Foundation for Support of Reforms in Ukraine

МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

tipster

співпраця з німеччиною
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Виконавець:
giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

From the People of Japan

UNDP

Рекомендації

ЩОДО МІНІМІЗАЦІЇ МОЖЛИВОГО НЕГАТИВНОГО ВПЛИВУ ЗАХОДІВ НА УКРАЇНСЬКИХ ЕКСПОРТЕРІВ ДЛЯ ПОСИЛЕННЯ ЇХНІХ ПОЗИЦІЙ НА ВІДПОВІДНИХ РИНКАХ

Ігор Бураковський, Голова Правління ІЕД

- Рекомендації базуються на результатах дослідження «Оцінка заходів реагування, очікувань та поведінкових стратегій ключових імпортерів української продукції в топ-10 країнах-імпортерах в умовах війни в Україні».
- Дослідження проведене у березні-травні 2025 року й базується як на аналізі відкритих джерел інформації, так й на результатах глибинних інтерв'ю, проведених ІЕД з представниками посольств України, бізнес-асоціацій, торговельних палат та компаній у досліджуваних країнах.
- Рекомендації стосуються дій органів влади, бізнес-асоціацій та українського бізнесу

Рекомендації для уряду

- Посилити інституційну спроможність Офісу з розвитку підприємництва та експорту, Експортно-кредитної агенції, економічних відділів посольств. Зокрема, посилити спроможність представляти та захищати інтереси українських експортерів у ключових країнах-партнерах
- Посилити координацію дій відповідних державних інституцій та агенцій, для чого зокрема потрібно уточнити їх функції та повноваження в частині сприяння зовнішньоекономічній діяльності українського бізнесу.
- Посилити інформаційну діяльність відповідних структур. Спільно з українськими бізнес-об'єднаннями проводити регулярні інформаційні компанії для протидії розповсюдженню дезінформації щодо ролі та місця України на внутрішньому ринку країн-партнерів, якості української продукції тощо, а також вести регулярну роз’яснювальну роботу щодо доданої вартості членства України для ЄС.
- Сприяти участі українських бізнесів у виставковій діяльності, торговельних місіях, європейських бізнес-платформах, мережах, асоціаціях тощо
- Посилити зв'язки з бізнес-асоціаціями в частині просування та захисту інтересів українських виробників товарів та постачальників послуг на міжнародні ринки, зокрема в плані вирішення конфліктних питань, встановлення ділових контактів зі споживачами українських товарів та послуг.

Рекомендації для бізнес-асоціацій

- Зосереджуватись на встановленні не формальних, а «живих» персональних контактів з бізнес-асоціаціями та торговельними палатами, та їх постійній підтримці для ефективності роботи на ринках країн-партнерів та забезпеченні знання та розуміння українського бізнесу на цих ринках, протидії дезінформації та негативним стереотипам
- Активно сприяти участі українських експортерів товарів та послуг у виставках та інших інформаційних заходах за участі не тільки “місцевих” споживачів товарів та послуг, але й тих підприємців, які працюють на ринках інших країн-членів ЄС і не тільки.
- Розбудовувати мережу своїх представництв у відповідних країнах як активних агентів просування інтересів своїх членів у відповідних країнах.
- Проводити регулярні інформаційні компанії з метою протидії розповсюдженню дезінформації щодо ролі та місця України на внутрішньому ринку країн-партнерів, якості української продукції тощо
- Регулярно інформувати членів асоціації про актуальні зміни відповідних регуляторних норм та правил, динаміки та тенденцій розвитку ринків та сприяти участі своїх членів в обговоренні пропонованих регуляторних змін, національного торговельного режиму тощо

Рекомендації для бізнесу (1/3)

- Брати активну участь у виставкових та інформаційно-презентаційних заходах в країнах-імпортерах, шукаючи при цьому найбільш креативні шляхи та способи презентації своїх товарів та послуг заради успішної конкуренції з іншими учасниками відповідних заходів за увагу потенційних споживачів.
- Брати участь в роботі місцевих підприємницьких об'єднань або національних організаціях міжнародних підприємницьких об’єднань типу AmCham з метою просування та захисту власних економічних інтересів.
- Невпинно працювати над покращенням власної ділової репутації, адже за часів високого рівня прозорості інформацію про чинних та потенційних партнерів можна знайти відносно просто та швидко.
- Працювати над прозорістю, відкритістю і соціальною відповідальністю компанії як важливого елементу виходу на зовнішні ринки. Компанії, які відкрито декларують свою позицію в цих питаннях, виглядають зріло й надійно в очах потенційних партнерів. Вони викликають більше довіри, мають нижчі ризики конфліктів у співпраці та отримують кращі стартові умови при виході на нові ринки. Це особливо помітно в секторах, орієнтованих на міжнародне партнерство — IT, агробізнес, логістика, фінансові послуги.
- При прийняття рішення виходу на зовнішні ринки приділити увагу вивченню не лише нормативних актів, але й їх мови, особливостей їх бізнес культури тощо. Альтернативою може бути залучення місцевого представника, що розуміє ринок

Рекомендації для бізнесу (2/3)

- При прийнятті рішення про вихід на конкретний національний ринок слід враховувати, що в рамках ЄС регулювання зовнішньоторговельних відносин здійснюється на рівні на ЄС, але при цьому спосіб такого виходу залежить від цілого ряду чинників. За таких умов може бути доцільно реєструвати філіал чи окрему компанію в одній країні ЄС з тим, щоб працювати на ринках інших кран Євросоюзу або за його межами.
- При прийнятті рішення про вихід на ринок ЄС слід враховувати, що зареєстрована в ЄС компанія може використовувати різні національні та загальноєвропейські програми підтримки бізнесу, що може стати додатковим аргументом на користь реєстрації юридичної особи в країні ЄС.
- При розробці стратегії виходу на зовнішні ринки українські виробники товарів повинні виходити з того, що розбудова стабільних та ефективних стосунків з іноземними партнерами вимагає цілої низки послідовних кроків та постійних зусиль, спрямованих на утримання відповідних ринків.
- Використовувати різні формати виходу на зовнішні ринки, як-то відкриття представництв, дочірніх компаній, створення спільних підприємств або використання франшизи.
- Для успішної роботи на ринку ЄС та зменшення ризиків, пов’язаних з логістикою та митними процедурами, рекомендується відкриття складів на території ЄС.

Рекомендації для бізнесу (3/3)

- При виборі каналів реалізації слід серйозно вивчити потенціал продажу товарів через такі маркетплейси як Amazon EU, eBay Europe, Bol.com, створення та просування власного сайту електронної комерції з європейським доменним іменем, зважаючи на зростання ролі та масштабів електронної торгівлі в системі Business-to-Business (B2B), обсяги якої вже в п'ять разів перевищують ринок Business-to-Consumer (B2C).
- Максимально використовувати можливості, які вже надаються інфраструктурою підтримки експорту України, як-то послуг Офісу з розвитку підприємництва та експорту, Експортно-кредитної агенції, Торговельно-Промислової Палати тощо

Foundation for Support of Reforms in Ukraine

МІНІСТЕРСТВО ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

tipster

співпраця з німеччиною
DEUTSCHE ZUSAMMENARBEIT

Виконавець:
giz Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH

From the People of Japan

UNDP

Захід організовано Громадською спілкою «Фонд підтримки реформ в Україні» в рамках реалізації проєкту “Експортна стратегія України в умовах війни” за сприяння Програми розвитку ООН (ПРООН) в Україні та фінансової підтримки Уряду Японії, наданої в межах проєкту «Трансформаційне відновлення задля безпеки людей в Україні», та в рамках проєкту “TIPSTER: Торгівля, підтримка інтелектуальної власності та технічне регулювання”, що реалізовується ГС “ФПРУ) за фінансової підтримки уряду Німеччини в межах проєкту міжнародної співпраці ReACT4UA (“Застосування та імплементація Угоди про асоціацію між ЄС та Україною у сфері торгівлі”), виконавцем якого є німецька федеральна компанія Deutsche Gesellschaftfür Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH. Думки, зауваження, висновки або рекомендації, озвучені під час тренінгу, належать авторам / спікерам і не обов’язково відображають погляди ПРООН, ООН, Уряду Японії та/або інших міжнародних партнерів.