



МІНІСТЕРСТВО  
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ  
І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ

# #ЕКСПОРТУЙ

#ЗАХОЧУЙ  
#ПРОСУВАЙ

#ІДЕЇ

#СТВОРЮЙ

#РОЗВИВАЙ

#ІННОВАЦІЇ

#БУДЬ ПЕРШИМ

#ЗМІНЮЙ

#ІНВЕСТУЙ

#РЕКЛАМУЙ

#СТВОРЮЙ

#ІДЕЇ

#ІННОВАЦІЇ #ЗАХОЧУЙ

#РОЗВИВАЙ

#ТРАНСПОРТУЙ

#ІННОВАЦІЇ

#ІІІУКАЙ

## РЕЗУЛЬТАТИ ОПИТУВАННЯ БІЗНЕСУ: ЩО ПОТРІБНО ЗМІНИТИ В ДЕРЖАВНІЙ ПІДТРИМЦІ ЕКСПОРТУ?

ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ УКРАЇНИ  
ДОРОЖНЯ КАРТА СТРАТЕГІЧНОГО  
РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ 2017-2021

Міністерством економічного розвитку і торгівлі України проведено опитування бізнесу (понад 140 суб'єктів зовнішньоекономічної діяльності) про очікування від державної підтримки експортерів на виконання [Експортної стратегії України \(«дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі\) на період 2017 – 2021 років](#), схваленої розпорядженням Кабінету Міністрів України від 27 грудня 2017 року № 1017-р.

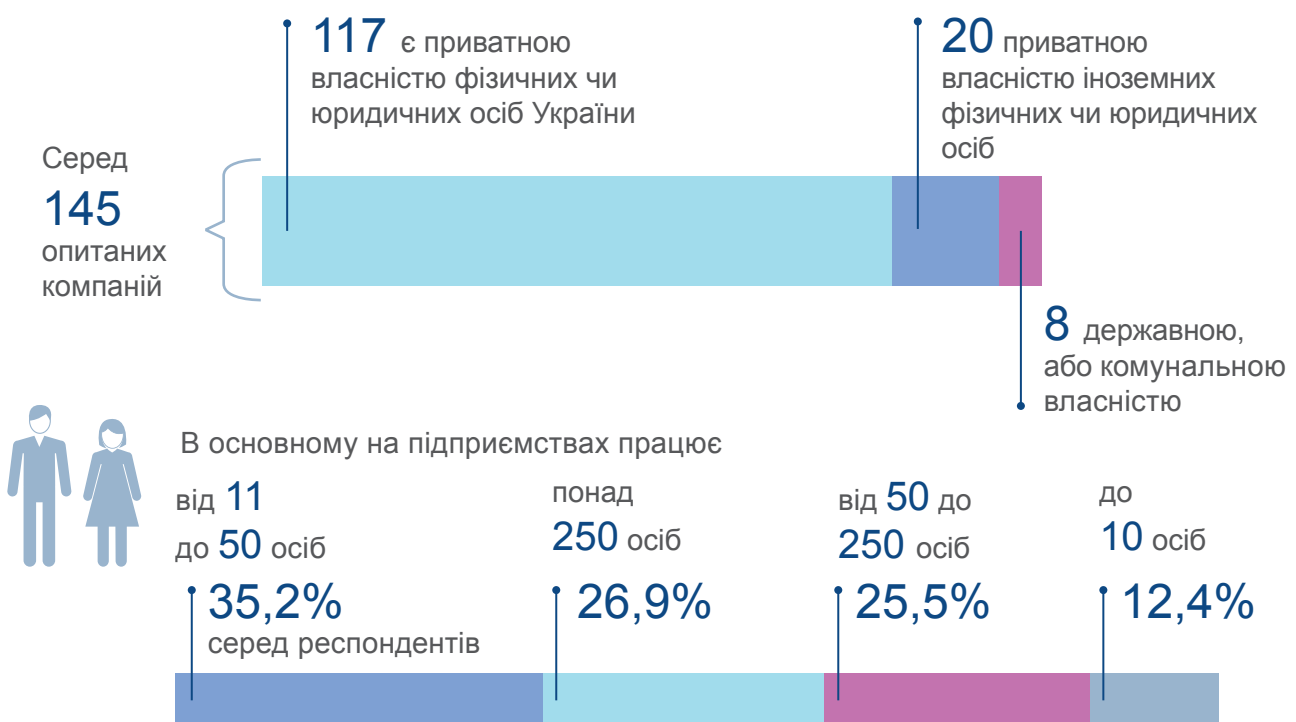
Мета анкетування – з'ясувати ефективність заходів для підтримки експортерів та визначити, що потрібно поліпшити у сфері розвитку експорту в Україні. Результати опитування буде враховано фахівцями Мінекономрозвитку та використано при розробці рекомендацій для поліпшення експортної політики і послуг для бізнесу.

Інструментарій опитувальника розроблений Департаментом розвитку експорту Мінекономрозвитку спільно з Центром досліджень міжнародної торгівлі при Київській школі економіки, за сприяння уряду Німеччини через німецьку федеральну компанію [Deutsche Gesellschaft für internationale Zusammenarbeit \(GIZ\) GmbH](#), та складається з трьох розділів.

Перший розділ направлений на оцінку демографії підприємств. Ця інформація дозволяє оцінити, для яких саме компаній заходи з підтримки експорту є корисними та чи досягає [Експортна стратегія України \(«дорожня карта» стратегічного розвитку торгівлі\) на період 2017 – 2021 років](#) своїх стратегічних цілей, – створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту; розвиток послуг з підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств; вдосконалення навичок і компетенцій підприємств, зокрема малих та середніх, необхідних для участі в міжнародній торгівлі.

Другий розділ опитування стосується інформаційної підтримки, обізнаності експортерів щодо цієї підтримки та її корисності. Велика частина питань стосується [Державної установи «Офіс з просування експорту України»](#).

Третій блок направлений на оцінку сервісів, зокрема впровадження «єдиного вікна» на митниці та запитання щодо процедур торговельного захисту.



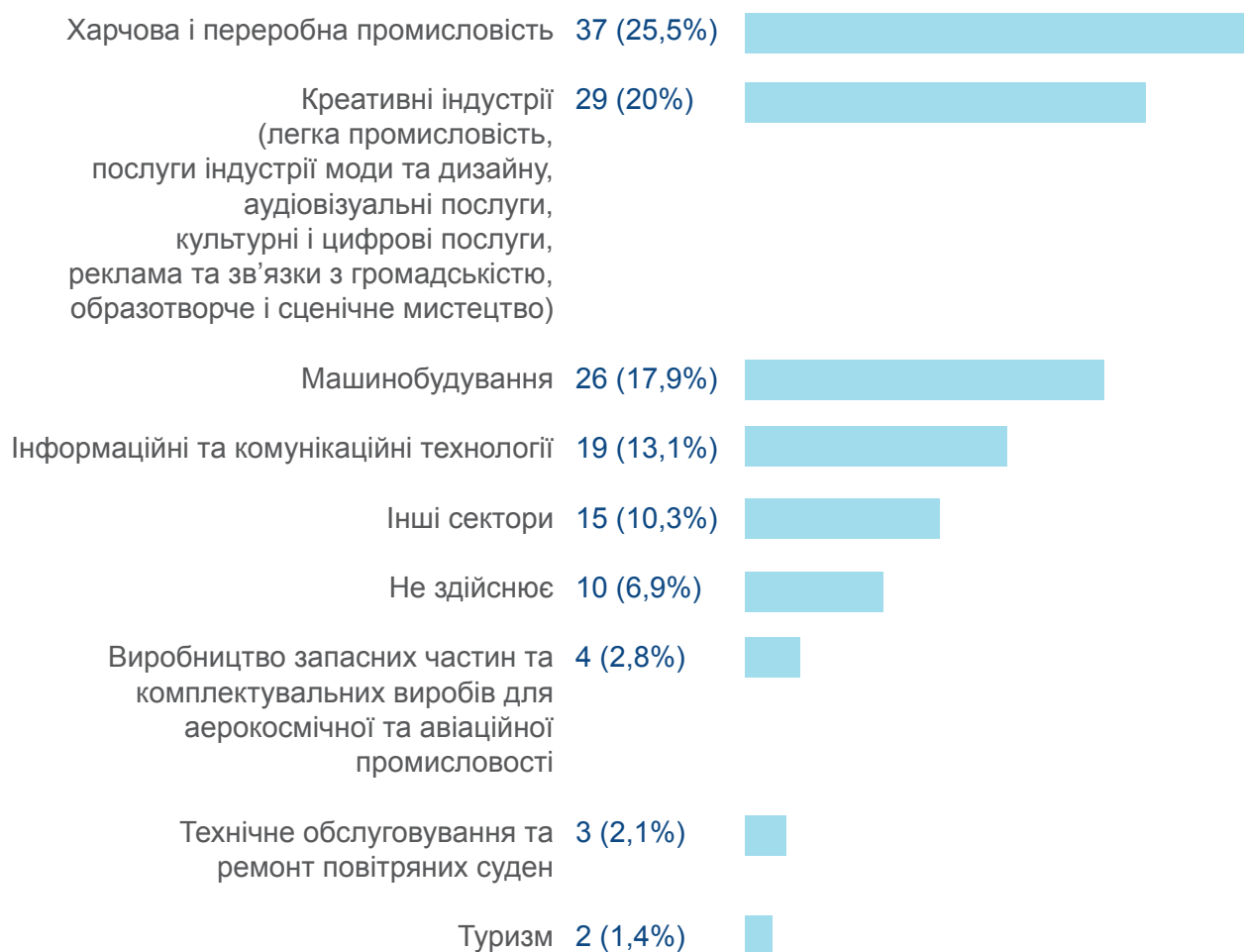
## ОБЛАСТЬ, В ЯКІЙ ЗДІЙСНЮЄ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВО



10 – Кількість підприємств, які взяли участь в опитуванні

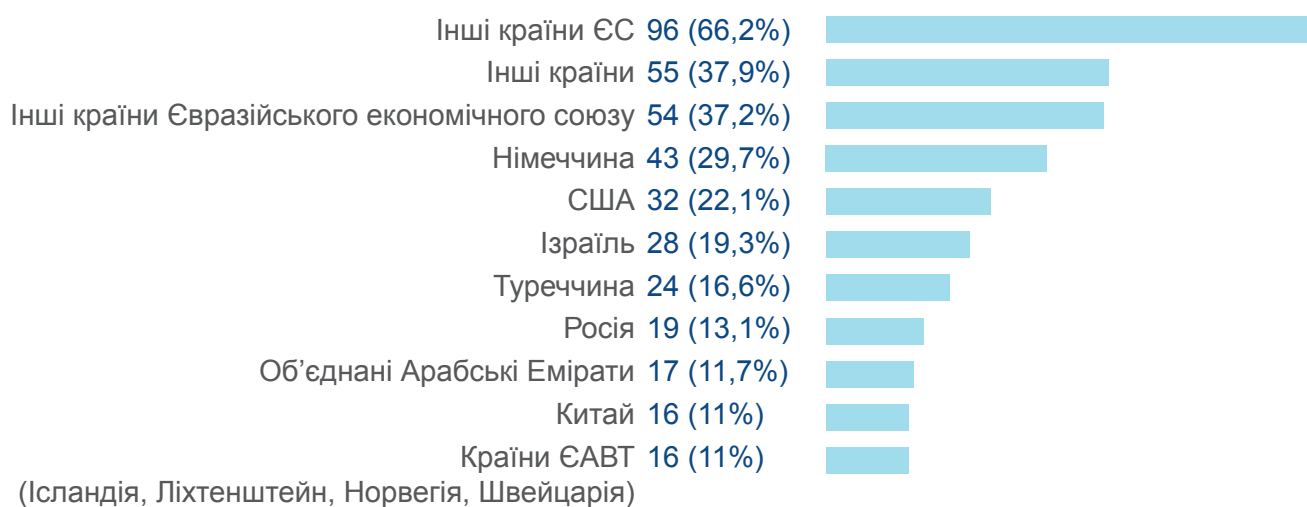
69 опитаних підприємств (47,6% від загальної кількості респондентів) здійснюють зовнішньо-економічну діяльність. 73 (50,3% респондентів) – вказали, що лише експортують товари та послуги, виключно імпортом займаються три компанії (2,1%).

## РЕЙТИНГ СЕКТОРІВ В ЕКСПОРТІ ТОВАРІВ ТА ПОСЛУГ СЕРЕД ОПИТАНИХ КОМПАНІЙ\*



\*число компаній та відсоток від загальної кількості респондентів

## ЕКСПОРТ ОПИТАНИХ КОМПАНІЙ У РОЗРІЗІ КРАЇН СВІТУ\*



\*число компаній та відсоток від загальної кількості респондентів

Мінекономрозвитку спільно з [Державною установою «Офіс з просування експорту України»](#) працюють над тим, щоб українські експортери отримували повну інформацію щодо послуг з підтримки експорту та міжнародної торгівлі. Конкретні заходи прописані у Плані дій Експортної стратегії для крос-сектору торговельна інформація та просування експорту, яка розробляється Мінекономрозвитку у співпраці з бізнесом за методологією Міжнародного торговельного центру.

Тому, в рамках проведення опитування, підприємцям було поставлено питання стосовно інформації про послуги з підтримки експорту та міжнародної торгівлі, а також про можливість участі у міжнародних електронних закупівлях. 73 респонденти (50,3% від загальної кількості респондентів) зазначили, що отримують інформацію про послуги з підтримки експорту та міжнародної торгівлі, але недостатньо. 52 компанії (35,9%) вказали, що не отримують, а 20 (13,8%) зазначили, що отримують повну інформацію про доступну державну підтримку. Стосовно сфери міжнародних електронних закупівель, - ситуація бажає кращого. 94 компанії (64,8%) не отримують інформацію про можливості для участі в міжнародних електронних закупівлях, 40 (27,6%) проінформовані недостатньо, та лише 11 респондентів (7,6%) мають повну інформацію про участь в міжнародних електронних закупівлях.

Як зазначалось раніше, мета даного опитування - з'ясувати ефективність заходів для підтримки експортерів та визначити, що потрібно поліпшити у сфері розвитку експорту в Україні. І тут важливою складовою є канали, якими експортери отримують необхідну для себе інформацію.

53 опитані компанії (від загальної кількості респондентів) отримують інформацію про доступну державну підтримку через інформаційні повідомлення електронною поштою. 48 – знаходять її у соціальній мережі Facebook. Це зумовлено тим, що багато державних органів та установ, інституцій з підтримки торгівлі, торгово-промислових палат ведуть сторінки у соціальних мережах для оперативного інформування бізнесу. Третє місце, як джерело інформації про державну підтримку експорту, посідає веб-сайт [Державної установи «Офіс з просування експорту України»](#), на якому можна знайти аналітику про потенційні ринки для експорту, можливості для вдосконалення знань та навичок для підготовки бізнесу до експорту, практичні поради щодо виходу на зовнішні ринки та багато іншого. Решта опитаних вказали, що отримують інформацію про державну підтримку експорту з інших веб-сайтів, засобів масової інформації та через поради знайомих.

103 опитані підприємства (від загальної кількості респондентів) все-таки надають перевагу персональній розсилці електронною поштою, та вказали дану опцію як джерело номер один для отримання інформації про заходи з підтримки експорту. Друге місце за результатами опитування відведено веб-сайту [Державної установи «Офіс з просування експорту України»](#) (61 компанія від загальної кількості респондентів), третє - веб-сайту [Міністерства економічного розвитку і торгівлі України](#) (49 компаній від загальної кількості респондентів). Решта опитаних не проти отримувати інформацію через соціальну мережу Facebook, засоби масової інформації та рекомендації фахівців державних органів.

Також, учасників опитування запитали про участь у міжнародних заходах та проектах з розвитку інновацій. На жаль, 60 компаній (від загальної кількості респондентів) не знають про таку можливість. Знають – 36, але не до кінця проінформовані як до цього долучитись. Тоді як 28 – користуються, а 21 – знають як долучитись, однак не відповідають вимогам.



За результатами опитування 46 компаній (44,2% від загальної кількості респондентів) не користуються послугами з підтримки експорту від державних установ. А якщо звертаються до таких інституцій, то найчастіше за інформацією про участь у міжнародних виставках і ярмарках – 37 компаній (35,6% від загальної кількості респондентів), далі за експортним консалтингом та участю у торгових місіях – по 26 компаній (25% від загальної кількості респондентів). Замикають рейтинг популярності – інформація про зовнішні ринки, секторальна аналітика, умови доступу до іноземних ринків, а також освіта для експортерів.

Для допомоги українським експортерам у 2018 році створено [Державну установу «Офіс з просування експорту України»](#) на базі консультативно-дорадчого органу «Офіс з просування експорту» при Мінекономрозвитку. Це краща міжнародна практика, яка тепер є і в Україні. Мета Офісу – сприяти успіху українського бізнесу на закордонних ринках.

В рамках проведення опитування 93 компанії (64,1% від загальної кількості респондентів) відповіли, що знають про роботу Офісу, тоді як 52 компаніям (35,9% від загальної кількості респондентів) невідомо нічого про послуги Офісу.

## РЕЙТИНГ ПОПУЛЯРНОСТІ ПОСЛУГ, ЯКІ НАДАЮТЬ ДЕРЖАВНІ УСТАНОВИ ТА ДУ «ОФІС З ПРОСУВАННЯ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ», СЕРЕД БІЗНЕСУ\*

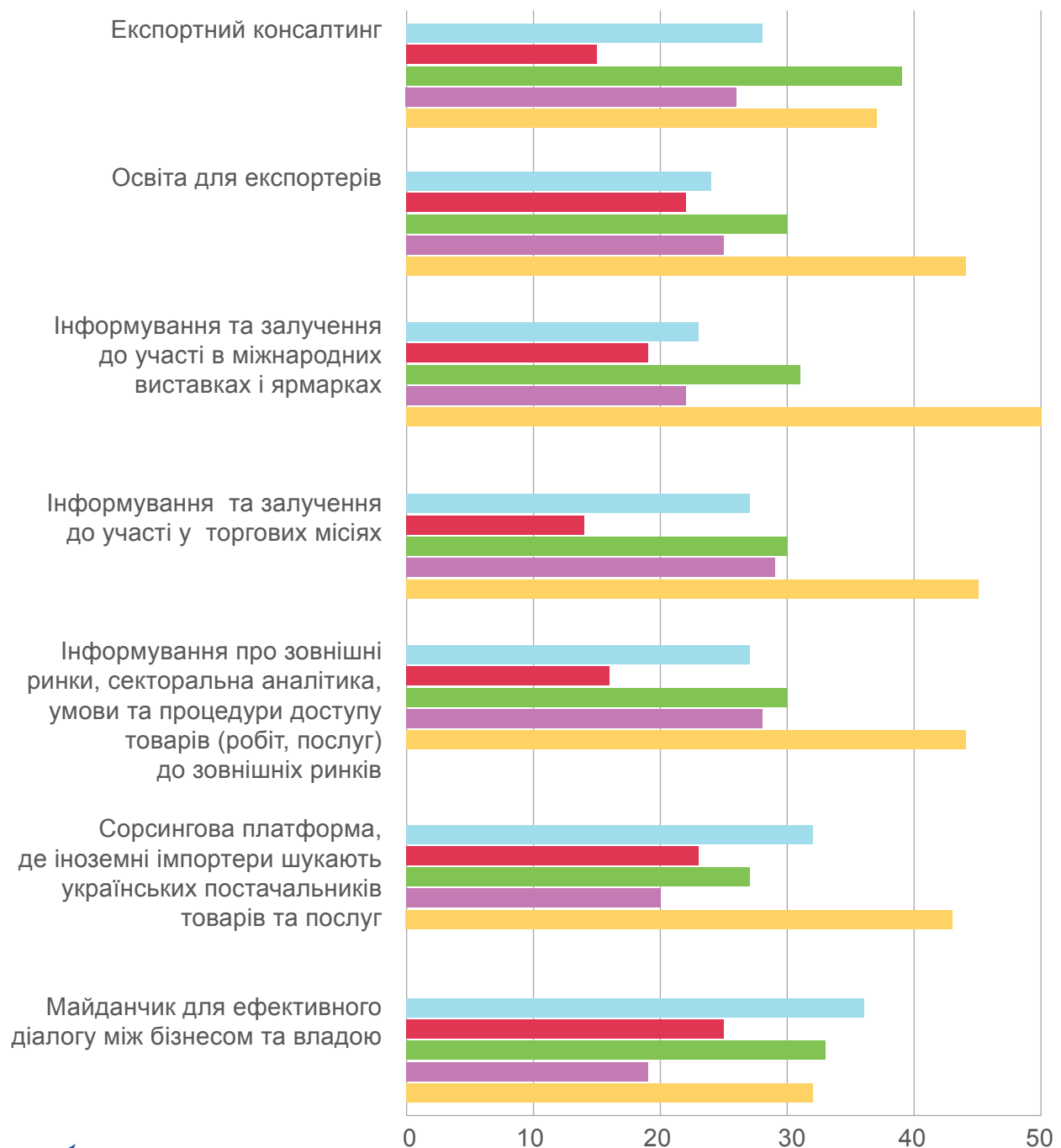


\*число компаній та відсоток від загальної кількості респондентів

## ОЦІНКА ПОСУГ ДУ «ОФІС З ПРОСУВАННЯ ЕКСПОРТУ УКРАЇНИ»

Учасників опитування запитали про послуги, які надає [ДУ «Офіс з просування експорту України»](#). Найбільш корисним для бізнесу є інформування та залучення до участі у міжнародних виставках і ярмарках, а також у торгових місіях. Досить часто експортери цікавляться освітою, інформацією про зовнішні ринки, секторальною аналітикою, умовами доступу до іноземних ринків та сорсинговою платформою, де іноземні імпортери шукають українських постачальників товарів та послуг. Не користується популярністю серед респондентів майданчик для ефективного діалогу між бізнесом та владою.

1 - зовсім некорисні, 2 - некорисні, 3 - частково корисні,  
4 - корисні, 5 - дуже корисні





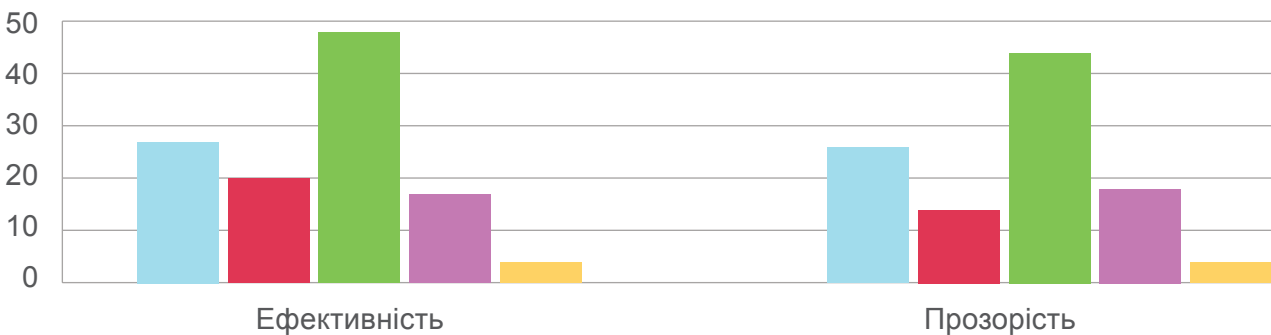
Важливим аспектом для зміцнення позицій українського бізнесу на експортних ринках є торговельний захист. Це захист торговельних інтересів експортерів на зовнішніх ринках, зокрема через використання механізму врегулювання суперечок Світової організації торгівлі. До цих напрямів Мінекономрозвитку активно долучає бізнес.

Так, у 2018 році збережено та покращено умови доступу української продукції вартістю близько 1,65 млрд. дол. США на ринках Туреччини, Індії, Європейського Союзу та США. Також, Україна отримала індивідуальні квоти за 12 категоріями товарів щодо імпорту української металопродукції. Окрім цього, взято участь в 11 процедурах врегулювання суперечок СОТ з метою відстоювання інтересів українських експортерів на зовнішніх ринках, а також здійснювалась протидія торговельній агресії Росії в ході оскарження обмежувальних заходів.

Тому, бізнесу запропоновано оцінити процедури, пов'язані з торговельним захистом, участю в антидемпінгових, антисубсидійних та захисних розслідуваннях, та врегулюванням суперечок СОТ.

## ОЦІНКА ЕФЕКТИВНОСТІ ТА ПРОЗОРОСТІ ПРОЦЕДУР, ПОВ'ЯЗАНИХ ІЗ ТОРГОВЕЛЬНИМ ЗАХИСТОМ

- 1 - дуже погано
- 2 - погано
- 3 - нормально
- 4 - добре
- 5 - дуже добре

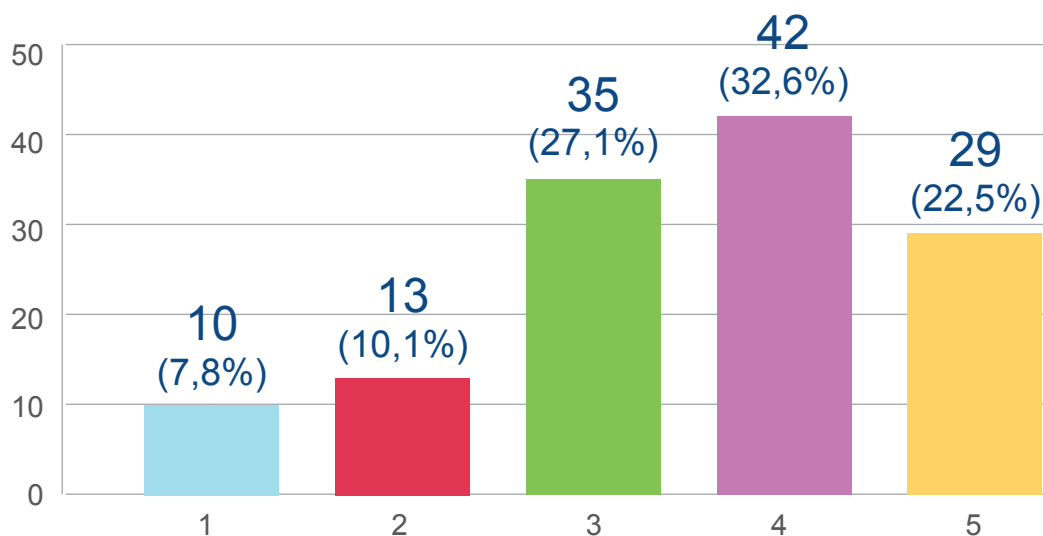


Для спрощення процедур торгівлі одну з ключових ролей відіграє «єдине вікно» на митниці, запуск та поліпшення функціонування якого передбачено Планом завдань і заходів з реалізації [Експортної стратегії України \(«дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі\) на період 2017 – 2021 років](#).

За результатами опитування 83 компанії (61,5% від загальної кількості респондентів) підтримують «єдине вікно» на митниці для всіх процедур митного оформлення товарів. Три компанії (2,2% від загальної кількості респондентів) - проти, решта підприємств нейтрально сприймають дану ініціативу.

## ОЦІНКА ВПРОВАДЖЕННЯ «ЄДИНОГО ВІКНА» НА МИТНИЦІ\*

- 1 - дуже погано
- 2 - погано
- 3 - нормально
- 4 - добре
- 5 - дуже добре



\*число компаній та відсоток від загальної кількості респондентів

**#ЕКСПОРТУЙ** УНІКАЛЬНІСТЬ  
ІННОВАЦІЇ  
ЗНАННЯ  
ЕМОЦІЇ  
ЯКІСТЬ  
ІДЕЇ



Організатор:  
**giz** Deutsche Gesellschaft  
für Internationale  
Zusammenarbeit GmbH



ГРОМАДСЬКА СПІЛКА  
ФОНД ПІДТРИМКИ РЕФОРМ В УКРАЇНІ

**KSE** | Kyiv  
School of  
Economics

[exportstrategy@me.gov.ua](mailto:exportstrategy@me.gov.ua)  
[www.me.gov.ua](http://www.me.gov.ua)