

#ПІДТРИМУЙ
#ЗМІНЮЙ
#РОЗВИВАЙ
#ПРЕДСТАВЛЯЙ
#РЕКЛАМУЙ
#ПІДТРИМУЙ
#РОЗВИВАЙ
#ТРАНСПОРТУЙ
#ФІНАНСУЙ
#ЗМІНЮЙ
#РОЗВИВАЙ
#СТРАХУЙ
#ПРОСУВАЙ
#СТРАХУЙ
#ГОЛОСУЙ
#ІНВЕСТУЙ
#ШУКАЙ
#БРЕНДУЙ
#СТВОРЮЙ
#БРЕНДУЙ
#ЕКСПОРТУЙ
#ЗАОХОЧУЙ
#РЕКЛАМУЙ
#ШУКАЙ
#СТВОРЮЙ
#ПРОСУВАЙ
#РОЗВИВАЙ
#ІНВЕСТУЙ
#БУДЬ ПЕРШИМ
#ЗАОХОЧУЙ
#СТВОРЮЙ
#ТРАНСПОРТУЙ
#ГОЛОСУЙ

ЕКСПОРТНА СТРАТЕГІЯ УКРАЇНИ

ДОРОЖНЯ КАРТА СТРАТЕГІЧНОГО РОЗВИТКУ ТОРГІВЛІ 2017-2021



МІНІСТЕРСТВО
ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ
І ТОРГІВЛІ УКРАЇНИ



International
Trade
Centre



EXPORT
PROMOTION
OFFICE



Western NIS
Enterprise Fund

Ця брошура була підготовлена Міністерством економічного розвитку і торгівлі України на базі результатів досліджень, опитувань та аналізу, який проведений Міжнародним торговельним центром (МТЦ) за підтримки Western NIS Enterprise Fund (WNISEF), в рамках розробки Дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі України.

Зміст брошури не обов'язково відображає позицію МТЦ та WNISEF.

ВЗАЄМОДІЯ



Status quo – 2016 рік

- **2,3%** – зростання реального ВВП (у порівнянні з 2015 р.), інфляція – **12%**, девальвація – **7%**
- у **2 рази** зменшився ВВП на душу населення (з **\$ 4 тис.** в 2013 р. до **\$ 2,2 тис.**)
- **49,3 %** від ВВП складає загальний експорт товарів та послуг (**\$ 44,9 млрд.**)
- **\$ 337 млн.** – профіцит зовнішньоторговельного балансу
- близько **70% (\$ 25,4 млрд.)** експорту товарів: с/г продукція, мінеральні продукти, окремі види продукції хімічної промисловості, деревина, сировина для легкої промисловості та металургійна продукція
- **19% (\$ 9,6 млрд.)** від загального експорту товарів і послуг – послуги (частка сучасних послуг зросла до **16% (\$ 1,6 млрд.)**); частка транспортних послуг складає **54,6% (\$ 5,3 млрд.)**
- **\$ 4,4 млрд.** – прямі іноземні інвестиції

Тренди

- майже вдвічі скоротився експорт товарів та послуг з 2012 р. по 2016 р. (з **\$ 82,4 млрд.** до **\$ 44,9 млрд.**)
- переорієнтація на нові ринки експорту товарів (2016 р. – у порівнянні з 2012 р.):
 - **37,1% (\$ 13,5 млрд)** частка ЄС (**25% \$ 17 млрд.**)
 - **5,2% (\$ 1,9 млрд)** частка Індії (**3,4% \$ 2,3 млрд.**)
 - **5% (\$ 1,8 млрд.)** частка Китаю (**2,6% \$ 1,7 млрд.**)
- Майже у **5 разів** скоротився експорт товарів та послуг до РФ (з **\$ 17,3 млрд.** в 2012 р. до **\$ 3,6 млрд.** в 2016 р.)
- з **18,7%** до **42%** зросла частка експорту продукції АПК та харчової промисловості з 2011 по 2016 рр. (з **\$ 12,7 млрд.** до **\$ 15,3 млрд.**)
- з **19,1%** до **11,9 %** скоротилася частка експорту продукції машинобудування у загальному експорті товарів з 2012 по 2016 рр. (з **\$ 12,9 млрд.** до **\$ 4,3 млрд.**)
- на **10,8%** (на **\$ 108,2 млн.**) збільшився експорт ІТ-послуг у 2016 р. в порівнянні з 2015 (з **\$ 1,1 млрд.**)
- **\$ 0,4 млрд.** чистий прибуток підприємств за **3 кв.** 2016 р. (вперше за **3 роки**)
- позитивна динаміка у рейтингу Doing business у 2017 р. (з **152 місця** в 2012 р. до **80 місця**)

Можливості росту

- **усунення перешкод та створення умов**
 - створення цілісної системи підтримки та просування експорту
 - розвиток інфраструктури
 - впровадження регулювання, що сприяє інноваціям
 - поліпшення умов залучення внутрішніх та зовнішніх інвестицій
 - лібералізація валютного регулювання
 - ефективне впровадження податкового та митного регулювання
- **стратегічна робота з ринками у фокусі**
 - визначення ринків у фокусі
 - надання відомостей про ринки та вимоги доступу до них, визначення особливостей попиту на певні продукти
- **доступ до ринків**
 - ефективне використання існуючих угод про вільну торгівлю, зокрема з ЄС, ЄАВТ, СНД, Канадою, Грузією та підписання нових – з Туреччиною та Ізраїлем
 - приєднання до Регіональної конвенції про Пан-Євро-Середземноморські преференційні правила походження

БАЧЕННЯ

«Наукомісткий та інноваційний експорт для стійкого розвитку та успіху на світових ринках»

ЦІЛІ



Створення сприятливих умов, що стимулюють торгівлю та інновації для диверсифікації експорту

Український експорт представлений, в основному, проміжними товарами з низькою доданою вартістю. Для відновлення економічного росту та підвищення конкурентоспроможності, а також для перетворення економіки на більш інноваційну та наукомістку, необхідно створити сприятливі умови для здійснення торгівлі, які дозволять ефективно диверсифікувати експорт.

Розвиток послуг із підтримки бізнесу та торгівлі, здатних підвищити конкурентоспроможність підприємств, зокрема МСП



Рівень розвитку послуг з підтримки бізнесу та торгівлі в Україні не відповідає вимогам та потребам підприємств. Існують прогалини в наданні послуг, пов'язаних із доступом до фінансових ресурсів, сертифікацією, транспортуванням, брендингом та просуванням української продукції. Ситуація ускладнюється також відсутністю інформаційної підтримки щодо можливостей виходу на перспективні зовнішні ринки (зокрема, про умови доступу, чинні вимоги та правила, особливості ринку та попит на певні продукти тощо). Україна потребує скоординованої мережі інституцій, яка надаватиме необхідну допомогу та підтримку експортерам.

Зміцнення навичок і компетенцій підприємств, зокрема МСП, необхідних для участі в міжнародній торгівлі



Низька продуктивність праці, недостатня мобільність робочої сили та відсутність підприємницьких навичок не дають українським виробникам повноцінно конкурувати на іноземних ринках. Незважаючи на високий рівень освіти та кваліфікації кадрів, спостерігається невідповідність пропозиції, яку формує система освіти, потребам підприємств. Країні потрібні фахівці, які володіють необхідними знаннями та мають відповідний рівень кваліфікації, розуміють вимоги іноземних покупців.

ПЛАН ДІЙ



СПРИЯТЛИВІ УМОВИ



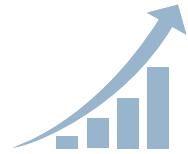
Податкове, валютне та митне регулювання
Мінфін, ДФС, НБУ



УВТ, Пан-Євро-Мед
Мінекономрозвитку



Зняття бар'єрів на зовнішніх ринках
Мінекономрозвитку



Умови для інвестицій
Мінекономрозвитку,
Мінфін



«Єдине вікно» на митниці
Мінфін, ДФС



Інфраструктура
Мінінфраструктури



Стимули для експортерів
Мінекономрозвитку



Технічне регулювання
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту

ПОСЛУГИ



Експортно-кредитне агентство
Мінекономрозвитку,
Мінфін



Програми підтримки експортерів
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту



Торговельні місії
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту,
бізнес-асоціації



Промоція України
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту



Торговельний захист
Мінекономрозвитку



Міжнародні виставки
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту



Відомості про ринки та вимоги доступу до них (market intelligence)
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту



e-commerce (інтернет)
Мінекономрозвитку, НБУ

ПІДТРИМКА ІННОВАЦІЙ



Захист прав інтелектуальної власності
Мінекономрозвитку



Можливості (R&D, тренінги)
Мінекономрозвитку,
Мінінформполітики



Інноваційна інфраструктура (інкубатори, бізнес-акселератори)
Мінекономрозвитку,
Міносвіти



Система підтримки інновацій
Мінекономрозвитку,
Офіс з просування експорту

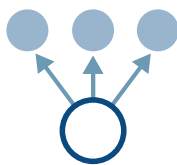
ЗРОБЛЕНО

1



Проведено аналіз стану зовнішньої торгівлі

2



Визначено недоторговані ринки та ринки у фокусі

3



Визначено перспективні сектори на основі кластерного підходу

4



Визначено перешкоди та запропоновано рішення

5



Встановлено чітку взаємодію з іншими стратегіями

1 ТЕНДЕНЦІЇ ТОРГІВЛІ

Показники торгівлі в Україні демонструють значні коливання, які спровоковані низкою зовнішніх та внутрішніх факторів. Ця нестабільність підсилюється тим фактом, що українська економіка характеризується високим рівнем інтегрованості у світову економіку та залежністю українських виробників від цін на зовнішніх ринках.

Протягом останніх років – зовнішньоторговельний баланс України демонструє позитивні тенденції. У 2015 році профіцит зовнішньоторговельного балансу України вперше з 2004 року досяг свого найвищого рівня – \$3,8 млрд. (у 2004 році додатне сальдо торгівлі товарами та послугами було на рівні \$6,9 млрд). Однак, вже у 2016 році можна було спостерігати скорочення профіциту торговельного балансу до рівня \$337,3 млн.

У товарній структурі зовнішньої торгівлі України переважає експорт проміжних товарів та імпорт споживчих товарів.

Фактори, що впливають на стан зовнішньої торгівлі України

1



Зменшення попиту на українську продукцію та несприятлива цінова кон'юнктура на міжнародних ринках в умовах значної залежності вітчизняних підприємств від зовнішніх ринків збуту

2



Погіршення фінансового стану вітчизняних підприємств та відсутність доступу до кредитних ресурсів, і як наслідок, обмеження можливості забезпечення власного виробництва необхідною кількістю сировини та матеріалів для можливого нарощування експорту

3



Обмеження щодо експорту українських товарів на ринок Російської Федерації та транзиту через її територію до третіх країн

4



Зростання собівартості вітчизняної продукції

5



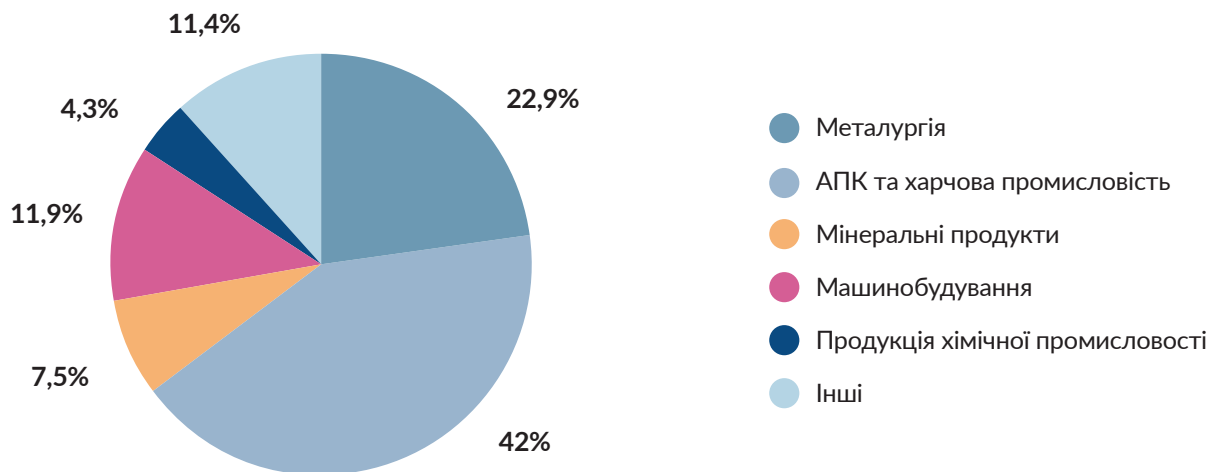
Продовження збройного конфлікту в окремих районах Донецької та Луганської областей, тимчасова окупація Автономної Республіки Крим та м. Севастополь

ЕКСПОРТ ТОВАРІВ

На експорт товарів припадає близько 81% загального експорту України, значну частину якого складають традиційні товари: продукція сільського господарства та металургії, мінеральні продукти та продукція машинобудування. Декомпозиція динаміки українського експорту вказує на зміну показників експорту в останні десять років виключно завдяки інтенсифікації торгівлі саме цими товарами.

Частка АПК та харчової промисловості склала 42% загального обсягу експорту товарів у 2016 р. Частка продукції металургії в експорті за той самий період зменшилася до 22,9% внаслідок падіння цін на сталь і погіршення економічних зв'язків з Російською Федерацією, яка була найбільшим імпортером продукції галузі.

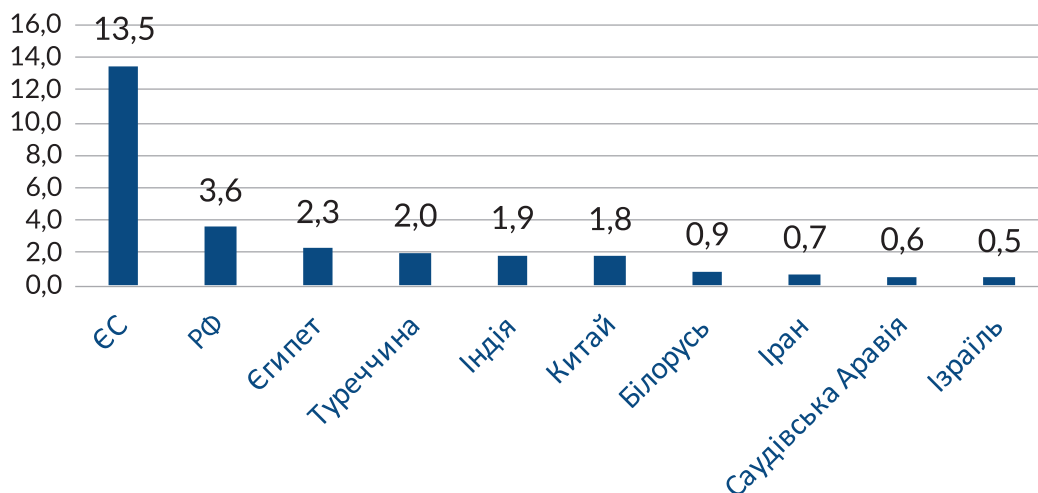
Структура експорту товарів у 2016 році



Протягом останніх років можна спостерігати тенденцію диверсифікації українського експорту через поступове зменшення орієнтованості України на ринки країн СНД. Хоча ці ринки й досі залишаються традиційними для українських експортерів (у 2016 р. частка експорту на ринки СНД становила 16,6%), – з'являються нові ринки, головним серед яких є ринок ЄС. Сукупна частка ринку ЄС в обсязі українського експорту зросла з 27,3% у 2008 р. до 37,1% у 2016 р., зокрема, в наслідок отриманих Україною торгових преференцій відповідно до Угоди про асоціацію між Україною та країнами ЄС. Популярними напрямками стають ринки Індії та Єгипту – у 2016 р. на них припадало понад 11% загального обсягу експорту українських товарів.

ТОП-10 країн,

до яких здійснювався експорт товарів з України у 2016 році, млрд. дол. США

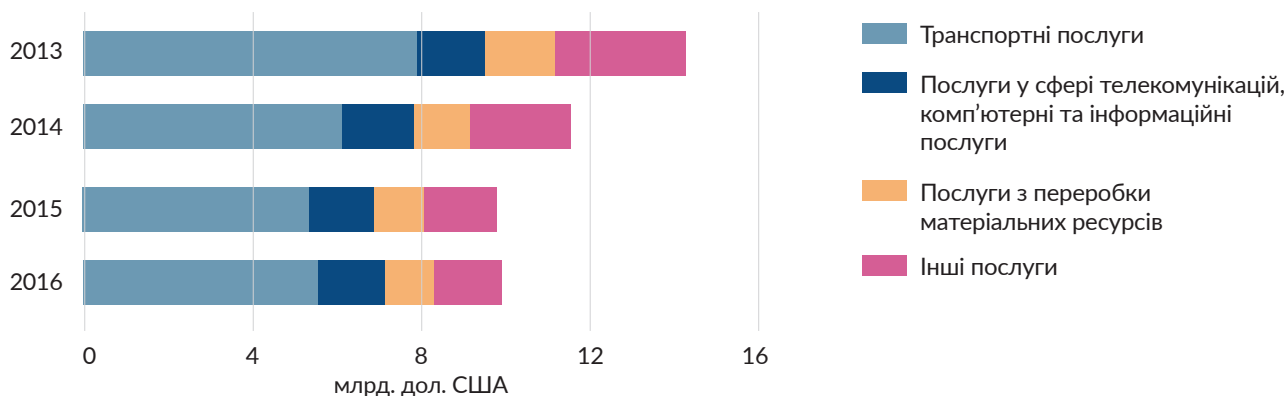


ЕКСПОРТ ПОСЛУГ

Протягом останнього десятиліття частка експорту послуг у загальному обсязі істотно не змінювалась, у 2016 році – становила близько 19%. Україна є країною з великим транзитним потенціалом. Значною мірою експорт послуг представлений транспортними послугами (54,7% у 2016 р.), зокрема транспортуванням природного газу та нафти.

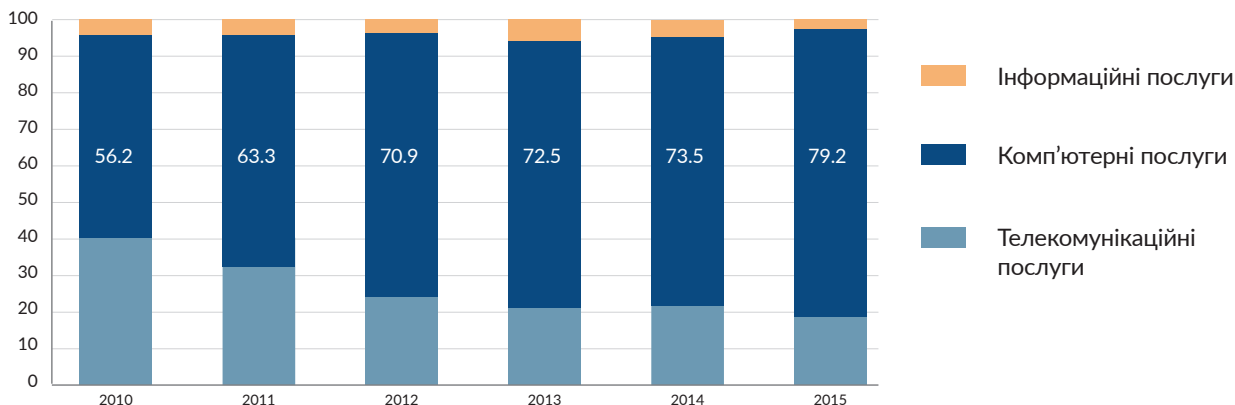
Проте Україна поступово відходить від традиційних послуг (у т.ч. транспортних, туристичних, будівельних). Спостерігається значне збільшення частки експорту сучасних послуг (у т.ч. телекомунікаційних, інформаційних, креативних), які становили у середньому 34% усього експорту послуг за період 2014 – 2015 рр., порівняно з 20% у 2009 – 2010 рр.

Структура експорту послуг, 2013 – 2016



Зростання частки сучасних послуг відбулося, переважно, за рахунок стрімкого розвитку сектору інформаційно-комунікаційних технологій.

Структура експорту телекомунікаційних, комп'ютерних та інформаційних послуг, %



1 ОГЛЯД ТОРГОВЕЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ

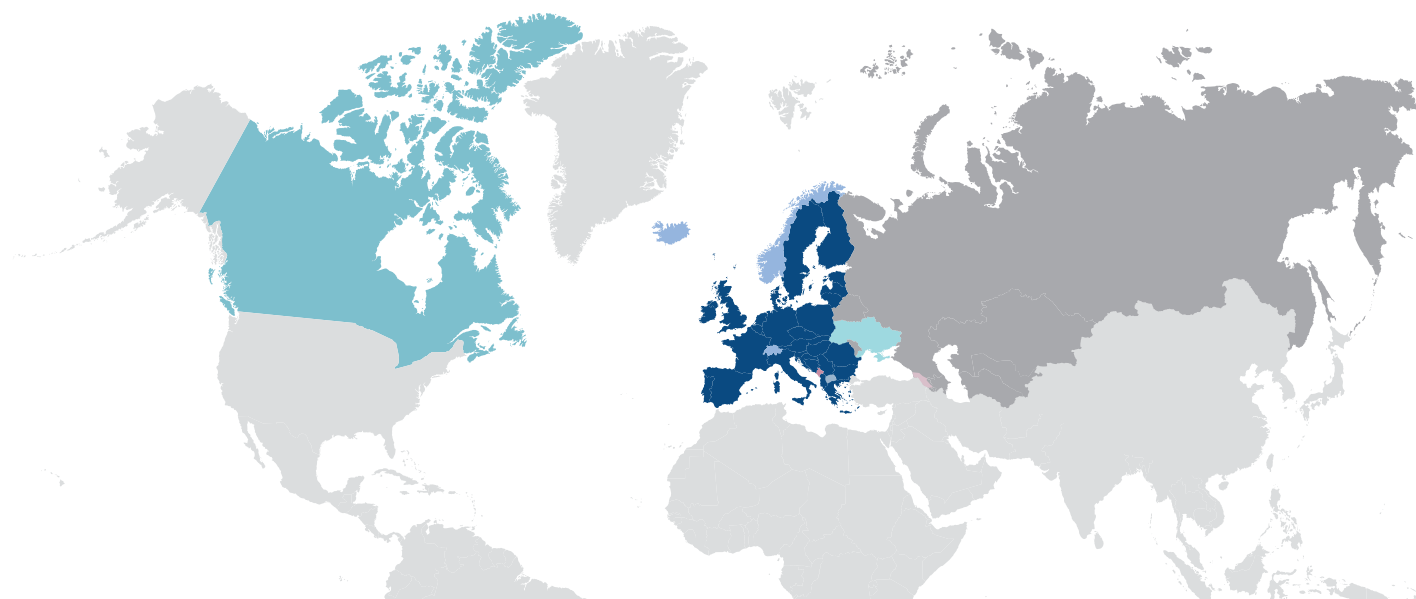
Активна участь та ефективне використання механізмів Світової організації торгівлі (СОТ) є важливим елементом формування торговельної політики України. Україна є однією із 164 країн-членів СОТ із 2008 року. Членство в СОТ дозволяє їй брати участь у формуванні міжнародних правил доступу до ринків та користуватися преференційними митними ставками.

Протягом останніх років рівень активності України в СОТ значно підвищився. У результаті, у 2015 – 2016 роках Україна приєдналась та ратифікувала три додаткові Угоди СОТ, кожна з яких містить переваги, націлені на підвищення прозорості, поліпшення умов ведення бізнесу та торгівлі, вдосконалення правил і процедур державних закупівель, залучення українських виробників до ринку державних закупівель інших країн-членів, а також поліпшення деяких аспектів захисту прав винахідників.

Україна почала активніше відстоювати власні торговельні інтереси, використовуючи один із найбільш ефективних механізмів врегулювання суперечок в рамках СОТ. Наразі Україна задіяна у розгляді трьох суперечок з Російською Федерацією, у двох з яких є позивачем (щодо імпорту залізничного рухомого складу та щодо обмеження транзитного руху).

Для збільшення обсягів торгівлі та залучення інвестицій Україна повинна ефективніше використовувати преференції в рамках вже укладених угод про вільну торгівлю та ініціювати переговори про підписання нових. Поліпшення умов виходу на ринки та отримання доступу до нових ринків, проведення заходів спрямованих на вивчення і створення нових економічних можливостей, а також гармонізація регуляторної бази сприятимуть створенню нових робочих місць та подальшому зростанню економіки України.

З моменту набуття незалежності Україна уклала 17 угод про вільну торгівлю, що охоплюють 45 країн. Наразі Україна веде переговори про підписання угод про вільну торгівлю з Ізраїлем, Туреччиною та Сербією.



■ **СНД:** Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Казахстан, Киргизстан, Молдова, Російська Федерація, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан, 2012 року, до цього діяли окремі двосторонні угоди

■ **Грузія, 1996**

■ **Македонія, 2001**

■ **Європейська асоціація вільної торгівлі:** Ісландія, Ліхтенштейн, Норвегія, Швейцарія, 2012

■ **Чорногорія, 2013**

■ **ЄС, 2016**

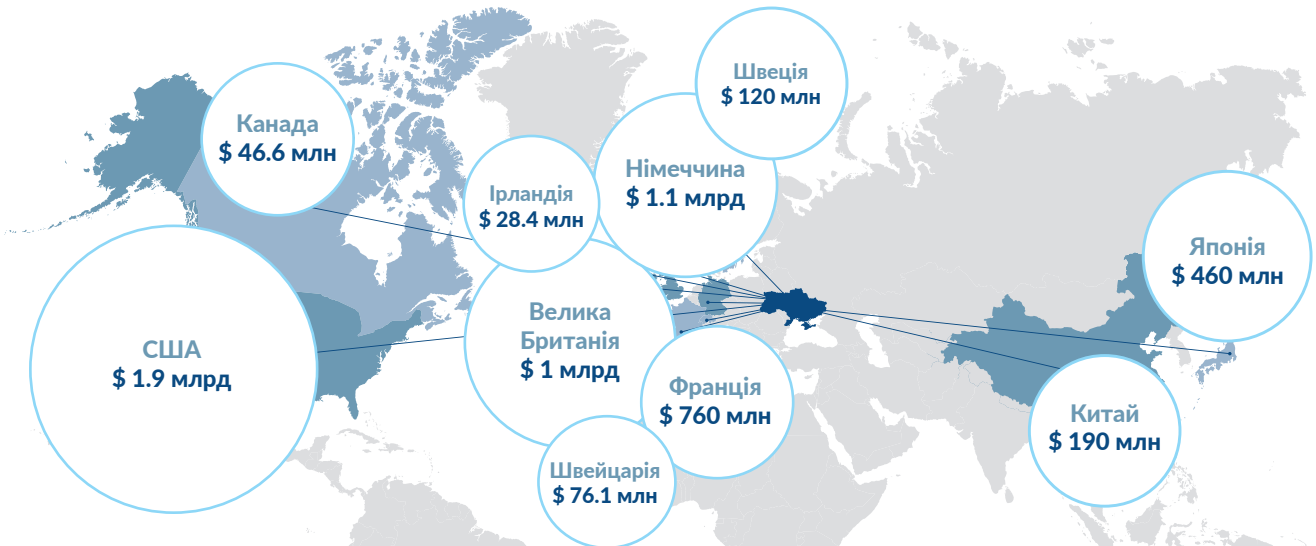
■ **Канада, ратифіковано 2017**

З 1 січня 2016 року Російська Федерація в односторонньому порядку призупинила дію Угоди про вільну торгівлю з Україною в рамках СНД, застосувавши ставки ввізного мита режиму найбільшого сприяння щодо товарів українського походження, заборонила імпорт української сільськогосподарської продукції та продукції харчування, а також заблокувала міжнародний транзит вантажів із території України до інших країн – торговельних партнерів СНД. Наслідки цієї торговельної агресії склали близько 1 млрд. доларів США прямих втрат за минулий рік.

2 НЕДОТОРГОВАНІ РИНКИ

Відповідно до методології Міжнародного торговельного центру, що базується на гравітаційній моделі зовнішньої торгівлі, було визначено 75 ринків, торговельний потенціал яких не повністю використаний українськими підприємствами. Найбільші з них – Сполучені Штати Америки, Німеччина, Велика Британія, Франція, Японія, Канада. Згідно із здійсненими розрахунками, у 2015 році недоторговано близько \$ 6 млрд.

Визначення цих ринків не означає автоматичну відмову від традиційних, а дає уявлення щодо можливої географічної диверсифікації експорту та потенціалу нових ринків.



3 ПЕРСПЕКТИВНІ СЕКТОРИ

Вибір перспективних секторів здійснювався шляхом поєднання таких кількісних і якісних критеріїв:

- Сектори, здатні сприяти інноваціям, модернізації та створенню високої доданої вартості
- Сектори з потенціалом для розвитку МСП
- Сектори з високим попитом на світових ринках

Обрані сектори

Під час консультацій та обговорень перелік перспективних секторів був звужений і доопрацьований, а також перевірений на відповідність вибраним критеріям. В результаті було обрано такі сектори:



Сектор харчової промисловості: включає в себе харчові інгредієнти, готові харчові продукти та органічну продукцію. Сектор має величезну ресурсну базу, людський капітал та налагоджене виробництво і досвід роботи.



Сектор інформаційних та комунікаційних технологій (ІКТ) представлений, головним чином, центрами з розробки програмного забезпечення, а також науково-дослідними та дослідно-конструкторськими (НДДКР) інститутами.



Сектор технічного обслуговування та ремонту повітряних суден представлений кількома підприємствами, зокрема в основних аеропортах країни.



Сектор виробництва запасних частин та комплектуючих виробів для аерокосмічної та авіаційної промисловості: українська аерокосмічна галузь є консолідованим сектором, який виробляє літаки, а також частини та комплектуючі до них.



Сектор машинобудування, складається переважно з загального машинобудування. Важке машинобудування включає транспортні засоби, залізничні і трамвайні локомотиви, частини та комплектуючі до них.



Сектор креативних послуг представлений послугами з реклами та зв'язків з громадськістю (PR), ремісництвом, дизайном, кіноіндустрією, індустрією моди, видавництвом, візуальними та іншими мистецтвами.



Сектор туризму: особливий потенціал мають такі види туризму, як еко-туризм, екстремальний, культурний, діловий (MICE) та освітній.

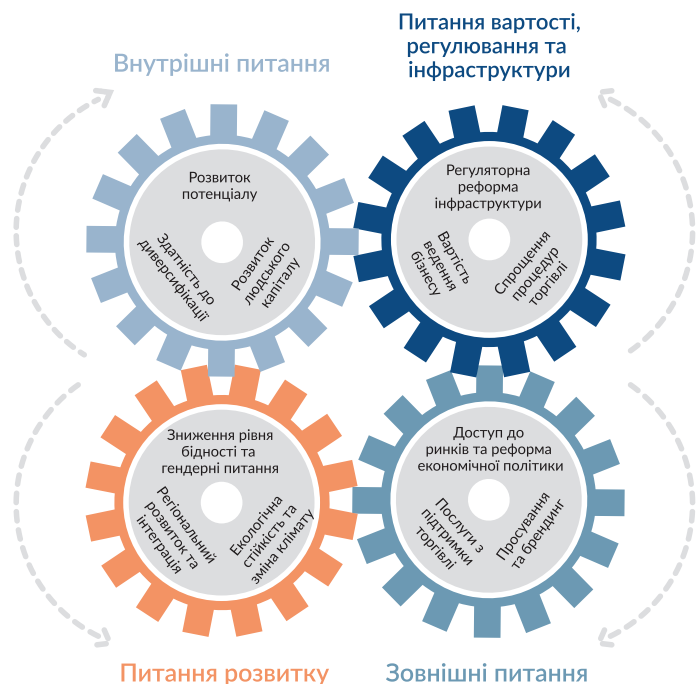
4 ПЕРЕШКОДИ

Конкуреноспроможність країни залежить від багатьох чинників, зокрема: рівня експортної пропозиції товарів та послуг, якості підприємницького середовища, умов виходу на ринок і впливу торгівлі.

Для забезпечення ефективності експортної стратегії використовувалася інтегрований підхід до аналізу перешкод та причин низької конкурентоспроможності, що схематично зображений у формі чотирьох коліщат на малюнку.

Повний перелік перешкод та запропонованих рішень наведено у Дорожній карті стратегічного розвитку та торгівлі на 2017 – 2021 рр. (далі – Дорожня карта).

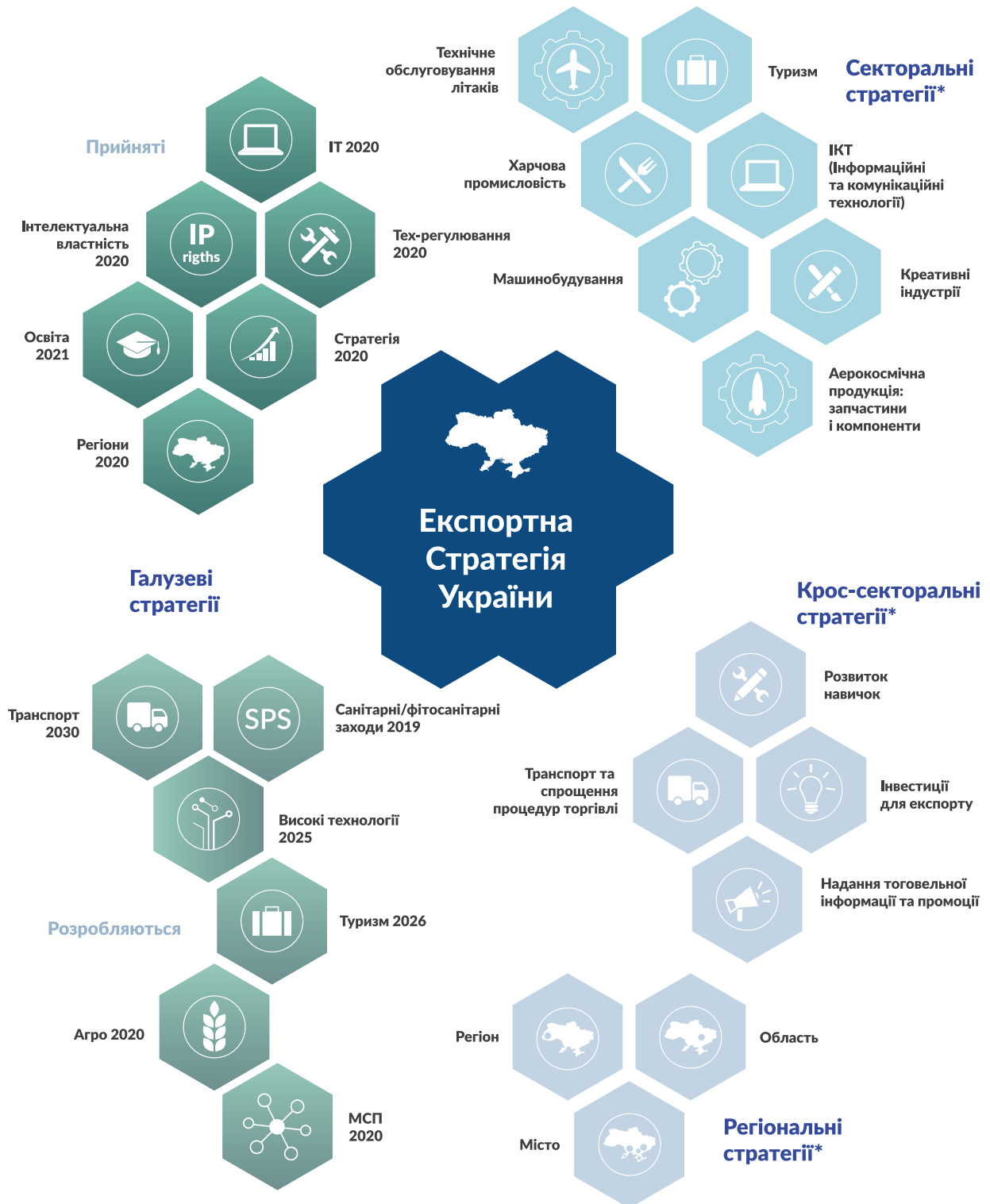
Інституції, відповідальні за впровадження стратегії включають: Міністерство економічного розвитку і торгівлі України, Міністерство фінансів України, Міністерство освіти і науки України, Державну фіскальну службу України, Міністерство інфраструктури України, Міністерство закордонних справ України, Міністерство соціальної політики України, галузеві та бізнес-асоціації, а також місцеві органи влади. Реалізація рішень запланована протягом наступних п'яти років.



5 ВЗАЄМОДІЯ З ІНШИМИ СТРАТЕГІЯМИ

Експортна стратегія пов'язана з іншими галузевими стратегіями та планами України, які наразі впроваджуються або перебувають на стадії розробки. До Експортної стратегії не включені заходи, що увійшли до складу інших документів, з метою уникнення їх дублювання. Визначено сфери взаємодії та координації із дотичних питань з урахуванням попереднього досвіду та недоліків у роботі державних органів та інституцій із підтримки торгівлі.

Експортна стратегія – це живий документ, який в ході впровадження буде розширено за рахунок розробки секторальних та крос-секторальних стратегій.

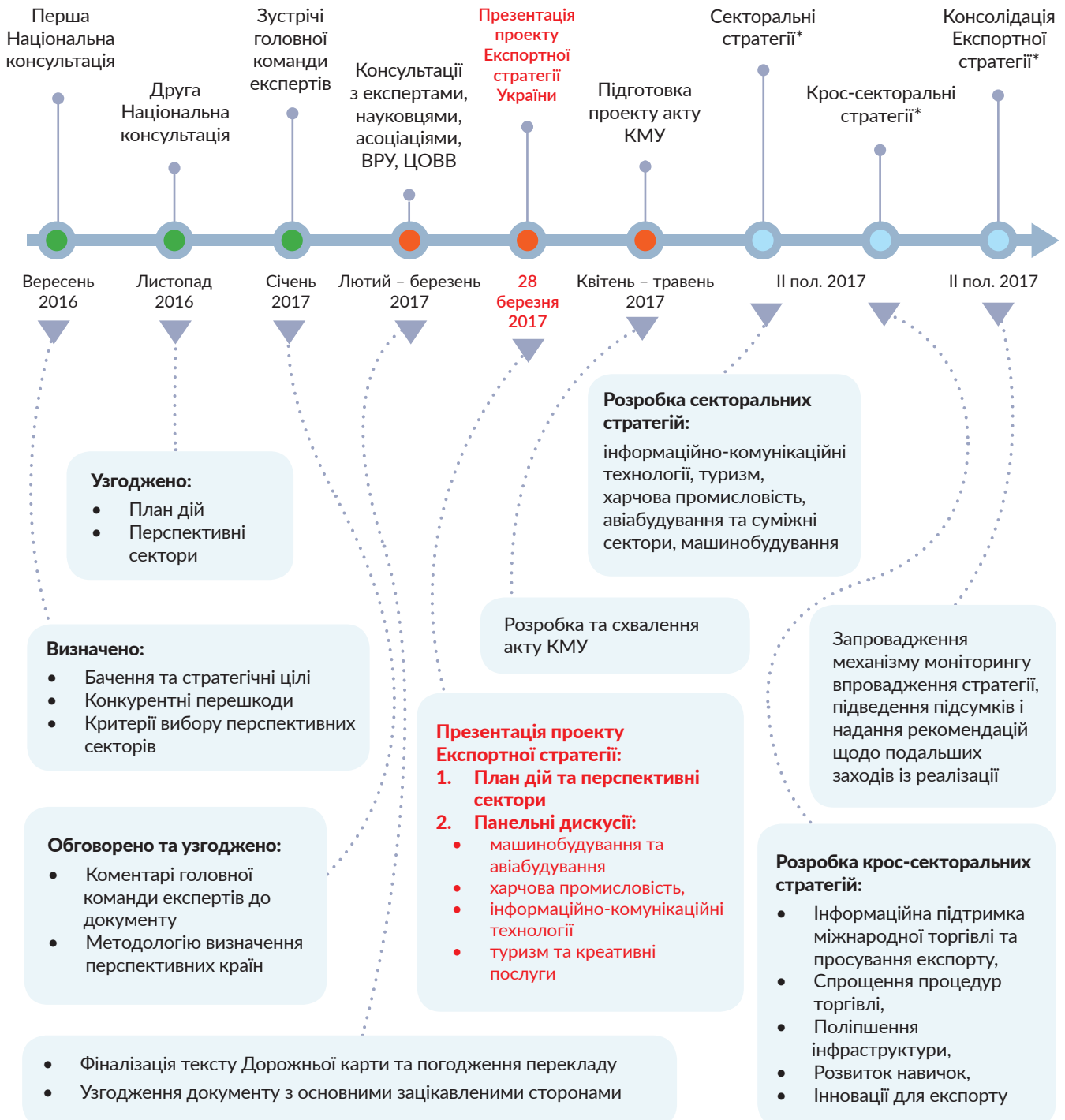


*рекомендовано згідно з методологією МТЦ

ЕТАПИ РОЗРОБКИ СТРАТЕГІЇ

Восени 2016 року Мінекономрозвитку розпочало роботу над розробкою Експортної стратегії, що включатиме Дорожню карту стратегічного розвитку торгівлі України, визначення ринків у фокусі, розробку секторальних та крос-секторальних стратегій. До розробки Дорожньої карти було залучено експертів Міжнародного торговельного центру (МТЦ – спільна агенція СОТ та ООН), які мають досвід розробки експортних стратегій для більш ніж 50 країн світу. Участь міжнародних експертів забезпечувала об'єктивність та неупередженість процесу.

У вересні – листопаді 2016 року проведено серію дводенних «мозкових штурмів», у яких взяло участь понад 250 представників органів влади, галузевих та бізнес-асоціацій, наукових установ, експертних центрів та громадських організацій, а також проектів технічної допомоги. Ці напрацювання покладено в основу Дорожньої карти та Плану дій, і визначено подальші кроки у розробці Експортної стратегії. Ефективне впровадження Експортної стратегії буде забезпечене шляхом закріплення Плану дій розпорядженням КМУ.



*рекомендовано згідно з методологією МТЦ

ВИСНОВКИ

У ході розробки Експортної стратегії було проведено аналіз актуального стану зовнішньої торгівлі, інвестицій та макроекономічних показників розвитку української економіки. Відображено бачення та визначено три основні цілі розвитку зовнішньої торгівлі.

Визначено перспективні сектори з високим потенціалом розвитку. Окрім кількісних та якісних критеріїв при обранні перспективних секторів було враховано їх потенціал для розвитку торгівлі в цілому та здатність опосередковано забезпечити позитивний вплив на інші сектори економіки.

Передбачено створення цілісної мережі підтримки торгівлі, що відповідатиме потребам експортерів, реагуватиме на їх запити та надаватиме якісні послуги.

Проведено поглиблений аналіз існуючих перешкод, що стримують розвиток українського експорту та запропоновано рішення для їх усунення. Ці рішення знайшли відображення у Плані дій.

Зокрема, для досягнення товарної та географічної диверсифікації передбачено такі заходи: оцінка стимулів для залучення інвестицій та інновацій, підтримка створення центрів інноваційних технологій, розвиток електронної комерції, проведення оцінки ефективності чинних угод про вільну торгівлю та вивчення доцільності укладання нових, визначення ринків у фокусі та розробка програм, створення механізмів підвищення ефективності та прозорості митних процедур, визначення проектів розвитку транспортної інфраструктури.

З метою підвищення конкурентоспроможності українських підприємств на світових ринках будуть здійснені такі заходи: створення Інституції з підтримки та просування експорту, Ради з міжнародної торгівлі при КМУ, Експортно-кредитного агентства, мережі підтримки торгівлі, єдиного веб-ресурсу для інформаційної підтримки українських експортерів, торговельних представництв у складі дипломатичних місій. Одночасно планується проведення заходів із поліпшення рівня поінформованості експортерів про доступні послуги з підтримки торгівлі, зокрема – допомоги в організації та участі у міжнародних виставках та ярмарках, торговельних місіях.

Для стимулювання та розвитку підприємництва буде проведено інформаційно-просвітницькі кампанії, підтримано створення інкубаторів та бізнес-акселераторів, запроваджено навчальні програми, розроблено загальнонаціональну базу даних можливостей працевлаштування, здійснено заходи, що спрямовані на активізацію внутрішньої мобільності робочої сили та забезпечення відповідності освіти та навичок потребам ринку.

Запорукою успішної реалізації Дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі України на 2017 – 2021 рр. є спільна та злагоджена робота всіх учасників, що безпосередньо або опосередковано задіяні в експорті товарів і послуг, а також у підтримці постійного і продуктивного діалогу між ними.

#UAEXPORTS

— ДЛҀА НОТАТОК

— ДЛҀА НОТАТОК

Ця брошура була підготовлена Міністерством економічного розвитку і торгівлі України на базі результатів досліджень, опитувань та аналізу, який проведений Міжнародним торговельним центром (МТЦ) за підтримки Western NIS Enterprise Fund (WNISEF), в рамках розробки Дорожньої карти стратегічного розвитку торгівлі України.

Зміст брошури не обов'язково відображає позицію МТЦ та WNISEF.

#ЕКСПОРТУЙ УНІКАЛЬНІСТЬ
ІННОВАЦІЇ
ЗНАННЯ
ЕМОЦІЇ
ЯКІСТЬ
ІДЕЇ

ЗА ПІДТРИМКИ



СКООРДИНОВАНО



Міністерство економічного
розвитку і торгівлі України

вул. М. Грушевського, 12/2,
Київ, 01008

+38 044 596 68 17

exportstrategy@me.gov.ua
www.me.gov.ua