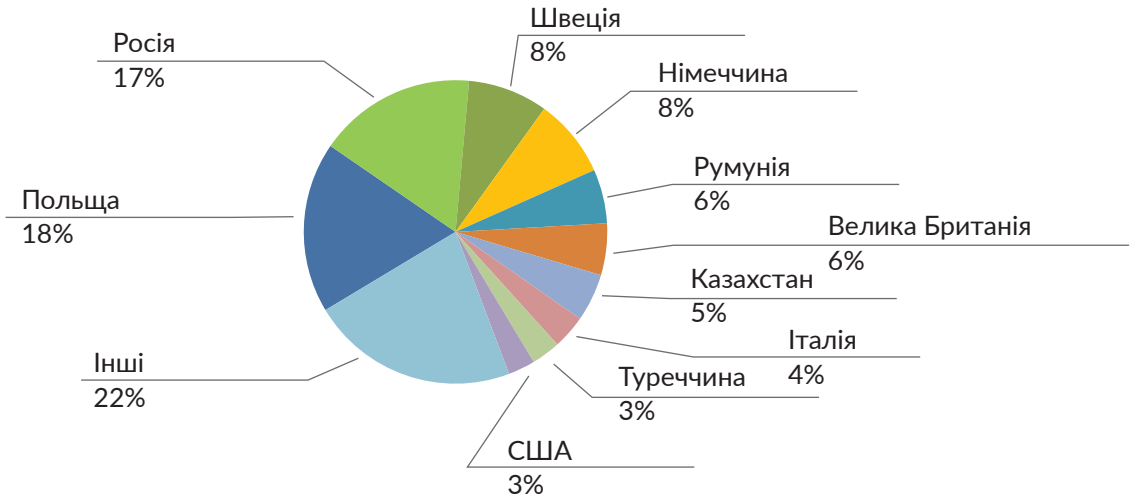
Географічна структура експорту

За підсумками 2016 р. найбільшим експортним ринком українських столярних виробів була Польща, на яку припадало 18% сукупних обсягів експорту цієї товарної позиції, що склало 16 тис. тонн на суму 22 млн дол. США.

Друге місце за обсягами українського експорту столярних виробів у 2016 р. посіла Росія, куди було поставлено 12 тис. тонн продукції на суму 21 млн дол. США.

Окрім Польщі та РФ, до основних експортних ринків українських столярних виробів також належать Швеція, Німеччина, Румунія, Велика Британія, Казахстан, Італія, Туреччина та США. На топ-10 імпортерів українських столярних виробів у 2016 р. припадало 78% загального експорту товару з України.

Графік 107.
Географічна структура експорту столярних виробів у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Питома вага країн СНД та ЄС в експорті столярних виробів у 2013-2016 рр. мала тенденцію до щорічного зниження. Так, якщо у 2013 р. вона складала 93% загального обсягу експорту товарної позиції, то у 2016 р. — вже 82%, переважно за рахунок суттєвого скорочення частки СНД, лише частково скомпенсованого зростанням частки ЄС. Питома вага країн СНД в експорті столярних виробів скоротилася з 61% у 2013 р. до 31% у 2016 р., тоді як питома вага ЄС у зазначений період зросла з 33% до 52%.

Обсяги експорту столярних виробів до інших країн світу (за винятком країн СНД та ЄС) у 2013-2016 рр. характеризувалися зростанням як фізичних, так і вартісних показників. Вони зросли з 4 тис. тонн на суму 9 млн дол. США у 2013 р. до 15 тис. тонн на 22 млн дол. у 2016 р.

Таблиця 36.
Географічна структура експорту столярних виробів

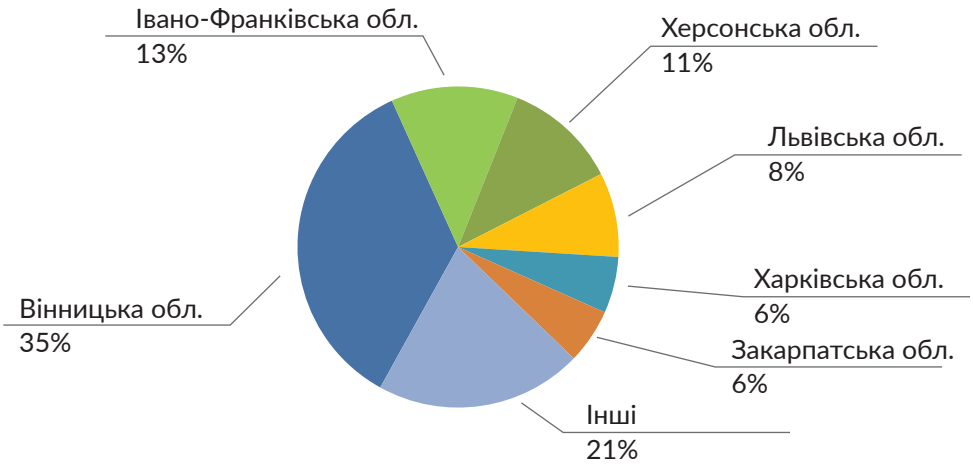
Країни	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн
Всього	124 902	58 632	132 191	64 680	124 204	80 842	122 670	88 053
СНД	75 542	32 998	75 201	34 158	57 621	33 751	37 364	23 858
ЄС	40 890	21 859	41 588	23 598	48 837	34 948	63 214	49 108
Інші країни (без СНД та ЄС)	8 470	3 775	15 402	6 924	17 746	12 144	22 091	15 086
По країнах								
Польща	16 047	6 212	16 682	6 501	17 926	10 837	22 328	15 454
Росія	34 547	12 131	37 200	15 533	30 460	16 041	20 659	11 669
Швеція	5 099	2 165	10 281	4 115	8 792	4 697	10 434	5 396
Німеччина	7 878	6 786	9 435	8 341	8 942	9 561	10 293	10 757
Румунія	3 280	1 434	1 264	630	5 047	2 369	7 062	5 884
Велика Британія	4 318	2 407	4 519	2 506	4 724	3 089	6 761	4 170
Казахстан	29 671	15 185	23 276	11 651	15 513	10 046	6 247	4 662
Італія	2 182	893	2 292	1 178	3 303	2 963	4 426	3 419
Туреччина	851	388	1 407	820	2 825	2 132	3 791	2 664
США	786	244	1 252	566	3 183	2 002	3 526	2 189
Молдова	2 586	1 118	3 271	1 382	2 959	1 630	3 458	1 878
Франція	2 282	1 388	2 138	1 379	2 282	1 728	3 417	2 867
Азербайджан	4 343	2 177	5 641	2 630	4 474	2 843	2 621	2 230
Киргизстан	663	374	1 738	821	2 239	1 494	2 201	1 604
Латвія	1 341	591	1 526	632	1 446	788	1 607	1 005
Грузія	524	274	701	441	940	632	1 482	1 126
Чехія	753	419	733	451	657	610	1 019	956
Інші	117 152	54 187	123 356	59 576	115 711	73 462	111 332	77 928

Джерело: Держстат, власні розрахунки

Структура експорту в розрізі регіонів України

Основними експортерами столярних виробів є підприємства Вінницької, Івано-Франківської, Херсонської та Львівської областей. Частка чотирьох зазначених регіонів у сукупних обсягах експорту столярних виробів із України у 2013-2016 рр. зменшилася з 72% до 68%. Крім вище названих, до основних регіонів-експортерів столярних виробів також належать Харківська, Закарпатська, Одеська, Житомирська, Чернівецька, Рівненська, Волинська, Черкаська області та місто Київ.

Графік 108.
Структура експорту столярних виробів у розрізі регіонів України у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Таблиця 37.
Регіональна структура експорту столярних виробів України

Області	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн	тис. дол. США	тонн
Всього	124 902	58 632	132 191	64 680	124 204	80 842	122 670	88 053
Вінницька обл.	35 925	13 760	37 182	15 899	37 430	20 809	43 159	26 096
Івано-Франківська обл.	8 600	4 258	14 470	6 914	13 396	9 154	15 702	10 547
Херсонська обл.	32 247	16 955	30 003	15 594	26 238	16 762	14 043	10 624
Львівська обл.	13 124	4 029	13 048	4 070	10 650	4 685	10 430	5 609
Харківська обл.	8 335	4 168	8 498	4 279	6 587	4 127	6 969	5 014
Закарпатська обл.	4 577	2 750	4 118	2 609	4 618	3 438	6 785	5 147
Одеська обл.	3 431	1 896	3 365	2 060	5 811	3 735	4 639	3 102
Житомирська обл.	2 903	1 827	4 109	2 596	3 346	2 915	4 628	3 842
Чернівецька обл.	1 609	584	1 950	672	2 386	1 186	3 746	2 882
Рівненська обл.	2 245	3 711	2 435	4 084	2 666	4 928	3 169	5 814
Волинська обл.	7 579	2 228	7 199	2 244	4 906	2 688	2 928	1 707
Черкаська обл.	713	297	988	434	1 417	754	1 783	970
місто Київ	1 096	650	1 071	597	1 558	855	1 417	1 303
Інші	2 519	1 519	3 756	2 628	3 194	4 806	3 270	5 397

Джерело: Держстат

Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність на ринку США

Логістичні витрати

Оптимальним засобом транспортування столярних виробів із України до США є морські контейнерні перевезення. Таблиця 38 подає результати розрахунку середньої вартості доставки, страхування і фрахту (CIF) 1 кг столярних виробів до США з України у порівнянні з основними країнами-експортерами цієї продукції на ринок США.

Таблиця 38.
Середня вартість доставки, страхування і фрахту (CIF) столярних виробів до США, дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна	2013	2014	2015	2016
1	Канада	0,05	0,04	0,03	0,03
2	Китай	0,20	0,18	0,18	0,14
3	Бразилія	0,14	0,12	0,13	0,13
4	Чилі	0,13	0,13	0,12	0,14
5	Індонезія	0,19	0,18	0,18	0,14
36	Україна	0,16	0,13	0,15	0,14

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Ціна на ринку США

Є два способи визначити ціну українських столярних виробів на ринку США (див. Таблицю 39):

1. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів експорту виробів столярних і теслярських будівельних деталей з України до США із врахуванням логістичних витрат.
2. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів імпорту виробів столярних і теслярських будівельних деталей до США з України.

У Таблиці 39 наведено результати розрахунку середньої ціни 1 кг столярних виробів із України на ринку США.

Таблиця 39.
Середня ціна українських столярних виробів на ринку США, дол. США за 1 кг

Рік	Середня ціна за даними щодо обсягів експорту (з врахуванням логістичних витрат)	Середня ціна за даними щодо обсягів імпорту
2013	3,38	2,45
2014	2,34	2,07
2015	1,74	2,00
2016	1,75	2,09

Джерело: Держстат, Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Причиною різних середніх цін 1 кг українських столярних виробів на ринку США за даними щодо обсягів імпорту та за даними щодо обсягів експорту з урахуванням логістичних витрат, імовірно, є присутність на ринку США українських столярних виробів, що експортуються з України до третіх країн, а вже звідти — постачаються на ринок США.

Конкурентоздатність на ринку США

З огляду на відмінності у результатах розрахунків ціни українських столярних виробів на ринку США для оцінки їхньої цінової конкурентоспроможності, доцільним видається використання ціни, розрахованої на основі даних щодо обсягів імпорту як такої, що максимально повно відображає середню ціну столярних виробів, вироблених в Україні, на ринку США.

Результати порівняння середньої ціни українських столярних виробів із середніми цінами основних країн-експортерів цієї продукції на ринок США наведені у Таблиці 40.

Таблиця 40.
Середня ціна українських столярних виробів на ринку США,
дол. США за 1 кг

№ з/п	Країна-виробник	2013	2014	2015	2016
1.	Канада	2,35	2,32	2,22	2,05
2.	Китай	2,27	2,18	2,13	1,96
3.	Бразилія	2,66	2,62	2,71	2,45
4.	Чилі	2,44	2,40	2,35	2,14
5.	Індонезія	2,88	2,83	2,90	2,60
36.	Україна	2,45	2,07	2,00	2,09

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США

Як видно з Таблиці 40, середня ціна українських столярних виробів на ринку США у 2013-2016 рр. була дещо більш схильною до коливань, аніж ціни основних експортерів. Це може бути пов'язане з девальвацією гривні у 2014 р. та її подальшими курсовими коливаннями, а також із відносно незначними обсягами поставок українських столярних виробів на ринок США.

До нецінових конкурентних переваг українських столярних виробів на зовнішніх ринках, за свідченнями іхніх виробників, можна віднести:

- досить високу якість продукції;
- вигідне співвідношення ціна—якість.

Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва столярних виробів

Столярне виробництво та деревообробка є ресурсномісткою галуззю, в якій частка використання деревини місцевого походження (бук, горіх, клен, дуб) складає до 90%. Воно також передбачає використання певних елементів із металу, пластика, шкіри, скла тощо. Основні екологічні застереження у зв'язку з постачанням компонентів для виробництва продуктів деревообробки включають руйнування ландшафту та деградацію ґрунтів; атмосферні викиди (неорганічні частки, вуглець). Процес виробництва столярної продукції та виробів з деревини створює такі екологічні проблеми, як атмосферні викиди (здебільшого неорганічні частки внаслідок технологічних операцій і вуглець).

Таблиця 41.
Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва столярних виробів

Критерії	**Етап ланцюга постачання**	
	Ресурси	**Виробництво / переробка**
Споживання матеріалів та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	3
Енергія	1	3
Викиди парникових газів	1	2
Атмосферні викиди та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	3
Споживання води та збіг з відповідними існуючими проблемами	0	1
Забруднення води та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Земля (ерозія, забруднення) та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	0
Тверді відходи та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	1
Біологічне розмаїття та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	0
Вплив на інші ланцюги постачання	2	1
Загальна кількість балів	16	15
	31 з 60	
Шкала балів: 0 — несуттєвий; 1 — низький; 2 — помірний; 3 — високий.		

Відповідно до отриманої кількості балів для товару, що аналізується, екологічний вплив інтенсифікації його виробництва можна класифікувати як середній.

Гендерний аналіз виробництва столярних виробів

Гендерний розподіл у ланцюгах вартості. Жінки не досягають рівнів власності та керівництва у 30% компаній галузі. Спостерігається скорочення частки жінок серед власників і вищого керівництва. Жінки в недостатній мірі представлені як на нижчих, так і на вищих рівнях ланцюга вартості (в тому числі в якості генеральних директорів та вищих керівників). У галузі загалом спостерігається домінування чоловіків, і лише близько 37% від усієї кількості працівників складають жінки.

Трудові питання. У галузі зафіксовано невідповідність між зарплатнею чоловіків і жінок (у чоловіків вона в середньому на 18% вища, ніж у жінок) на рівні, значно нижчому за середній по країні (26%), а також підвищення рівня оплати праці жінок (з 1 237 грн до 4 185 грн у 2008 р. та 2016 р. відповідно). Близько 57% працівників (жінок і чоловіків) працюють за трудовими угодами.

Таблиця 42.
Гендерний аналіз сектору деревообробки

Показники	Результати
Аналіз ланцюга вартості	
Збільшення частки жінок серед власників (одноосібних або співвласників)	Ні: 38% в 2008 р.; 20% у 2013 р. = **0 балів**
Збільшення частки жінок серед генеральних директорів/вищого керівництва	Ні: 18% в 2008 р.; 11% у 2013 р. = **0 балів**
Частка жінок-працівників у галузі	37% у 2015 р. = **0 балів**
Домінування жінок у структурі робочої сили загалом	37%<50% = **0 балів**
Разом	0 з 4
Праця та винагорода	
Невідповідність в оплаті праці (%)	18% = **1 бал**
Підвищення зарплатні жінок у галузі	Так: 1237 грн у 2008 р.; 4185 грн у 2016 р. **= 1 балів**
Умови праці	57% у 2015 р. = **0 балів**
Разом	***2 з 3***
ВСЬОГО	***2 з 7***

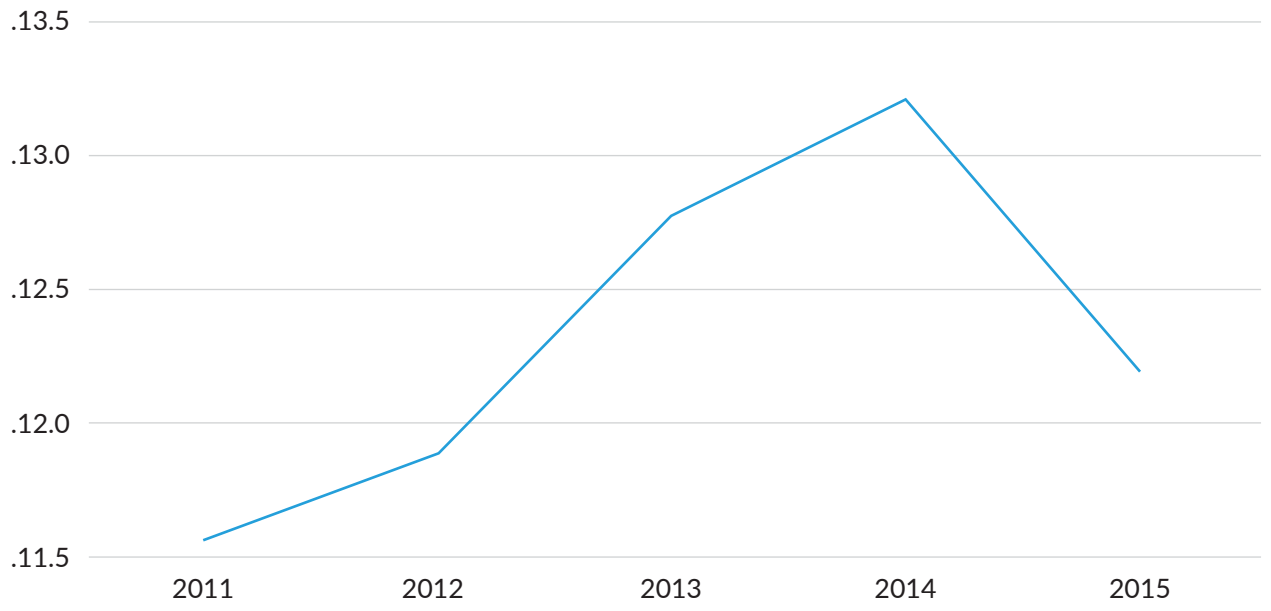
Глазурована керамічна плитка

Потенціал зростання світового ринку глазурованої керамічної плитки

Сукупний світовий імпорт

Сукупний світовий імпорт глазурованої керамічної плитки демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2014 рр. (збільшився з 11 590 млн дол. США до 13 191 млн), однак у подальшому зменшився — до 12 194 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 109).

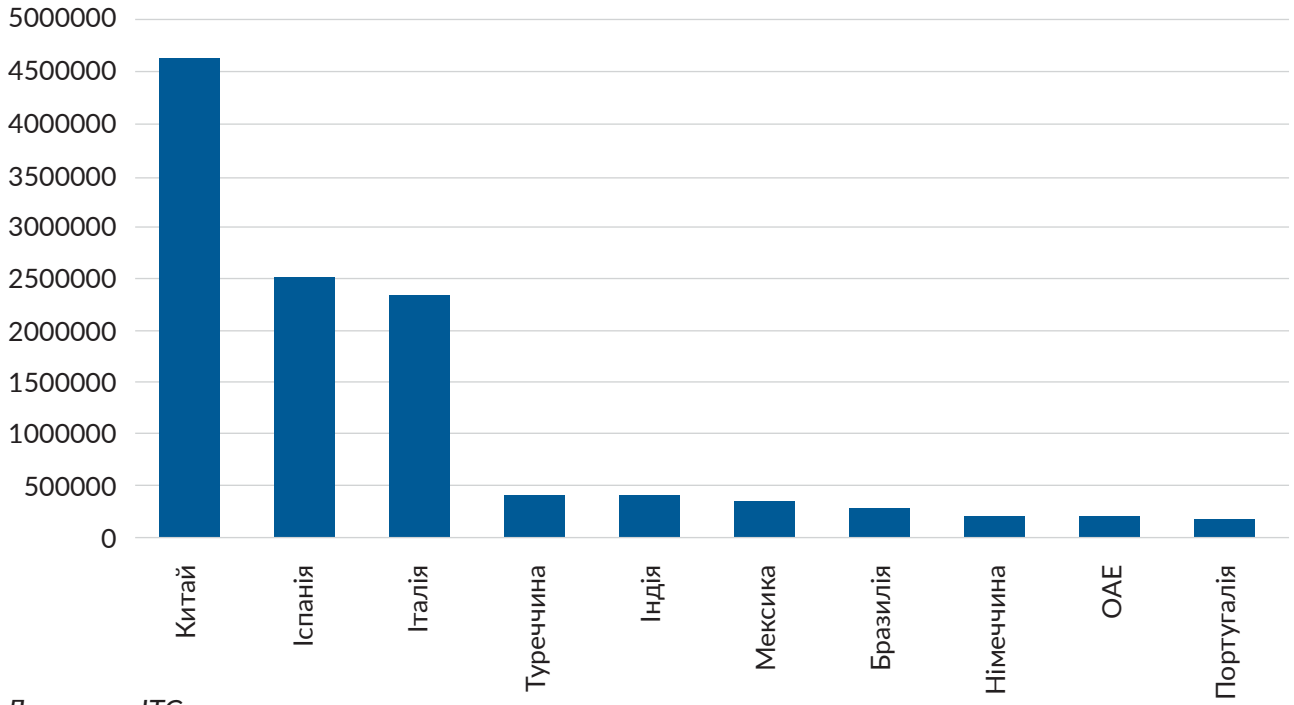
Графік 109.
Сукупний світовий імпорт глазурованої керамічної плитки, млрд дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) сукупного світового імпорту глазурованої керамічної плитки за період 2011-2015 рр. склав 1,28%. Середньорічна зміна світового імпорту за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту, дорівнює 157 млн дол. США. Найбільшими світовими експортерами глазурованої керамічної плитки у 2015 р. були Китай, Іспанія та Італія (див. Графік 110).

Графік 110.
10 найбільших світових експортерів глазурованої керамічної плитки у 2015 р., тис. дол. США

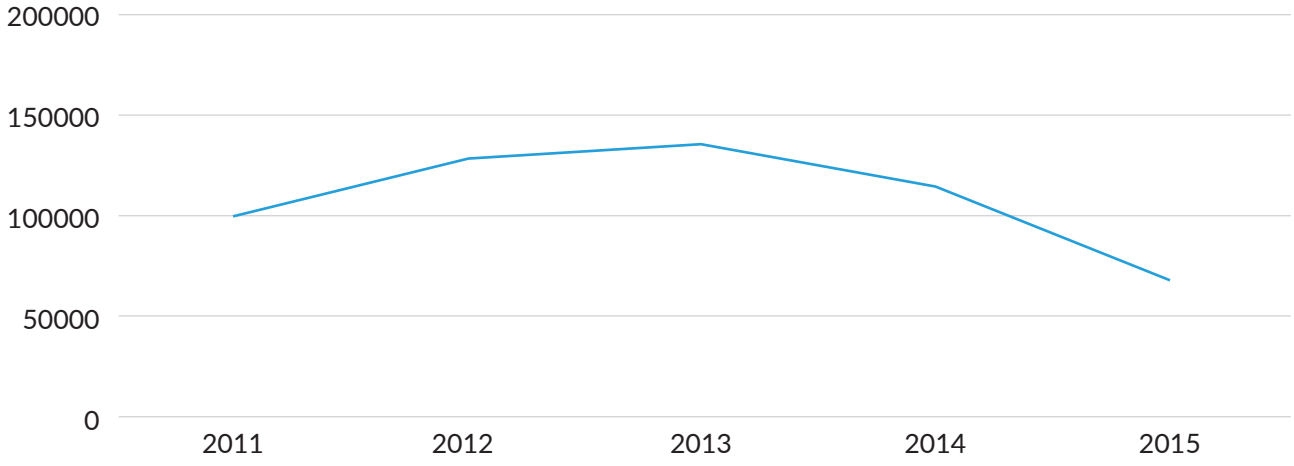


Джерело: ITC

Світовий імпорт із України

Світовий імпорт глазурованої керамічної плитки з України демонстрував позитивну тенденцію у 2011-2013 рр., однак у подальшому, у 2014-2015 рр. спостерігалося скорочення обсягів — до 68 млн дол. США у 2015 р. (див. Графік 111). Україна перебуває на 59-й позиції в списку експортерів глазурованої керамічної плитки до країн світу у 2015 р.

Графік 111.
Світовий іспорт глазурованої керамічної плитки з України, тис. дол. США

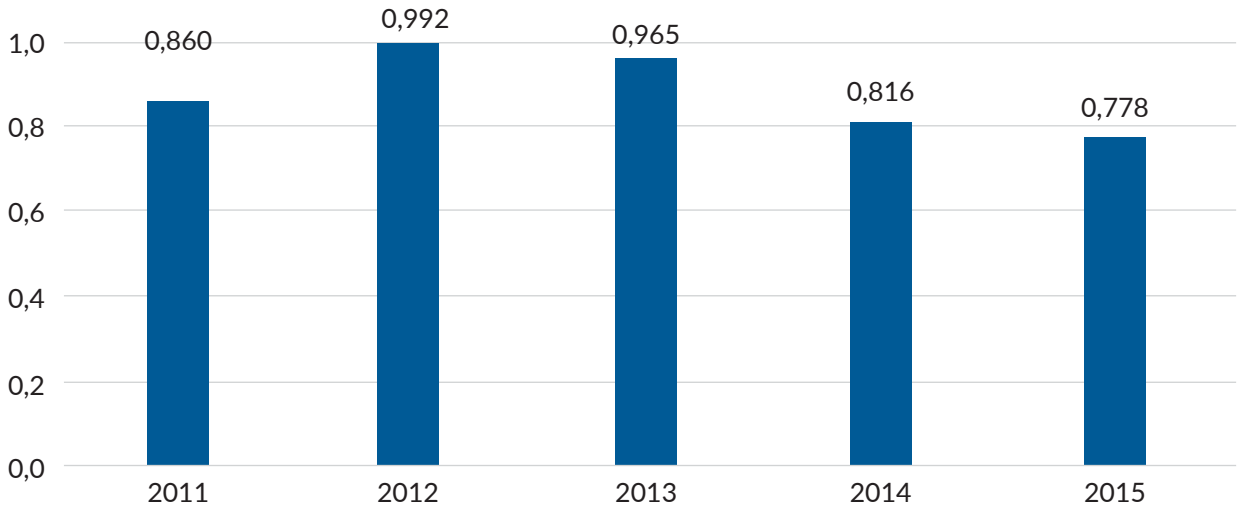


Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) світового імпорту глазурованої керамічної плитки з України за період 2011-2015 рр. склав -9,3%. Середньорічна зміна світового імпорту з України за цей період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України, дорівнює -10 млн дол. США. Частка України в сукупному світовому імпорті глазурованої керамічної плитки зменшилася з 0,98% у 2011 р. до 0,63% у 2015 р.

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі між Україною та світом для глазурованої керамічної плитки демонстрував негативну тенденцію у 2011-2015 рр.: підвищився у 2012 р. до 0,992, а потім поступово зменшився — до 0,778 у 2015 р. Середньорічна зміна показника ІІТ дорівнює -0,021. Це зменшення свідчить про зниження рівня інтеграції України у світових ланцюгах доданої вартості в досліджуваному секторі.

Графік 112.
ІІТ між Україною та світом для глазурованої керамічної плитки



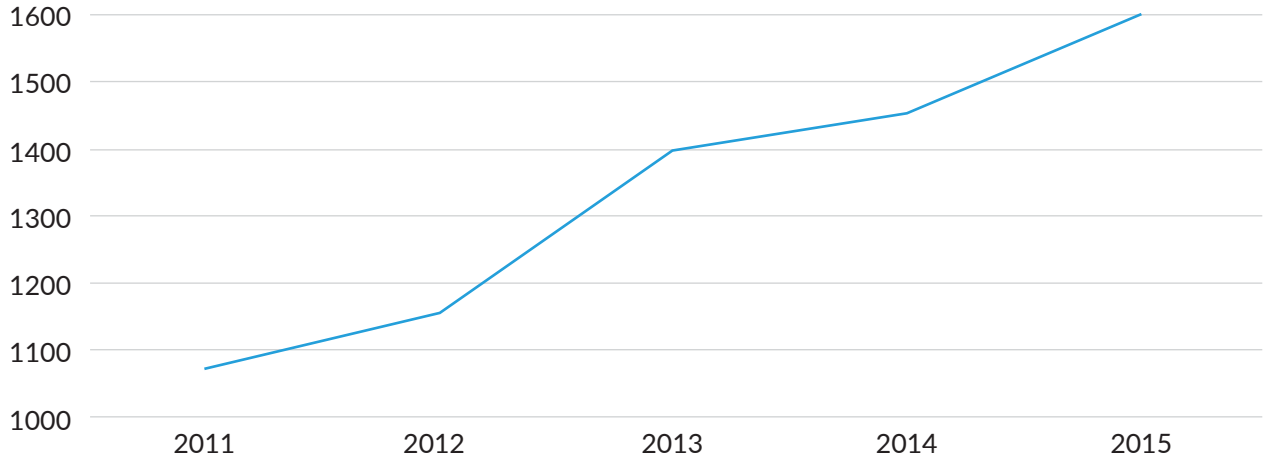
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Потенціал зростання ринку глазурованої керамічної плитки в США

Сукупний імпорт США

Сукупний імпорт США глазурованої керамічної плитки показав позитивну тенденцію у 2011-2015 рр., зрісши з 1 075 млн дол. США у 2011 р. до 1 602 млн дол. у 2015 р. (див. Графік 113).

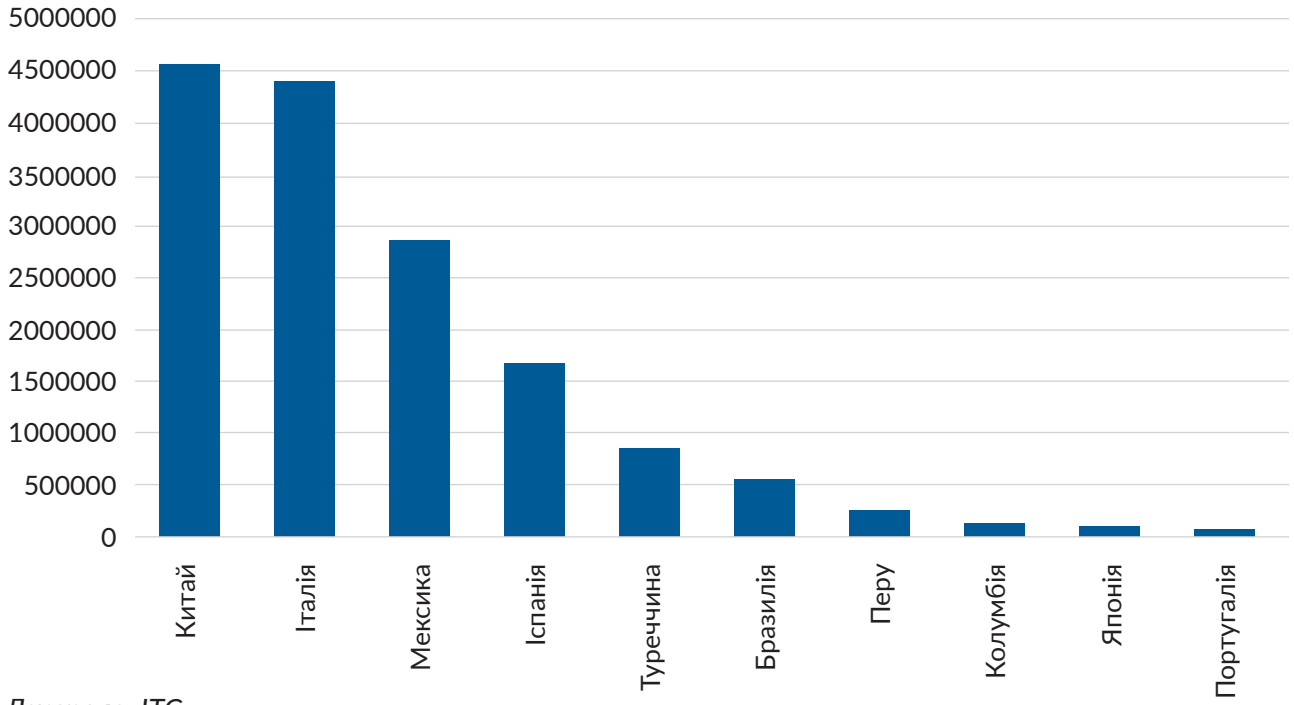
Графік 113.
Сукупний імпорт США глазурованої керамічної плитки, млн дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) усього імпорту США глазурованої керамічної плитки за період 2011-2015 рр. склав 10,49%. Середньорічна зміна сукупного імпорту США за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США, дорівнює 140 млн дол. США. Більша частка імпорту в цій категорії товарів походить із Китаю, далі йдуть Італія, Мексика, Іспанія, Туреччина та Бразилія (див. Графік 114). Україна посідає 19-ту позицію в списку експортерів глазурованої керамічної плитки до США.

Графік 114.
10 найбільших експортерів глазурованої керамічної плитки до США у 2015 р., тис. дол. США

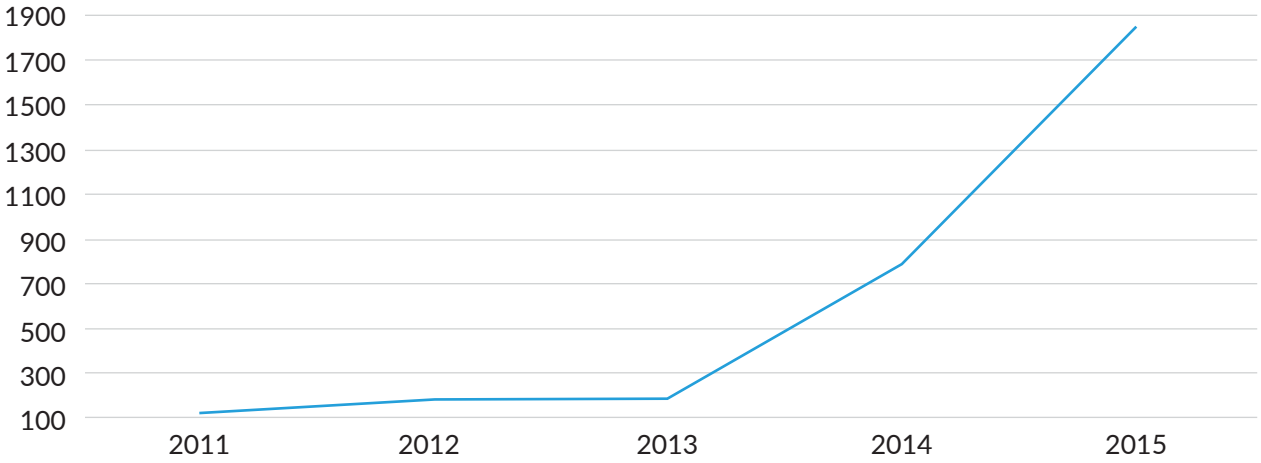


Джерело: ITC

Імпорт США з України

Імпорт США глазурованої керамічної плитки з України демонстрував позитивну тенденцію у 2012-2015 рр., зрісши з 129 тис. дол. США у 2011 р. до 1 874 тис. дол. у 2015 р. (див. Графік 115).

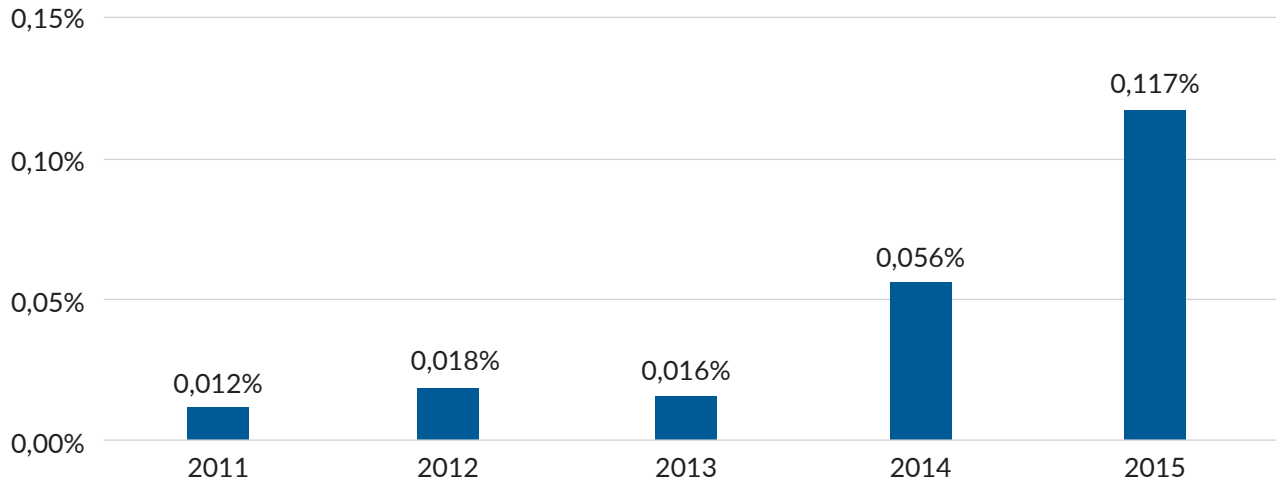
Графік 115.
Імпорт США глазурованої керамічної плитки з України, тис. дол. США



Джерело: UN Comtrade

Сукупний темп річного приросту (CAGR) імпорту США глазурованої керамічної плитки з України за період 2011-2015 рр. склав 95,3%. Середньорічна зміна імпорту США з України за досліджуваний період, розрахована як зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України, дорівнює 606 тис. дол. США. Присутність України на американському ринку глазурованої керамічної плитки мізерна (див. Графік 116). Частка України в імпорті до США за останні п'ять років зросла на 0,105 відсоткових пунктів — до 0,117% у 2015 р.

Графік 116.
Частка України в імпорті США глазурованої керамічної плитки, %



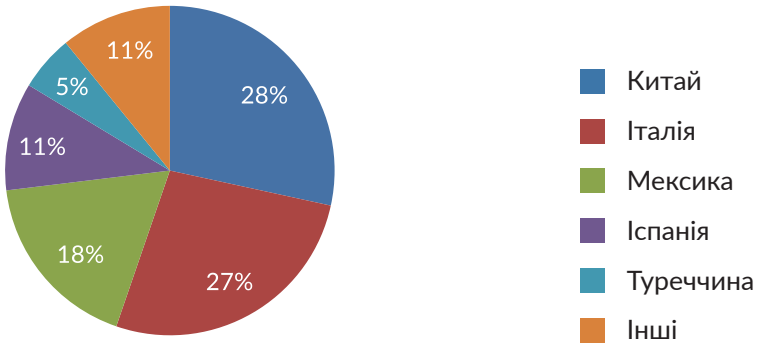
Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Доступ до ринку США

Індекс внутрішньогалузевої торгівлі (IIT) між Україною та США для глазурованої керамічної плитки залишався незмінним протягом 2011-2015 рр. і дорівнює нулю. Це значення показника свідчить про абсолютну спеціалізацію України на експорті глазурованої керамічної плитки до США.

Індекс доступу до ринку (RMA) глазурованої керамічної плитки з України до США в порівнянні з ЄС-27 дорівнює 0,89. Основними експортерами глазурованої керамічної плитки на ринок США є Китай, Італія, Мексика та Іспанія з часткою експорту 28%, 27%, 18% та 11% відповідно, після яких іде Туреччина, частка якої менша за 10%.

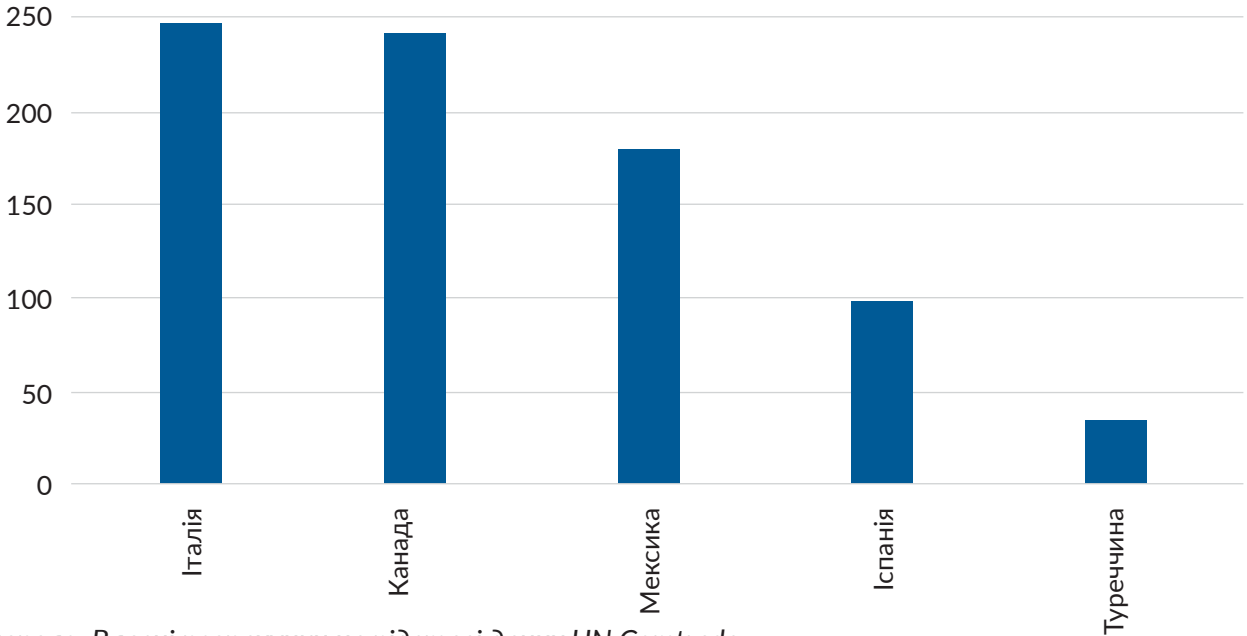
Графік 117.
П'ять найбільших експортерів глазурованої керамічної плитки до США, %



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Графік 118 демонструє відносний індекс конкурентного тиску в експорті (RECPI) для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами глазурованої керамічної плитки на ринок США. Середній показник RECPI, зважений на обсяги імпорту п'яти найбільших експортерів цього товару, дорівнює 201.

Графік 118.
RECPI для України в порівнянні з п'ятьма найбільшими експортерами глазурованої керамічної плитки до США у 2015 р.



Джерело: Власні розрахунки на підставі даних UN Comtrade

Виробничий та експортний потенціал України

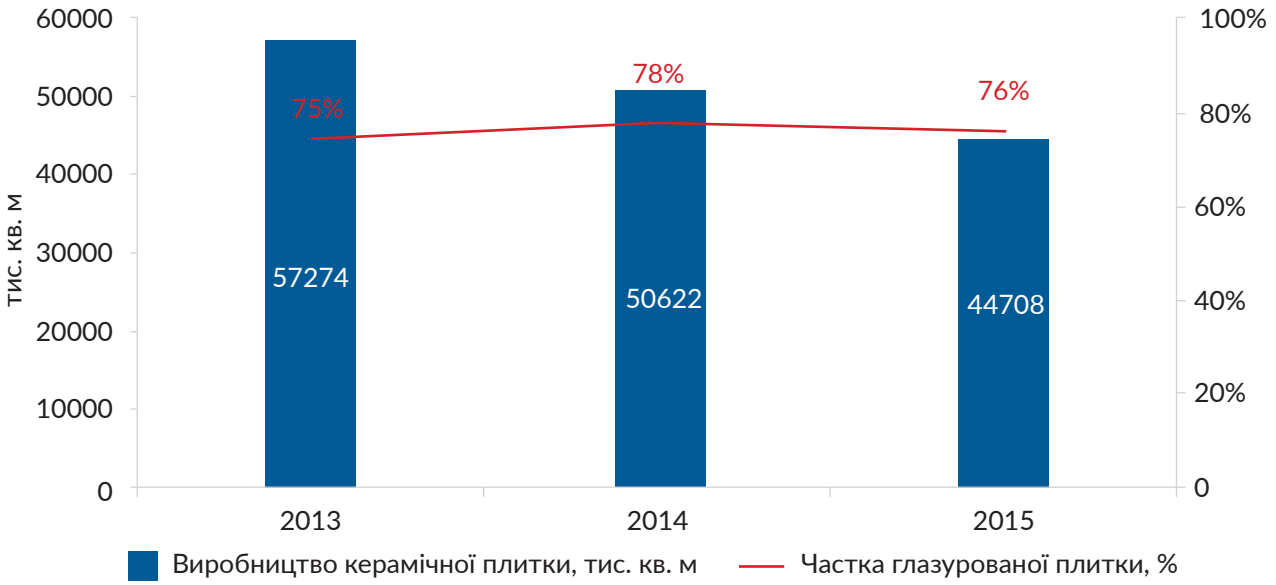
Виробництво глазурованої керамічної плитки

Обсяги виробництва та реалізації

Обсяги виробництва керамічної плитки в Україні скоротилися з 57 млн. кв. м у 2013 р. до 45 млн. кв. м у 2015 р. Частка глазурованої плитки у зазначений період істотно не змінилася та коливалася в діапазоні 75-78% (див. Графік 119).

Скорочення обсягів виробництва зумовлене низкою факторів, зокрема, загальним спадом економічної активності, девальвацією національної валюти, частковою втратою традиційних ринків збуту (насамперед Російської Федерації) та військовими діями на Сході України.

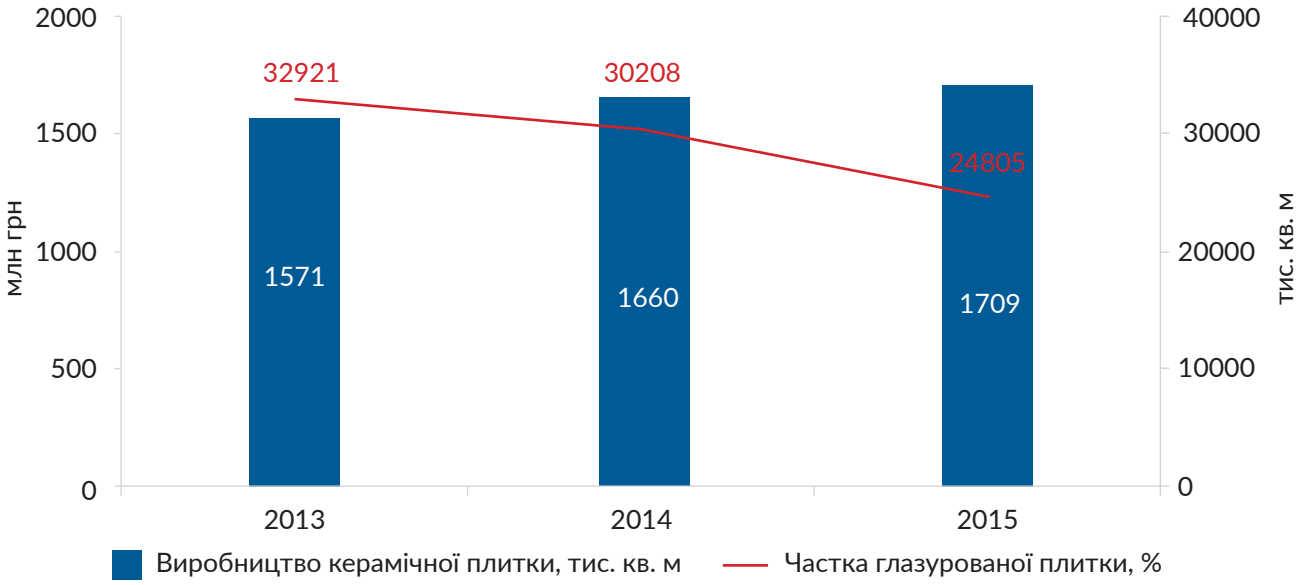
Графік 119.
Обсяги виробництва керамічної плитки в Україні



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Вартісні обсяги реалізації глазурованої керамічної плитки у 2013-2015 рр. зросли з 1,57 млрд грн до 1,71 млрд грн (див. Графік 120). Водночас їхня позитивна динаміка спостерігалась на тлі скорочення фізичних обсягів реалізації: з 33 тис. кв. м у 2013 р. до менш ніж 25 тис. кв. м у 2015 р. Зростання вартісних обсягів реалізації на тлі скорочення фізичних обсягів, вочевидь, зумовлене зростанням ціни керамічної плитки через девальвацію національної валюти.

Графік 120.
Обсяги реалізації глазурованої керамічної плитки в Україні

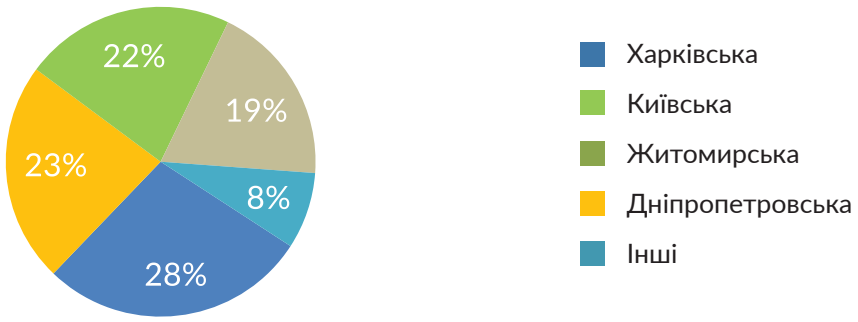


Джерело: Держстат

Основні виробники та регіональна структура виробництва

Виробництво керамічної плитки зосереджено в Харківській, Київській, Житомирській і Дніпропетровській областях. Сукупні обсяги виробництва у зазначених областях у 2015 р. склали близько 92% від загального обсягу виробництва керамічної плитки в Україні (див. Графік 121).

Графік 121.
Регіональна структура виробництва керамічної плитки у 2015 р.



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Виробництво керамічної плитки в Україні характеризується низьким рівнем диверсифікації. У 2015 р. серед 22 виробників керамічної плитки на сім з них припадало 99% обсягів виробництва, а чотири найбільші виробники контролювали до 91% ринку (див. Таблицю 43).

Таблиця 43.
Основні виробники керамічної плитки у 2015 р.

Виробник	Частка ринку	Розташування
ПАТ «Харківський плитковий завод»	28%	Харківська область
ТОВ «РМ-Інвест»	23%	Київська область
ТОВ «Церсаніт Інвест»	22%	Житомирська область
ПрАТ підприємство з іноземними інвестиціями «Інтеркерама»	19%	Дніпропетровська область
Інші	8%	

Джерело: Держстат, власні розрахунки

Забезпеченість сировиною для виробництва глазурованої керамічної плитки

Основною сировиною для виробництва глазурованої керамічної плитки є каолінові глини. В Україні зосереджено близько 10% світових запасів каоліну. За обсягами запасів вона поступається тільки США, Великій Британії та Китаю. При цьому на Україну припадає менше 1% світового виробництва каоліну. В Україні добувається в 10 раз менше каоліну, ніж у Великій Британії, і в 5-6 раз менше, ніж у Чехії, запаси каолінів у якій значно менші.

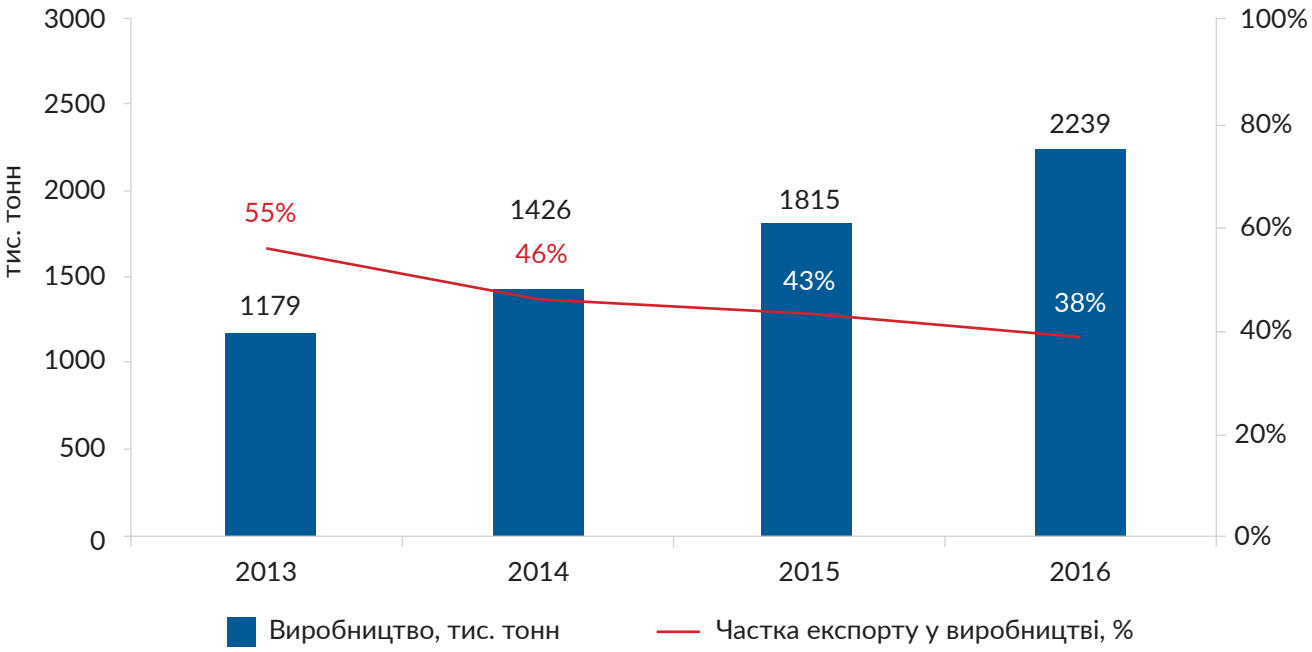
За якістю українські каоліни одні з найкращих. Вихід каолінового концентрату з вінницьких каолінів понад 60% (при 20-30%, приміром, для каолінів Чехії), а білизна часто складає близько 90% і більше.

Діапазон і спектр використання каолінів надзвичайно широкий: паперова продукція, керамічна (порцеляна, фаянс), електротехнічна (ізолятори), вогнетривка, алюмінієве виробництво, текстильна, кабельна, гумова, хімічна, миловарна, парфумерна продукція, виробництво олівців і мінеральних фарб, наповнювач у фармації.

Обсяги виробництва каолінових глин протягом останніх років динамічно зростали (у 2013-2016 рр. приріст склав майже 90% — до 2,2 млн. тонн (див. Графік 122).

Частка експорту у виробництві каоліну протягом останніх трьох років суттєво зменшилася: на 18 відсоткових пунктів — до 38% у 2016 р.

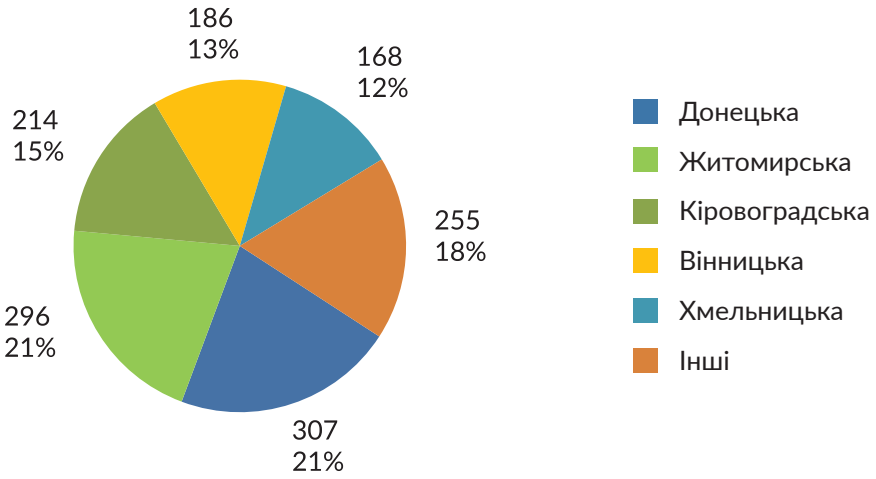
Графік 122.
Обсяги виробництва каоліну в Україні та частка експорту у виробництві



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Основне виробництво каолінів в України сконцентроване в Донецькій, Житомирській, Кіровоградській та Вінницькій областях, на які припадає майже 60% обсягів виробництва.

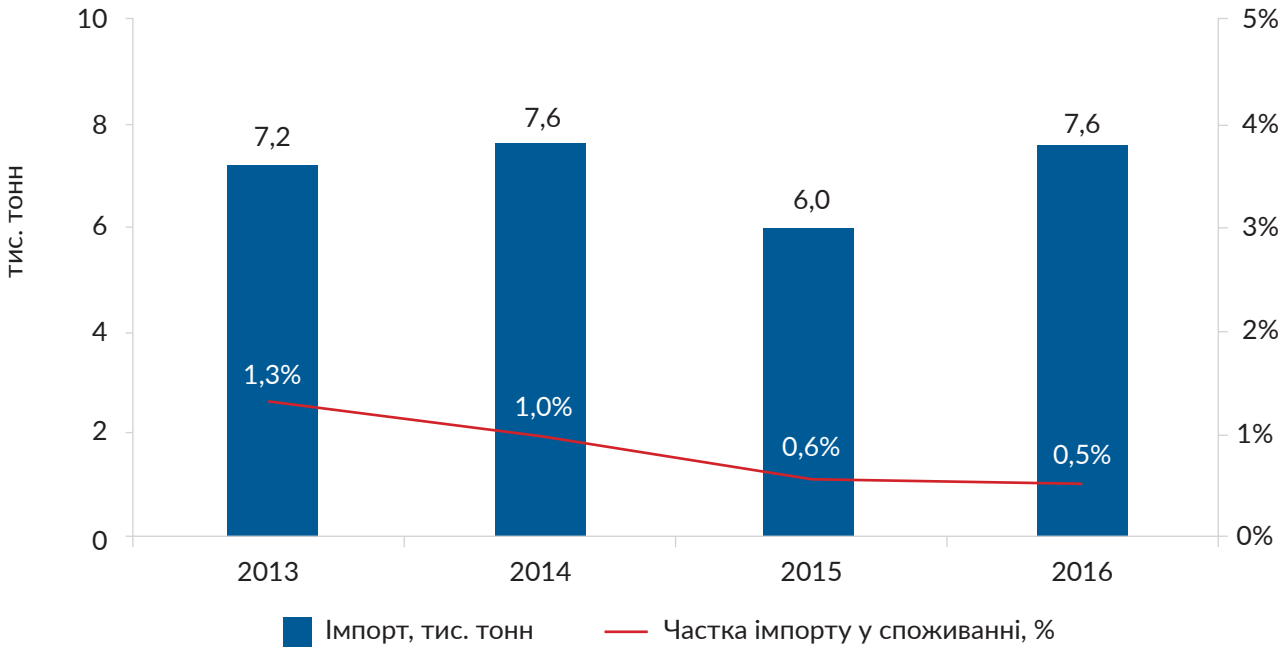
Графік 123.
Регіональна структура виробництва каоліну в Україні в 2014 р.



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Обсяги українського імпорту каолінових глин є несуттєвими (менше 10 тис. тонн на рік), а їхня питома вага у споживанні не перевищує 1,5% (див. Графік 124).

Графік 124.
Обсяги імпорту каоліну в Україні



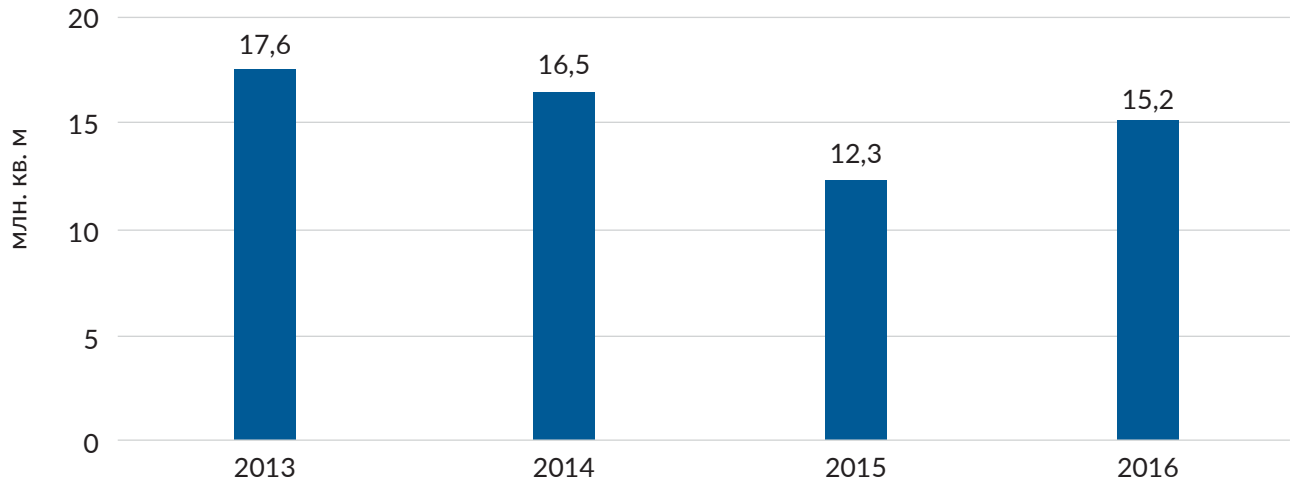
Джерело: Держстат, власні розрахунки

Експорт керамічної плитки

Обсяги експорту

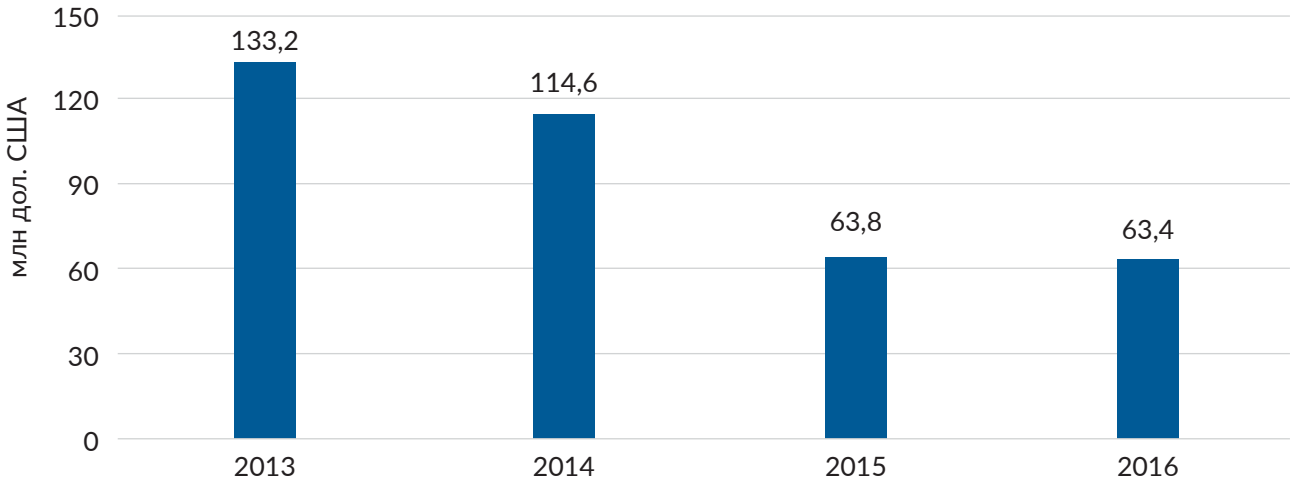
Фізичні обсяги експорту керамічної плитки скоротилися з 18 млн кв. м у 2013 р. до 12 млн. кв. м у 2015 р. та відновилися до рівня 15 млн кв. м у 2016 р. (див. Графік 125). Вартісні обсяги експорту у зазначений період скоротилися з 133 млн дол. у 2013 р. до 63 млн дол. США у 2016 р. (див. Графік 126).

Графік 125.
Фізичні обсяги експорту керамічної плитки



Джерело: Держстат

Графік 126.
Вартісні обсяги експорту керамічної плитки



Джерело: Держстат

Головним чином з України експортується керамічна плитка, яка підпадає під код УКТ ЗЕД 690890 «-інші». Зазначена продукція в загальному обсязі експорту товарної позиції 6908 «Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї» у 2013-2016 рр. складає майже 100%.

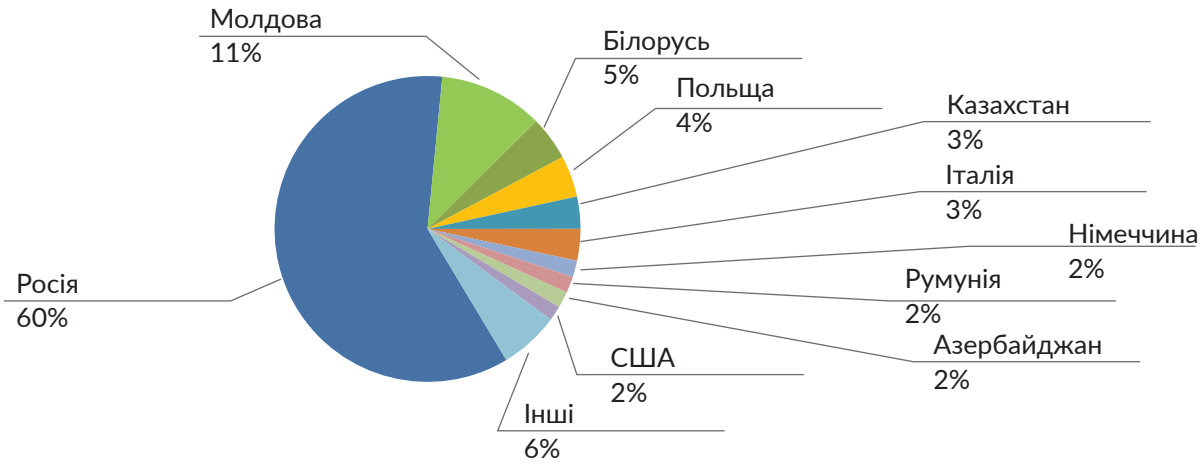
Географічна структура експорту

Основним експортним ринком для української глазурованої керамічної плитки є Росія. Її частка в експорті продукції у 2013-2016 рр. коливалася в межах 73-60%. При цьому обсяг експорту глазурованої керамічної плитки до Російської Федерації протягом зазначеного періоду мав усталену тенденцію до скорочення. Так, якщо у 2013 р. на ринок РФ було поставлено 12 млн кв. м на суму 97 млн дол., то у 2016 р. поставлено вже лише 9 млн кв. м на суму 38 млн дол. США.

Другим за значенням ринком збуту української глазурованої керамічної плитки протягом 2013-2015 р. був ринок Казахстану із середньорічним обсягом поставок в 1,6 млн. кв. м, однак за підсумками 2016 р. Казахстан опинився лише на п'ятому місці, пропустивши попереду себе Молдову, Білорусь та Польщу. За підсумками 2016 р. друге місце в експорті посіла Молдова з обсягом споживання української глазурованої керамічної плитки у 1,9 млн. кв. м (на суму 7 млн дол. США).

Крім Росії, Молдови, Білорусі, Польщі та Казахстану, до топ-10 основних експортних ринків української глазурованої керамічної плитки також належать Італія, Німеччина, Румунія, Азербайджан і США. На топ-10 країн — основних імпортерів української глазурованої керамічної плитки у 2016 р. припало 94% загального експорту товару з України.

Графік 127.
Географічна структура експорту глазурованої керамічної плитки у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Експорт керамічної плитки до країн ЄС та СНД у 2013 р. складав 99% від загального обсягу експорту цієї товарної позиції з України. У 2014-2016 рр. частка цих регіонів дещо зменшилася, головним чином за рахунок скорочення поставок до країн СНД, і в середньому склала 97%.

Обсяги поставок до інших країн світу (за винятком країн ЄС та СНД) у 2013-2016 рр. зростали. У 2013 р. експорт керамічної плитки до цих країн склав 68 тис. кв. м на суму 700 тис. дол., а у 2016 р. — уже 307 тис. кв. м на суму 1,8 млн дол. США.

Таблиця 44.
Географічна структура експорту глазурованої керамічної плитки

Країни	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тис. кв. м	тис. дол. США	тис. кв. м	тис. дол. США	тис. кв. м	тис. дол. США	тис. кв. м
Всього	133 189	17 565	114 541	16 480	63 834	12 293	63 377	133
СНД	129 468	16 928	107 511	15 411	57 264	11 107	51 734	12 819
ЄС	3 020	569	4 129	738	4 302	917	9 815	2 071
Інші (крім СНД та ЄС)	700	68	2 901	331	2 268	270	1 828	307
По країнах								
Росія	97 191	12 130	79 104	10 833	39 507	7 332	38 091	9 353
Молдова	9 046	1 748	9 779	1 935	6 905	1 740	6 978	1 910
Білорусь	3 426	492	2 949	444	1 956	342	2 934	729
Польща	7	2	896	155	942	216	2 782	828
Казахстан	15 000	1 866	11 393	1 585	7 338	1 331	2 149	458
Італія	1	0,1	2	0,2	16	2	2 117	196
Німеччина	963	186	1 145	200	729	139	1 111	168
Румунія	426	118	476	159	684	211	1 096	293
Азербайджан	2 994	346	3 413	387	770	120	1 080	227
США	185	13	2 220	248	1 533	159	992	128
Інші	3 951	663	3 163	533	3 454	701	4 047	907
Ізраїль	2 053	408	1 061	211	1 124	266	1 067	262
Азербайджан	2 164	276	5 092	686	1 542	243	805	152
ОАЕ	48	8	183	29	602	129	743	229
Туреччина	950	92	662	103	983	148	672	185
Інші	66 068	13 950	25 418	4 870	10 067	1 340	14 523	3 017

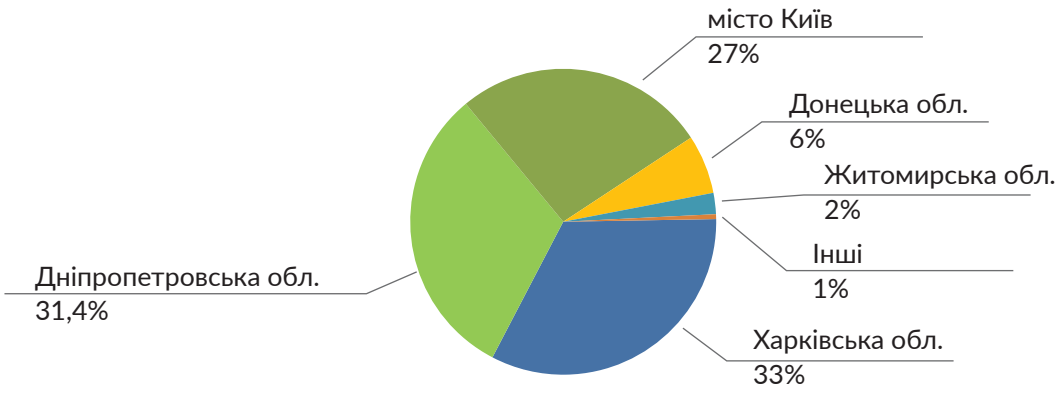
Джерело: Держстат, власні розрахунки

Структура експорту в розрізі регіонів України

Основними експортерами глазурованої керамічної плитки є підприємства Харківської та Дніпропетровської областей і міста Києва. Лідером за обсягами фізичних поставок у 2016 р. є місто Київ із обсягом у 6 млн кв. м, а за вартістю експортованої керамічної плитки — Харківська область, яка експортувала керамічної плитки на суму 21 млн дол. США.

Частка трьох зазначених регіонів у сукупних обсягах експорту керамічної плитки з України у 2013-2016 рр. коливалася в межах 91-95%. Крім Харківської та Дніпропетровської областей і міста Києва, до основних регіонів експорту керамічної плитки також належать Донецька, Житомирська, Івано-Франківська, Полтавська, Одеська і Черкаська області.

Графік 128.
Структура експорту глазурованої керамічної плитки в розрізі регіонів України у 2016 р., %



Джерело: Держстат, власні розрахунки

Таблиця 45.
Структура експорту глазурованої керамічної плитки в розрізі регіонів України

Області	2013 р.		2014 р.		2015 р.		2016 р.	
	тис. дол. США	тис. кв. м	тис. дол. США	тис. кв. м	тис. дол. США	тис. кв. м	тис. дол. США	тис. кв. м
Всього	133 189	17 565	114 541	16 480	63 834	12 293	63 377	133
Харківська	61 916	8 522	54 502	7 853	26 826	4 924	20 872	4 416
Дніпропетровська	36 543	4 247	35 229	4 476	20 896	3 773	19 873	3 999
м. Київ	26 277	3 916	19 185	3 448	11 584	2 864	16 933	5 957
Донецька	7 123	704	3 381	338	2 584	378	3 951	448
Житомирська	1 166	150	2 043	338	1 578	314	1 423	332
Івано-Франківська	152	25	159	24	98	24	167	39
Полтавська			13	0,1	134	3	87	1
Одеська	2	0,1	3	0,2	5	0,6	26	2
Черкаська					65	9	12	1
Інші	5	0,2	28	3	65	5	32	3

Джерело: Держстат

Логістичні витрати, ціна та конкурентоздатність на ринку США

Логістичні витрати

Оптимальним засобом транспортування керамічної плитки з України до США є морські контейнерні перевезення. У Таблиці 46 наведено результати розрахунку середньої вартості до-

ставки, страхування і фрахту (CIF) 1 кв. м керамічної плитки до США з України у порівнянні з основними країнами-експортерами цієї продукції на ринок США.

Таблиця 46.
Середня вартість доставки, страхування і фрахту (CIF) керамічної плитки до США з України за даними США, дол. США за 1 кв. м

№ з/п	Країна	2013	2014	2015	2016
1	Італія	2,24	2,22	2,16	2,15
2	Китай	1,80	1,94	1,88	1,36
3	Мексика	0,40	0,37	0,35	0,33
4	Іспанія	1,92	2,04	1,93	1,75
5	Туреччина	0,92	1,36	1,49	1,52
36	Україна	2,37	1,05	2,23	2,28

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Ціна на ринку США

Є два способи визначити ціну української глазурованої керамічної плитки на ринку США (див. Таблицю 47):

1. За даними щодо фізичних і вартісних обсягів експорту керамічної плитки з України до США з врахуванням логістичних витрат.
2. За даними щодо фізичних та вартісних обсягів імпорту керамічної плитки у США з України.

У Таблиці 47 наведено результати розрахунку середньої ціни 1 кв. м української глазурованої керамічної плитки на ринку США.

Таблиця 47.
Середня ціна української глазурованої керамічної плитки на ринку США, дол. США за 1 кв. м

Рік	Середня ціна за даними щодо обсягів експорту (з врахуванням логістичних витрат)	Середня ціна за даними щодо обсягів імпорту
2013	16,19	15,92
2014	10,01	5,29
2015	11,86	9,80
2016	10,00	9,15

Джерело: Держстат, Комісія з міжнародної торгівлі США, власні розрахунки

Причиною того, що середня ціна 1 кв. м української керамічної плитки на ринку США за даними щодо обсягів імпорту нижча, ніж за даними щодо обсягів експорту з урахуванням логістичних витрат, імовірно, є присутність на ринку США значних обсягів української керамічної плитки,

що експортується з України до третіх країн, а вже звідти — постачається на ринок США. Зокрема в Україні розміщено частину виробничих потужностей польських та італійських виробників керамічної плитки.

Конкурентоздатність на ринку США

З огляду на істотні відмінності у результатах розрахунків ціни української плитки на ринку США для оцінки її цінової конкурентоспроможності, доцільним видається використання ціни, розрахованої на основі даних щодо обсягів імпорту як такої, що максимально повно відображає середню ціну керамічної плитки, виробленої в Україні, на ринку США.

Результати порівняння середньої ціни української плитки з середніми цінами основних країн-експортерів цієї продукції на ринок США наведені у Таблиці 48.

Таблиця 48.
Середня ціна керамічної плитки на ринку США, дол. США за 1 кв. м

№ з/п	Країна-виробник	2013	2014	2015	2016
1.	Італія	18,58	19,33	18,73	18,30
2.	Китай	8,47	9,16	9,38	8,67
3.	Мексика	6,07	6,17	5,87	5,91
4.	Іспанія	14,00	15,33	13,90	12,93
5.	Туреччина	9,63	10,76	11,09	10,72
24.	Україна	15,92	5,29	9,80	9,15

Джерело: Комісія з міжнародної торгівлі США

Як видно з Таблиці 48, середня ціна української керамічної плитки на ринку США у 2013-2016 рр. характеризувалася високою волатильністю, тоді як ціни основних експортерів загалом залишалися стабільними. Це може бути пов'язано зі стрімкою девальвацією гривні у 2014 р. та її подальшими курсовими коливаннями, а також з відносно незначними обсягами поставок української плитки на ринок США.

До нецінових конкурентних переваг української керамічної плитки на зовнішніх ринках, за свідченнями її виробників, можна віднести:

- досить високу якість продукції;
- вигідне співвідношення ціна—якість;
- екологічність продукції;
- сучасний дизайн.

Оцінка впливу на навколишнє середовище виробництва керамічної плитки

Виробництво глазурованої керамічної і тротуарної плитки є ресурсномістким процесом, в якому основними компонентами є глина та кварцовий пісок (90%), польовий шпат (5%) і вода (5%). Вся ця сировина постачається в межах України. Основні екологічні застереження у зв'язку із постачанням компонентів для виробництва керамічної плитки включають руйнування ландшафту та деградацію ґрунтів; атмосферні викиди (неорганічні частки; сажа, азот, вуглець та оксиди сірки внаслідок спалювання палива); споживання води (для гідравлічного видобування) та забруднення води (внаслідок ерозії порушеного ґрунту). Процес виробництва глазурованої керамічної і тротуарної плитки створює такі екологічні проблеми, як атмосферні викиди (головним чином неорганічні частки внаслідок технологічних операцій: сажа, азот, вуглець та оксиди сірки через спалювання палива); утворення стічних вод із підвищеним вмістом неорганічних домішок; утворення виробничих відходів. Слід зазначити, що відповідні виробничі об'єкти зазвичай розташовуються в індустріальних регіонах, які вже забруднені.

Таблиця 49.
Оцінка впливу на навколишнє середовище: керамічна плитка

Критерії	**Етап ланцюга постачання**	
	Ресурси	**Виробництво / переробка**
Споживання матеріалів та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	2
Енергія	2	3
Викиди парникових газів	2	3
Атмосферні викиди та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	3
Споживання води та збіг з відповідними існуючими проблемами	1	3
Забруднення води та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	1
Земля (ерозія, забруднення) та збіг з відповідними існуючими проблемами	2	0
Тверді відходи та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	2
Біологічне розмаїття та збіг з відповідними існуючими проблемами	3	1
Вплив на інші ланцюги постачання	3	1
Загальна кількість балів	23	18
	42 з 60	
Шкала балів: 0 — несуттєвий; 1 — низький; 2 — помірний; 3 — високий.		

Відповідно до отриманої кількості балів для товару, що аналізується, екологічний вплив інтенсифікації його виробництва можна класифікувати як високий.

Гендерний аналіз виробництва глазурованої керамічної плитки

Гендерний розподіл у ланцюгах вартості. Жінки не досягають рівнів власності та керівництва в 30% компаній галузі. Спостерігається скорочення частки жінок серед власників і вищого керівництва. Жінки в недостатній мірі представлені як на нижчих, так і на вищих рівнях ланцюга вартості (в тому числі в якості генеральних директорів та вищих керівників). У галузі загалом спостерігається домінування чоловіків, і лише близько 30% від усієї кількості працівників складають жінки.

Трудові питання. У галузі зафіксовано невідповідність між зарплатнею чоловіків і жінок (у чоловіків вона в середньому на 16% вища, ніж у жінок) на рівні, значно нижчому за середній по країні (26%), а також підвищення рівня оплати праці жінок (з 1 514 грн до 4 460 грн в 2008 р. та 2016 р. відповідно). Близько 67% працівників (жінок і чоловіків) працюють за трудовими договорами.

Таблиця 50.
Гендерний аналіз сектору керамічна плитка

Показники	Результати
Аналіз ланцюга вартості	
Збільшення частки жінок серед власників (одноосібних або співвласників)	Ні: 38% в 2008 р.; 24% у 2013 р. = **0 балів**
Збільшення частки жінок серед генеральних директорів/вищого керівництва	Ні: 18% в 2008 р.; 8% у 2013 р. = **0 балів**
Частка жінок-працівників у галузі	31% у 2015 р. = **0 балів**
Домінування жінок у структурі робочої сили загалом	31%<50% = **0 балів**
Разом	0 з 4
Праця та винагорода	
Невідповідність в оплаті праці (%)	16% = **1 бал**
Підвищення зарплатні жінок у галузі	Ні: 1514 грн. в 2008 р.; 4460 грн. у 2016 р. = **1 бал**
Умови праці	67% у 2015 р. = **0 балів**
Разом	***2 з 3***
ВСЬОГО	***2 з 7***

Підрахунок балів

Детальні результати підрахунку балів за шістьма категоріями товарів представлені в Таблиці 51 нижче.

Таблиця 51.
Детальний підрахунок балів

Товари / Критерії	Кондитерські вироби з цукру	Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	Борошняні кондитерські вироби	Міцні алкогольні напої	Столярні вироби	Глазурована керамічна плитка
1. Потенціал зростання світового ринку	**3,0**	**3,0**	**3,3**	**1,0**	**2,0**	**2,7**
1.1. Зростання сукупного світового імпорту	3,0	4,0	5,0	0,0	1,0	2,0
1.2. Зростання світового імпорту з України	3,0	0,0	1,0	2,0	5,0	4,0
1.3. Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу	3,0	5,0	4,0	1,0	0,0	2,0
2. Потенціал зростання ринку США	**0,0**	**1,0**	**3,3**	**3,0**	**4,0**	**3,7**
2.1. Зростання сукупного імпорту США	0,0	1,0	4,0	5,0	3,0	2,0
2.2. Зростання імпорту США з України	0,0	1,0	3,0	2,0	5,0	4,0
2.3. Зростання української частки в імпорті США	0,0	1,0	3,0	2,0	4,0	5,0
3. Доступ до ринку США	**1,7**	**2,0**	**2,0**	**3,0**	**2,3**	**4,0**
3.1. Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США	4,0	1,0	3,0	0,0	2,0	5,0
3.2. Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС	0,0	2,0	3,0	4,0	1,0	5,0
3.3. Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України стосовно найбільших експортерів до США	1,0	3,0	0,0	5,0	4,0	2,0

4. Виробничий та експортний потенціал України	**3,0**	**1,5**	**2,5**	**2,0**	**4,5**	**1,5**
4.1. Зростання обсягів українського виробництва	3,0	2,0	5,0	0,0	4,0	1,0
4.2. Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС	3,0	1,0	0,0	4,0	5,0	2,0
5. Екологічні наслідки	**5,0**	**4,0**	**2,0**	**3,0**	**1,0**	**0,0**
6. Гендерні наслідки	**1,0**	**1,0**	**1,0**	**1,0**	**1,0**	**1,0**

Узагальнення результатів підрахунку балів за шістьма категоріями товарів представлено в Таблиці 52 нижче.

Таблиця 52.
Узагальнення результатів підрахунку балів

Товари	Потенціал зростання світового ринку			Потенціал зростання ринку США			Доступ до ринку США			Виробничий та експортний потенціал України			Екологічні наслідки			Гендерні наслідки			ВСЬОГО
	Бали	Вага	Зва-жений бал	Бали	Вага	Зва-жений бал	Бали	Вага	Зва-жений бал	Бали	Вага	Зва-жений бал	Бали	Вага	Зва-жений бал	Бали	Вага	Зва-жений бал	
Кондитерські вироби з цукру	3,00	10%	0,30	0,00	30%	0,00	1,67	30%	0,50	3,00	20%	0,60	5,00	5%	0,25	1,00	5%	0,05	1,70
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	3,00	10%	0,30	1,00	30%	0,30	2,00	30%	0,60	1,50	20%	0,30	4,00	5%	0,20	1,00	5%	0,05	1,75
Борошняні кондитерські вироби	3,33	10%	0,33	3,33	30%	1,00	2,00	30%	0,60	2,50	20%	0,50	2,00	5%	0,10	1,00	5%	0,05	2,58
Міцні алкогольні напої	1,00	10%	0,10	3,00	30%	0,90	3,00	30%	0,90	2,00	20%	0,40	3,00	5%	0,15	1,00	5%	0,05	2,50
Столярні вироби	2,00	10%	0,20	4,00	30%	1,20	2,33	30%	0,70	4,50	20%	0,90	1,00	5%	0,05	1,00	5%	0,05	3,10
Глазурована керамічна плитка	2,67	10%	0,27	3,67	30%	1,10	4,00	30%	1,20	1,50	20%	0,30	0,00	5%	0,00	1,00	5%	0,05	2,92

Обґрунтування підрахунку балів

Нижче подано коротке обґрунтування кожного підрахунку балів шести товарних категорій, розташованих за критеріями рейтингу (див. Таблицю 7).

Кондитерські вироби з цукру

Потенціал зростання світового ринку

Зростання сукупного світового імпорту. Зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту за період 2011-2015 рр. склало **186,7 млн дол. США.** Цей показник третій серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Зростання світового імпорту з України. Зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України продемонструвало спад на **-19,4 млн дол. США** за період 2011-2015 рр. Цей показник третій серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **три бали**.

Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу. Середньорічна зміна показника ІІТ між Україною та світом за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,018 відсоткових пунктів.** Цей показник третій серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Потенціал зростання ринку США

Зростання сукупного імпорту США. Зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США за період 2011-2015 рр. склало **59,1 млн дол. США.** Це значення шосте серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **нуль балів**.

Зростання імпорту США з України. Зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України за період 2011-2015 рр. продемонструвало спад на **17 тис. дол. США**. Це значення шосте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **нуль балів**.

Зростання української частки імпорту США. Середнє зростання частки України в сукупному імпорті США за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,0000356**. Це значення шосте серед шести товарних груп, відтак в результаті маємо **нуль балів**.

Доступ до ринку США

Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США. середнє значення ІІТ між Україною та США за період 2011-2015 рр. склало **0,062.** Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали.**

Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС. Значення RMA для України на ринку США в порівнянні з ЄС-27 у 2015 р. дорівнює **0,13.** Це значення найнижче серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **нуль балів**.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експор-

терів до США. Середнє значення показника RECPI для України щодо п'яти найбільших експортерів до США, зважене на їхні обсяги імпорту у 2015 р., дорівнює **412**. Це значення п'яте серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **один бал**.

Виробничий та експортний потенціал України

Зростання обсягів українського виробництва. Зважене на CAGR середнє значення обсягів українського виробництва за період 2013-2015 рр. склало **279,5 млн дол. США**. Цей показник третій серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **три бали**.

Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС. Зважене на CAGR середнє значення українського експорту до країн поза СНД та ЄС за період 2013-2015 рр. склало **1,6 млн дол. США.** Цей показник третій серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Екологічні та гендерні наслідки

Сума балів екологічної оцінки для кондитерських виробів із цукру (25) була першою серед шести товарних груп; у результаті маємо **п'ять балів**.

Сума балів гендерного аналізу для кондитерських виробів з цукру (3) була однаковою для всіх шести категорій товарів, відтак у результаті маємо **один бал**.

Шоколад та харчові продукти із вмістом какао

Потенціал зростання світового ринку

Зростання сукупного світового імпорту. Зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту за період 2011-2015 рр. склало **771,3 млн дол. США.** Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Зростання світового імпорту з України. Зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України продемонструвало спад на **-121 млн дол. США** за період 2011-2015 рр. Це значення шосте серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **нуль балів**.

Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу. Середньорічна зміна показника IIT між Україною та світом за період 2011-2015 рр. дорівнює **0,075 відсоткових пунктів.** Це значення перше серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **п'ять балів**.

Потенціал зростання ринку США

Зростання сукупного імпорту США. Зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США за період 2011-2015 рр. склало **117,7 млн дол. США**. Це значення п'яте серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **один бал**.

Зростання імпорту США з України. Зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України за період 2011-2015 рр. склало **109 тис. дол. США**. Це значення п'яте серед шести товарних

груп, і тому в результаті маємо **один бал**.

Зростання української частки імпорту США. Середнє зростання частки України в сукупному імпорті США за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,00075**. Це значення п'яте серед шести товарних груп; у результаті маємо **один бал**.

Доступ до ринку США

Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США. Середнє значення ІІТ між Україною та США за період 2011-2015 рр. склало **0,205**. Це значення п'яте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **один бал**.

Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС. Значення RMA для України на ринку США в порівнянні з ЄС-27 у 2015 р. дорівнює **0,3**. Цей показник третій серед шести товарних груп; у результаті маємо **два бали**.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експортерів до США. Середнє значення показника RECPI для України щодо 5 найбільших експортерів до США, зважене на їхні обсяги імпорту у 2015 р., дорівнює **166**. Цей показник третій серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **три бали**.

Виробничий та експортний потенціал України

Зростання обсягів української виробництва. Зважене на CAGR середнє значення обсягів українського виробництва за період 2013-2015 рр. склало **273,8 млн дол. США**. Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС. Зважене на CAGR середнє значення українського експорту до країн поза СНД та ЄС за період 2013-2015 рр. склало **4,5 млн дол. США**. Це значення п'яте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **один бал**.

Екологічні та гендерні наслідки

Сума балів екологічної оцінки для шоколаду (26) була другою серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Сума балів гендерного аналізу для шоколаду (3) була однаковою для всіх шести категорій товарів, і тому в результаті маємо **один бал**.

Борошняні кондитерські вироби

Потенціал зростання світового ринку

Зростання сукупного світового імпорту. Зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту за період 2011-2015 рр. склало **894,3 млн дол. США**. Це значення перше серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **п'ять балів.**

Зростання світового імпорту з України. Зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України продемонструвало спад на **-31,1 млн дол. США** за період 2011-2015 рр. Це значення п'яте серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **один бал**.

Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу. Середньорічна зміна показника ІІТ між Україною та світом за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,011 відсоткових пунктів.** Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Потенціал зростання ринку США

Зростання сукупного імпорту США. Зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США за період 2011-2015 рр. склало **236,9 млн дол. США**. Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Зростання імпорту США з України. Зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України за період 2011-2015 рр. склало **268 тис. дол. США**. Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Зростання української частки імпорту США. Середнє зростання частки України в сукупному імпорті США за період 2011-2015 рр. дорівнює **0,00275**. Це значення третє серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **три бали**.

Доступ до ринку США

Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США. Середнє значення ІІТ між Україною та США за період 2011-2015 рр. склало **0,063**. Цей показник третій серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС. Значення RMA для України на ринку США в порівнянні з ЄС-27 у 2015 р. дорівнює **0,33**. Це значення четверте серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **три бали**.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експортерів до США. Середнє значення показника RECPI для України щодо п'яти найбільших експортерів до США, зважене на їхні обсяги імпорту у 2015 р., дорівнює **501**. Це значення шосте серед шести товарних груп; у результаті маємо **нуль балів**.

Виробничий та експортний потенціал України

Зростання обсягів українського виробництва. Зважене на CAGR середнє значення обсягів українського виробництва за період 2013-2015 рр. склало **2200,1 млн дол. США** Це значення перше серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **п'ять балів**.

Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС. Зважене на CAGR середнє значення українського експорту до країн поза СНД та ЄС за період 2013-2015 рр. склало **-4,7 млн дол. США.** Це значення шосте серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **нуль балів**.

Екологічні та гендерні наслідки

Сума балів екологічної оцінки для випічки (30) була четвертою серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Сума балів гендерного аналізу для випічки (3) була однаковою для всіх шести категорій товарів; у результаті маємо **один бал**.

Міцні алкогольні напої

Потенціал зростання світового ринку

Зростання сукупного світового імпорту. Зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту за період 2011-2015 рр. склало **-108,6 млн дол. США.** Це значення шосте серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **нуль балів**.

Зростання світового імпорту з України. Зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України продемонструвало спад на **-27,7 млн.** за період 2011-2015 рр. Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу. Середньорічна зміна показника ІІТ між Україною та світом за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,047** відсоткових пунктів. Це значення п'яте серед шести товарних груп; у результаті маємо **один бал**.

Потенціал зростання ринку США

Зростання сукупного імпорту США. Зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США за період 2011-2015 рр. склало **248,1 млн дол. США.** Це значення перше серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **п'ять балів**.

Зростання імпорту США з України. Зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України за період 2011-2015 рр. склало **175 тис. дол. США**. Цей показник третій серед шести товарних груп; у результаті маємо **два бали**.

Зростання української частки імпорту США. Середнє зростання частки України в сукупному імпорті США за період 2011-2015 рр. дорівнює **0,00225**. Цей показник четвертий серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **два бали**.

Доступ до ринку США

Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США. Середнє значення ІІТ між Україною та США за період 2011-2015 рр. склало **0,686**. Це значення було найнижчим серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **нуль балів**.

Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС. Значення RMA для України на ринку США в порівнянні з ЄС-27 у 2015 р. дорівнює **0,52**. Це значення п'яте серед шести товарних

груп; у результаті маємо **чотири бали**.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експортерів до США. Середнє значення показника RECPI для України щодо 5 найбільших експортерів до США, зважене на їхні обсяги імпорту у 2015 р., дорівнює **50**. Це значення було найнижчим серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **п'ять балів**.

Виробничий та експортний потенціал України

Зростання обсягів українського виробництва. Зважене на CAGR середнє значення обсягів українського виробництва за період 2013-2015 рр. склало **74,2 млн дол. США.** Це значення шосте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **нуль**.

Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС. Зважене на CAGR середнє значення українського експорту до країн поза СНД та ЄС за період 2013-2015 рр. склало **2,9 млн дол. США.** Це значення друге серед шести товарних груп, і в результаті маємо **чотири бали**.

Екологічні та гендерні наслідки

Сума балів екологічної оцінки для алкоголю (29) була третьою серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Сума балів гендерного аналізу для алкоголю (3) була однаковою для всіх шести категорій товарів, відтак у результаті маємо **один бал**.

Столярні вироби

Потенціал зростання світового ринку

Зростання сукупного світового імпорту. Зважене на CAGR середнє значення сукупного світового імпорту за період 2011-2015 рр. склало **132,4 млн дол. США.** Це значення п'яте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **один бал**.

Зростання світового імпорту з України. Зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України продемонструвало збільшення на **3,6 млн.** за період 2011-2015 рр. Це значення перше серед шести товарних груп, тому в результаті маємо **п'ять балів**.

Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу. Середньорічна зміна показника IIT між Україною та світом за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,154 відсоткових пунктів.** Це значення шосте серед шести товарних груп; у результаті маємо **нуль балів.**

Потенціал зростання ринку США

Зростання сукупного імпорту США. Зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США за період 2011-2015 рр. склало **183,7 млн дол. США.** Цей показник третій серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **три бали**.

Зростання імпорту США з України. Зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України за період 2011-2015 рр. склало **1541 тис. дол. США**. Це значення перше серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **п'ять балів**.

Зростання української частки імпорту США. Середнє зростання частки України в сукупному імпорті США за період 2011-2015 рр. дорівнює **0,0002437**. Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Доступ до ринку США

Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США. Середнє значення IIT між Україною та США за період 2011-2015 рр. склало **0,097**. Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС. Значення RMA для України на ринку США в порівнянні з ЄС-27 у 2015 р. дорівнює **0,14**. Це значення друге серед шести товарних груп; у результаті маємо **один бал**.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експортерів до США. Середнє значення показника RECPI для України щодо 5 найбільших експортерів до США, зважене на їхні обсяги імпорту у 2015 р., дорівнює **104**. Це значення друге серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **чотири бали**.

Виробничий та експортний потенціал України

Зростання обсягів українського виробництва. Зважене на CAGR середнє значення обсягів українського виробництва за період 2013-2015 рр. склало **293 млн дол. США**. Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС. Зважене на CAGR середнє значення українського експорту до країн поза СНД та ЄС за період 2013-2015 рр. склало **3,5 млн дол. США**. Це значення перше серед шести товарних груп; у результаті маємо **п'ять балів**.

Екологічні та гендерні наслідки

Сума балів екологічної оцінки для столярних виробів (31) була п'ятою серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **один бал**.

Сума балів гендерного аналізу для столярних виробів (3) була однаковою для всіх шести категорій товарів, і тому в результаті маємо **один бал**.

Глазурована керамічна плитка

Потенціал зростання світового ринку

Зростання сукупного світового імпорту. Зважене на CAGR середнє значення сукупного світо-

вого імпорту за період 2011-2015 рр. склало **159,7 млн дол. США.** Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Зростання світового імпорту з України. Зважене на CAGR середнє значення світового імпорту з України продемонструвало спад на **-10,2 млн.** за період 2011-2015 рр. Це значення друге серед шести товарних груп; у результаті маємо **чотири бали**.

Зростання індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу. Середньорічна зміна індексу ІІТ між Україною та світом за період 2011-2015 рр. дорівнює **-0,021 відсоткових пунктів.** Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Потенціал зростання ринку США

Зростання сукупного імпорту США. Зважене на CAGR середнє значення сукупного імпорту США за період 2011-2015 рр. склало **132,8 млн дол. США.** Це значення четверте серед шести товарних груп, відтак у результаті маємо **два бали**.

Зростання імпорту США з України. Зважене на CAGR середнє значення імпорту США з України за період 2011-2015 рр. склало **606 тис. дол. США.** Це значення друге серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **чотири бали**.

Зростання української частки імпорту США. Середнє зростання частки України в сукупному імпорті США за період 2011-2015 рр. дорівнює **0,02625**. Це значення перше серед шести товарних груп»; у результаті маємо **п'ять балів**.

Доступ до ринку США

Середнє значення індексу внутрішньогалузевої торгівлі для України та США. Середнє значення ІІТ між Україною та США за період 2011-2015 рр. склало **0,000**. Це значення найнижче серед шести товарних груп; у результаті маємо **п'ять балів**.

Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС. Значення RMA для України на ринку США в порівнянні з ЄС-27 у 2015 р. дорівнює **0,89**. Це значення було найвищим серед шести товарних груп, і в результаті маємо **п'ять балів**.

Відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експортерів до США. Середнє значення показника RECPI для України щодо п'яти найбільших експортерів до США, зважене на їхні обсяги імпорту у 2015 р., дорівнює **201**. Це значення четверте серед шести товарних груп, відтак у в результаті маємо **два бали**.

Виробничий та експортний потенціал України

Зростання обсягів українського виробництва. Зважене на CAGR середнє значення обсягів українського виробництва за період 2013-2015 рр. склало **203,8 млн дол. США.** Це значення п'яте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **один бал**.

Зростання українського експорту до країн поза СНД та ЄС. Зважене на CAGR середнє значен-

ня українського експорту до країн поза СНД та ЄС за період 2013-2015 рр. склало **1,5 млн дол. США.** Це значення четверте серед шести товарних груп, і тому в результаті маємо **два бали**.

Екологічні та гендерні наслідки

Сума балів екологічної оцінки для керамічної плитки (42) була п'ятою серед шести товарних груп; у результаті маємо **нуль балів**.

Сума балів гендерного аналізу для керамічної плитки (3) була однаковою для всіх шести категорій товарів, відтак у результаті маємо **один бал**.

Додатки

Додаток 1. Обсяги імпорту США

Таблиця 53.
Обсяги імпорту США товарів з України, відібраних за позитивним показником NRCA у 2011-2015

Код HS	Опис	Україна				Світ			
		2011	2011	2015	2015	2011	2011	2015	2015
		Імпорт, 000 $	Імпорт, частка	Імпорт, 000 $	Імпорт, частка	Імпорт, 000 $	Імпорт, частка	Імпорт, 000 $	Імпорт, частка
0402	Молоко та вершки, згущені та з доданням цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	86,74	0,01%	312,41	0,03%	87 310,86	0,00%	103 616,74	0,00%
0409	Мед натуральний.	1 461,48	0,10%	38 134,18	4,25%	401 171,28	0,02%	605 042,95	0,03%
0909	Насіння анісу, бодяну, фенхелю, коріандру, куміну, кмину; ягоди ялівцю.	94,10	0,01%	316,39	0,04%	66 275,98	0,00%	73 254,70	0,00%
1103	Крупи, крупка та гранули із зерна зернових культур.	13,20	0,00%	104,39	0,01%	102 555,76	0,00%	158 821,58	0,01%
1104	Зерно зернових культур, оброблене іншими способами (наприклад, лущене, плющене, у вигляді пластівців, обрушене, різане (ядро) або подрібнене), за винятком рису товарної позиції 1006; зародки зерна зернових культур, цілі, плющені, у вигляді пластівців або мелені.			24,41	0,00%	139 549,36	0,01%	197 661,73	0,01%
1204	Насіння льону, подрібнене або неподрібнене.					136 813,03	0,01%	97 567,11	0,00%
1205	Насіння свиріпи або ріпаку, подрібнене або неподрібнене.					387 833,35	0,02%	236 065,26	0,01%

1206	Насіння соняшнику, подрібнене або неподрібнене.	73,63	0,00%	292,89	0,03%	41 207,04	0,00%	61 479,59	0,00%
1512	Олії соняшникова, сафлорова або бавовняна та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	1 227,10	0,08%	16 092,50	1,80%	141 069,24	0,01%	156 798,54	0,01%
1515	Інші нелеткі жири і олії рослинні (включаючи джоджобову олію) та їх фракції, рафіновані або нерафіновані, але без зміни їх хімічного складу.	2,20	0,00%	30,60	0,00%	316 885,21	0,01%	398 051,62	0,02%
1704	Кондитерські вироби з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао.	1 135,64	0,07%	1 071,95	0,12%	1 468 502,21	0,06%	1 699 156,45	0,07%
1806	Шоколад та інші готові харчові продукти з вмістом какао.	2 085,30	0,14%	2 495,52	0,28%	1 997 892,82	0,09%	2 463 802,82	0,11%
1905	Хлібобулочні, борошняні кондитерські вироби, з вмістом або без вмісту какао; вафельні пластини, порожні капсули, придатні для використання у фармацевтиці, вафельні облатки для запечатування, рисовий папір та аналогічні продукти.	1 790,66	0,12%	2 802,09	0,31%	3 156 220,48	0,14%	4 097 501,12	0,18%
2001	Овочі, плоди та інші їстівні частини рослин, приготовлені або консервовані з доданням оцту чи оцтової кислоти.	179,35	0,01%	293,19	0,03%	358 345,48	0,02%	390 205,87	0,02%
2009	Соки з плодів (включаючи виноградне сусло) або соки овочеві, незброджені та без додання спирту, з доданням або без додання цукру чи інших підсолоджувальних речовин.	575,74	0,04%	2 526,47	0,28%	2 099 905,88	0,09%	1 904 153,77	0,08%
2105	Морозиво та інші види харчового льоду, що містять або не містять какао.	0,00	0,00%	11,02	0,00%	58 784,06	0,00%	55 193,10	0,00%
2208	Спирт етиловий неденатурований з концентрацією спирту менш як 80 об. %; спиртові дистиляти та спиртні напої, одержані шляхом перегонки, лікери та інші напої, що містять спирт.	1 217,38	0,08%	1 967,89	0,22%	6 408 123,93	0,28%	7 382 790,56	0,32%

2508	Інші глини (крім спучених глин товарної позиції 6806), андалузит, кіаніт і силіманіт, кальциновані або некальциновані; муліт; землі шамотні або динасові.	0,00	0,00%	372,00	0,04%	25 069,74	0,00%	34 461,82	0,00%
2602	Руди та концентрати марганцеві, включаючи залізисті марганцеві руди та концентрати із вмістом марганцю 20 мас. % або більше в перерахунку на сухий продукт.					157 918,33	0,01%	98 985,37	0,00%
2614	Руди та концентрати титанові.	2 513,36	0,16%	7 045,98	0,79%	296 219,21	0,01%	431 342,92	0,02%
2804	Водень, інертні гази та інші неметали.	12 577,67	0,82%	76 047,10	8,48%	1 123 247,37	0,05%	879 966,91	0,04%
2814	Аміак, безводний або у водному розчині.	341 514,42	22,35%	79 866,53	8,91%	3 808 829,46	0,17%	2 578 691,14	0,11%
2818	Корунд штучний з визначеним або невизначеним хімічним складом; оксид алюмінію; гідроксид алюмінію.	4 303,58	0,28%	352,01	0,04%	1 263 793,19	0,06%	897 714,73	0,04%
2849	Карбіди з визначеним або невизначеним хімічним складом.	3 699,34	0,24%	32,50	0,00%	470 937,90	0,02%	217 240,22	0,01%
3206	Інші барвникові матеріали; препарати, зазначені у примітці 3 до цієї групи, що відрізняються від матеріалів товарних позицій 3203, 3204 або 3205; неорганічні продукти видів, які використовують як люмінофори, з визначеним або невизначеним хімічним складом.	26 170,14	1,71%	4 965,90	0,55%	809 582,99	0,04%	851 478,55	0,04%
3501	Казеїн, казеїнати та інші похідні казеїнів; казеїнові клеї.	583,10	0,04%	538,50	0,06%	674 323,75	0,03%	676 339,65	0,03%
3801	Графіт штучний; графіт колоїдний або напівколоїдний; вироби на основі графіту або інших форм вуглецю у вигляді паст, блоків, пластин або інших напівфабрикатів.	199,63	0,01%	570,05	0,06%	188 612,07	0,01%	136 922,30	0,01%

3819	Гальмівні рідини гідравлічні та інші готові рідкі суміші для гідравлічних трансмісій, без вмісту нафти або нафтопродуктів, одержаних із бітумінозних мінералів, або із вмістом нафти чи нафтопродуктів менш як 70 мас. %.			81,89	0,01%	21 209,99	0,00%	37 136,51	0,00%
4201	Вироби шорно-сідельні та упряж для будь-яких тварин (включаючи постромки, поводи, наколінники, намордники, попони для сідел, чепраки, сідельні кобури, попонки для собак тощо), виготовлені з будь-яких матеріалів.	90,04	0,01%	229,11	0,03%	380 993,04	0,02%	485 728,46	0,02%
4301	Сировина хутрова (включаючи голови, хвости, лапи та інші обрізки, придатні для використання у виробництві хутрових виробів), крім шкірсировини та шкур товарних позицій 4101, 4102 або 4103.	0,00	0,00%	435,95	0,05%	136 604,76	0,01%	189 185,10	0,01%
4408	Листи для облицювання (включаючи листи, отримані розділенням шаруватої деревини), листи для клеєної фанери або для подібної шаруватої деревини та інші лісоматеріали, розпиляні уздовж, розділені на шари або лущені, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання завтовшки не більш як 6 мм.	11,44	0,00%	619,01	0,07%	273 692,24	0,01%	381 658,24	0,02%
4409	Пилопродукція з деревини (включаючи дощечки та фриз для паркетного покриття підлоги, незібрані) у вигляді профільованого погонажу (з гребенями, пазами, шпунтовані, із стесаними краями, з'єднанням у вигляді напівкруглого калювання, фасонні, закруглені тощо) уздовж будь-яких країв чи площин, стругані або нестругані, шліфовані або нешліфовані, що мають або не мають торцеві з'єднання.	273,28	0,02%	3 816,53	0,43%	863 633,91	0,04%	1 239 358,68	0,05%

4418	Вироби столярні та теслярські будівельні деталі, включаючи пористі дерев'яні панелі, зібрані панелі для підлоги, ґонт і дранку для покрівель.	47,88	0,00%	2 133,11	0,24%	1 423 573,18	0,06%	2 115 497,38	0,09%
4902	Газети, журнали та інші періодичні видання, ілюстровані або неілюстровані, з вмістом або без вмісту рекламних матеріалів.	9,90	0,00%	0,00	0,00%	203 255,95	0,01%	151 261,87	0,01%
6308	Набори, що складаються з кусків тканини та ниток, з додатковими речами або без них, для виготовлення килимів, гобеленів, вишитих скатертин або серветок чи аналогічних текстильних виробів, упаковані для роздрібної торгівлі.					6 481,73	0,00%	5 582,02	0,00%
6801	Брущатка, бордюрний камінь та плити для брукування з природного каменю (крім сланцю).					10 259,82	0,00%	50 222,10	0,00%
6804	Жорна, камені точильні, круги шліфувальні та аналогічні вироби без каркасу, призначені для шліфування, заточування, подрібнення, полірування, розрізування або розпилювання, камені для ручного точіння або полірування та їх частини з природного каменю, з агломерованих натуральних або штучних абразивів або з кераміки, у поєднанні з частинами з інших матеріалів або без них.	133,43	0,01%	96,23	0,01%	313 113,78	0,01%	377 002,28	0,02%
6806	Шлаковата, мінеральна силікатна вата і аналогічні види мінеральної вати; відшарований вермикуліт, спучені глини, спінений шлак та аналогічні спучені мінеральні продукти; суміші та вироби з теплоізоляційних, звукоізоляційних або звукопоглинальних матеріалів, крім виробів товарних позицій 6811 - 6812 або групи 69.	56,98	0,00%	0,00	0,00%	229 530,74	0,01%	316 643,78	0,01%

6908	Плитка для мостіння, облицювальна для підлоги, печей, камінів чи стін керамічна глазурована; кубики керамічні глазуровані для мозаїчних робіт та аналогічні вироби, на основі або без неї.	128,85	0,01%	1 873,88	0,21%	1 074 770,50	0,05%	1 601 904,46	0,07%
7201	Чавун переробний та чавун дзеркальний у чушках, болванках або інших первинних формах.	157 069,15	10,28%	150 032,33	16,74%	2 197 118,38	0,10%	1 371 240,68	0,06%
7202	Феросплави.	39 527,61	2,59%	31 305,99	3,49%	3 127 255,40	0,14%	2 280 784,08	0,10%
7207	Напівфабрикати з вуглецевої сталі.	70 410,39	4,61%	4 548,46	0,51%	4 037 034,12	0,18%	2 265 578,55	0,10%
7213	Прутки та бруски гарячекатані, вільно укладені в бунти, вироблені з вуглецевої сталі.	0,00	0,00%	34 563,17	3,86%	917 509,55	0,04%	948 962,05	0,04%
7215	Інші прутки та бруски з вуглецевої сталі.	18 642,21	1,22%	105,73	0,01%	233 116,34	0,01%	197 110,98	0,01%
7222	Інші прутки та бруски з корозійностійкої (нержавіючої) сталі; кутики фасонні та спеціальні профілі з корозійностійкої (нержавіючої) сталі.	27 310,16	1,79%	10 627,93	1,19%	789 699,98	0,03%	690 847,49	0,03%
7224	Інша сталь легована у зливках або інших первинних формах; напівфабрикати з інших легованих сталей.	5,50	0,00%	0,00	0,00%	302 387,80	0,01%	680 122,86	0,03%
7228	Інші прутки та бруски з інших легованих сталей; кутики, фасонні та спеціальні профілі з іншої легованої сталі; порожнисті прутки та бруски для буріння з легованих або нелегованих сталей.	56 437,70	3,69%	21 007,73	2,34%	1 397 381,59	0,06%	1 030 263,13	0,04%
7304	Труби, трубки і профілі порожнисті, безшовні з чорних металів (крім чавунного литва).	211 938,75	13,87%	71 167,29	7,94%	5 185 254,70	0,23%	4 129 124,06	0,18%
8108	Титан і вироби з титану, включаючи відходи та брухт.	21 981,44	1,44%	11 942,15	1,33%	739 388,30	0,03%	726 227,29	0,03%

8309	Пробки, ковпачки та кришки (включаючи корончасті пробки і ковпачки, що загвинчуються, та пробки з пристроєм для розливання), кришки для пляшок, заглушки нарізні, оболонки пробок та інші пакувальні пристрої з недорогоцінних металів.	6,97	0,00%	1 078,90	0,12%	490 320,66	0,02%	554 878,44	0,02%
8437	Машини для очищення, сортування або калібрування насіння, зерна чи сухих бобових культур; обладнання для борошномельної промисловості або інше обладнання для обробки зернових чи сухих бобових культур, крім машин, що використовуються на сільськогосподарських фермах.	0,00	0,00%	278,74	0,03%	79 661,15	0,00%	118 323,36	0,01%
8545	Електроди вугільні, щітки вугільні, вугілля для ламп або гальванічних елементів та інші вироби з графіту чи інших видів вуглецю з металом або без нього, що використовуються в електротехніці.	5 502,31	0,36%	2 253,25	0,25%	602 411,05	0,03%	430 053,13	0,02%
8607	Частини до залізничних локомотивів або моторних вагонів трамвая або рухомого складу.	1 847,44	0,12%	24 903,39	2,78%	1 027 036,52	0,05%	1 554 409,04	0,07%
8801	Аеростати та дирижаблі; планери, дельтаплани та інші літальні апарати безмоторні.	17,58	0,00%	12,42	0,00%	8 411,39	0,00%	10 143,96	0,00%
9005	Біноклі, монокуляри та інші оптичні труби та їх арматура; інші астрономічні прилади та опори для них, за винятком радіоастрономічних приладів.	5 473,31	0,36%	5 714,10	0,64%	261 498,51	0,01%	262 737,75	0,01%

Додаток 2. Потенціал зростання світового ринку

Таблиця 54.
Сукупний світовий імпорт (тис. дол. США)

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR	Середнє значення	Зважене середнє значення
Кондитерські вироби з цукру	8 749 638	8 938 184	9 805 164	10 296 498	9 461 932	1,98	9 450 283	186 726
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	21 921 314	22 667 485	25 012 738	26 898 948	24 843 880	3,18	24 268 873	771 328
Борошняні кондитерські вироби	25 215 226	26 564 677	29 155 194	30 348 238	28 597 455	3,20	27 976 158	894 335
Міцні алкогольні напої	26 614 244	27 671 607	29 142 223	28 903 186	26 199 343	-0,39	27 706 121	-108 618
Столярні вироби	12 079 262	11 981 670	13 128 025	13 670 304	12 591 356	1,04	12 690 123	132 411
Глазурована керамічна плитка	10 221 735	10 319 176	11 161 919	11 903 611	10 834 673	1,47	10 888 223	159 679

Таблиця 55.
Світовий імпорт з України (тис. дол. США)

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR	Середнє значення	Зважене середнє значення
Кондитерські вироби з цукру	167 604	145 065	134 625	88 818	84 871	-15,6	124 197	-19 429
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	564 398	565 587	478 432	223 400	129 029	-30,9	392 169	-120 995
Борошняні кондитерські вироби	228 085	261 227	286 776	179 157	122 173	-14,5	215 484	-31 137
Міцні алкогольні напої	160 125	142 612	134 002	78 491	52 392	-24,4	113 525	-27 664
Столярні вироби	98 408	98 609	114 155	119 062	112 261	3,3	108 499	3 632
Глазурована керамічна плитка	100 587	130 238	134 227	113 204	68 052	-9,3	109 262	-10 169

Таблиця 56.
Індекс внутрішньогалузевої торгівлі для України та світу

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	Середнє зростання
Кондитерські вироби з цукру	0,492	0,613	0,636	0,606	0,42	-0,018
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	0,456	0,441	0,574	0,777	0,756	0,075
Борошняні кондитерські вироби	0,451	0,345	0,402	0,502	0,406	-0,011
Міцні алкогольні напої	0,949	0,805	0,715	0,69	0,763	-0,047
Столярні вироби	0,904	0,833	0,789	0,548	0,29	-0,154
Глазурована керамічна плитка	0,86	0,992	0,965	0,816	0,778	-0,021

Додаток 3. Потенціал зростання ринку США

Таблиця 57.
Сукупний імпорт США (тис. дол. США)

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR	Середнє значення	Зважене середнє значення
Кондитерські вироби з цукру	1 468 502	1 482 647	1 570 179	1 734 454	1 699 156	3,71	1 590 988	59 098
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	1 997 893	2 032 484	2 123 797	2 319 659	2 463 803	5,38	2 187 527	117 690
Борошняні кондитерські вироби	3 156 220	3 231 655	3 397 176	3 687 656	4 097 501	6,74	3 514 042	236 939
Міцні алкогольні напої	6 408 124	6 508 760	6 917 535	7 219 013	7 382 791	3,60	6 887 244	248 149
Столярні вироби	1 423 573	1 513 325	1 762 393	2 006 143	2 115 497	10,41	1 764 186	183 651
Глазурована керамічна плитка	1 074 770	996 944	1 204 901	1 452 191	1 601 904	10,49	1 266 142	132 842

Таблиця 58.
Імпорт США з України (тис. дол. США)

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	CAGR	Середнє значення	Зважене середнє значення
Кондитерські вироби з цукру	1 136	1 085	1 271	1 530	1 072	-1,4	1 219	-17
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	2 085	2 209	2 629	2 497	2 496	4,6	2 383	109
Борошняні кондитерські вироби	1 791	1 942	2 358	2 435	2 802	11,8	2 266	268
Міцні алкогольні напої	1 217	1 250	1 023	1 386	1 968	12,8	1 369	175
Столярні вироби	48	169	624	1 894	2 133	158,3	973	1 541
Глазурована керамічна плитка	129	182	188	809	1 874	95,3	636	606

Таблиця 59.
Українська частка імпорту США (%)

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	Середнє зростання
Кондитерські вироби з цукру	0,077	0,073	0,081	0,088	0,063	-0,004
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	0,104	0,109	0,124	0,108	0,101	-0,001
Борошняні кондитерські вироби	0,057	0,060	0,069	0,066	0,068	0,003
Міцні алкогольні напої	0,019	0,019	0,015	0,019	0,027	0,002
Столярні вироби	0,003	0,011	0,035	0,094	0,101	0,024
Глазурована керамічна плитка	0,012	0,018	0,016	0,056	0,117	0,026

Додаток 4. Доступ до ринку США

Таблиця 60.
Індекс внутрішньогалузевої торгівлі для України та США

Товари	2011	2012	2013	2014	2015	Середнє зростання
Кондитерські вироби з цукру	0,000	0,000	0,215	0,094	0,000	0,062
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	0,005	0,000	0,188	0,327	0,503	0,205
Борошняні кондитерські вироби	0,079	0,181	0,015	0,027	0,010	0,062
Міцні алкогольні напої	0,491	0,886	0,973	0,892	0,190	0,686
Столярні вироби	0,447	0,000	0,039	0,000	0,000	0,097
Глазурована керамічна плитка	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000

Таблиця 61.
Індекс доступу України до ринку США в порівнянні з ЄС та відносний індекс конкурентного тиску в експорті для України щодо п'яти найбільших експортерів до США у 2015 р.

Товари	RMA України стосовно США в порівнянні з ЄС	RECPI для України щодо п'яти найбільших експортерів до США
Кондитерські вироби з цукру	0,130	411,6
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	0,301	166,4
Борошняні кондитерські вироби	0,328	500,6
Міцні алкогольні напої	0,518	49,9
Столярні вироби	0,140	103,8
Глазурована керамічна плитка	0,894	201,4

Додаток 5. Виробничий та експортний потенціал України

Таблиця 62.
Обсяги українського виробництва, тис. дол. США

Товари	2013	2014	2015	CAGR	Середнє значення	Зважене середнє значення
Кондитерські вироби з цукру	1 400 678	1 527 396	1 926 376	17,3%	1 618 150	279 517
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	3 881 377	4 226 509	4 407 565	6,6%	4 171 817	273 796
Борошняні кондитерські вироби	16 100 018	15 278 935	20 460 856	12,7%	17 279 936	2 200 149
Міцні алкогольні напої	9 424 329	7 036 815	9 586 173	0,9%	8 682 439	74 234
Столярні вироби	817 507	982 166	1 339 363	28,0%	1 046 345	292 956
Глазурована керамічна плитка	2 165 015	2 468 587	2 549 278	8,5%	2 394 293	203 805

Таблиця 63.
Український експорт до країн поза СНД та ЄС, тис. дол. США

Товари	2013	2014	2015	CAGR	Середнє значення	Зважене середнє значення
Кондитерські вироби з цукру	28 348	32 632	31 353	5,2%	30 778	1 590
Шоколад та харчові продукти з вмістом какао	60 953	57 167	51 680	-7,9%	56 600	-4 483
Борошняні кондитерські вироби	40 206	35 681	30 140	-13,4%	35 342	-4 742
Міцні алкогольні напої	32 574	22 744	38 789	9,1%	31 369	2 862
Столярні вироби	4 133	6 028	9 623	52,6%	6 595	3 468
Глазурована керамічна плитка	724	2 901	2 268	77,0%	1 964	1 513

Додаток 6. Гендерна політика та нормативно-правова база

Україна ратифікувала Конвенцію про ліквідацію всіх форм дискримінації жінок (CEDAW). Як сторона Конвенції №111 Міжнародної організації праці, що закликає країн-підписантів розробляти заходи, спрямовані на надання рівних можливостей чоловікам і жінкам в освіті та професійній підготовці, Україна зобов'язалася надати жінкам можливість займати широкий спектр посад і професій, а також просуватися до керівних рівнів.

Антидискримінаційні закони, прийняті українським парламентом у 2012 р., забороняють дискримінацію за статевою ознакою. Національна стратегія України у сфері прав людини 2015 р. просуває основоположний принцип рівноправності чоловіків і жінок, і водночас встановлює зобов'язання стосовно боротьби та протидії дискримінації. Більше того, Міністерство соціальної політики впроваджує державну програму на підставі Закону України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків», що створює комплексну нормативно-правову основу в питаннях рівності та включає параметри залучення жінок у бізнесі.

Стосовно гендерних питань у промисловості не було виявлено конкретних законодавчих, політичних або регуляторних положень.

Україна приєдналася до всіх важливих міжнародних конвенцій і планів дій з питань рівності чоловіків та жінок, у тому числі:

- Пекінської декларації та Платформи дій;
- Глобальних цілей сталого розвитку 2016-2030 (Ціль 5);
- Конвенції про ліквідацію всіх форм дискримінації жінок (CEDAW);
- Різних конвенцій МОП стосовно прав робітників.

На національному рівні Україна має такі відповідні законодавчі акти про захист гендерної рівності та заборону дискримінації:

- Кодекс законів про працю України (1971);
- Конституція України (стаття 24);
- Закон України «Про забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків» (2005); та відповідна Державна програма (2014-2016);
- Закон України «Про протидію дискримінації» (2012);
- Національна стратегія у сфері прав людини (2015) та План дій (2016).

Держава Україна через угоди про вільну торгівлю з ЄС і Канадою зобов'язалася вирішувати питання гендерної рівності, в тому числі через:

- Угоду про поглиблену та всеосяжну зону вільної торгівлі між Україною та ЄС (2014);

- Угоду про вільну торгівлю між Україною та Канадою (2016);
- План дій з імплементації дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі (STDR).

Додаток 7. Екологічні регуляторні вимоги

Конституція України (1996) встановлює правову основу для екологічного менеджменту та управління ресурсами. У ній зазначається, що земля, її надра, атмосфера, вода та інші природні ресурси на території України є об'єктами права власності українського народу. Також Конституцією передбачено, що кожен громадянин України має право на навколишнє середовище, що є безпечним для життя та здоров'я, а також на відшкодування збитків унаслідок порушення цього права. Конституція України також гарантує право вільного доступу до інформації про стан навколишнього середовища, якість продуктів харчування та споживчих товарів, а також право на поширення такої інформації.

Регулювання екологічних питань ґрунтується на положеннях Закону України «Про охорону навколишнього природного середовища» (1991). Існує також низка відповідних законодавчих актів, якими регулюються спеціальні екологічні аспекти:

- Закон України «Про Основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» (2010);
- Закон України «Про пестициди і агрохімікати» (1995);
- Закон України «Про землеустрій» (2003) та Земельний кодекс України (2002);
- Закон України «Про відходи» (1998);
- Водний кодекс України (1995);
- Закон України «Про екологічну експертизу» (1995), та ін.

Серед актів, що регулюють екологічні аспекти у сфері сільського господарства, такі: Закон України «Про обіг земель сільськогосподарського призначення», Державний реєстр пестицидів і агрохімікатів, дозволених до використання в Україні у 2016 р., Закон України «Про державну систему біобезпеки при створенні, випробуванні, транспортуванні та використанні генетично модифікованих організмів» тощо.

До українського законодавства з питань екологічної експертизи та управління водними об'єктами у цей час вносяться істотні зміни.

Україна також є стороною багатосторонніх екологічних угод:

- Конвенція з міжнародної торгівлі видами дикої флори та фауни, що перебувають під загрозою зникнення (1973);
- Монреальський протокол стосовно речовин, що руйнують озоновий шар (1987);

- Базельска конвенція з контролю за транскордонним перевезенням шкідливих відходів та їх видаленням (1989);
- Роттердамська конвенція про процедуру попередньої обґрунтованої згоди відносно окремих небезпечних хімічних речовин та пестицидів у міжнародній торгівлі (1998);
- Стокгольмська конвенція про стійкі органічні забруднювачі (2001) тощо.

Крім цього, виробництво шести обраних груп товарів в Україні може підпадати під дію інших ратифікованих міжнародних угод: Конвенції про охорону та використання транскордонних водотоків та міжнародних озер (Водна конвенція) 1992 р., Бернської конвенції про охорону дикої флори та фауни і природних середовищ існування в Європі тощо.