

Дорожня карта підприємцям щодо виходу на нові ринки

Тернопіль – 2023



Виконавці:

Ольга Собко, завідувач кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ, д-р екон. наук, професор

Ірина Бойчик, доцент кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ, канд. екон. наук, доцент

Роман Волошин, доцент кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ, канд. екон. наук, доцент

Ольга Іванова, професор кафедри менеджменту, публічного управління та персоналу ЗУНУ, д-р екон. наук, професор

Олена Птащенко, професор кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ, д-р екон. наук, професор

Юрій Сенік, ст. викладач кафедри підприємництва і торгівлі ЗУНУ, канд. біол. наук

Дорожня карта підприємцям щодо виходу на нові ринки.
Дорожня карта. Тернопіль, 2023. 20

©Західноукраїнський національний університет, 2023

Дорожню карту розроблено в межах програми міжнародної співпраці [«EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП»](#) за співфінансування Європейського Союзу та уряду Німеччини. Програма спрямована на підтримку економічної стійкості, відновлення та зростання України, створення кращих умов для розвитку українських малих і середніх підприємств (МСП), а також підтримку інновацій та експорту. Детальніше: www.eu4business.org.ua

Стратегічний виконавець програми – німецька федеральна компанія [Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit \(GIZ\) GmbH](#). Виконавець грантового конкурсу – [Фонд розвитку підприємництва](#). Виконавець гранту – громадська організація “Вест Юкрейн Діджитал”.

Зміст дорожньої карти є виключною відповідальністю [Тернопільської міської ради](#) і не обов’язково відображає позицію Європейського Союзу та уряду Німеччини.

Дорожню карту для виходу МСП Тернопільської громади на нові ринки розроблено в рамках проекту «Обличчя бізнесу в громаді», який реалізує ГО «Вест Юкрейн Діджитал» в партнерстві з Тернопільською міською радою за підтримки програми міжнародної співпраці «EU4Business: відновлення, конкурентоспроможність та інтернаціоналізація МСП». Програма «EU4Business» співфінансується Європейським Союзом та урядом Німеччини.

Проект «Обличчя бізнесу в громаді» реалізовується від квітня до листопада 2023 року. Метою проекту є створення кращих умов для розвитку підприємництва в громаді, формування інноваційної культури ведення бізнесу та набуття компетенцій комунікації, що сприятиме розширенню доступу МСП до нових ринків збуту поза межами громади.

Основними цілями проекту є:

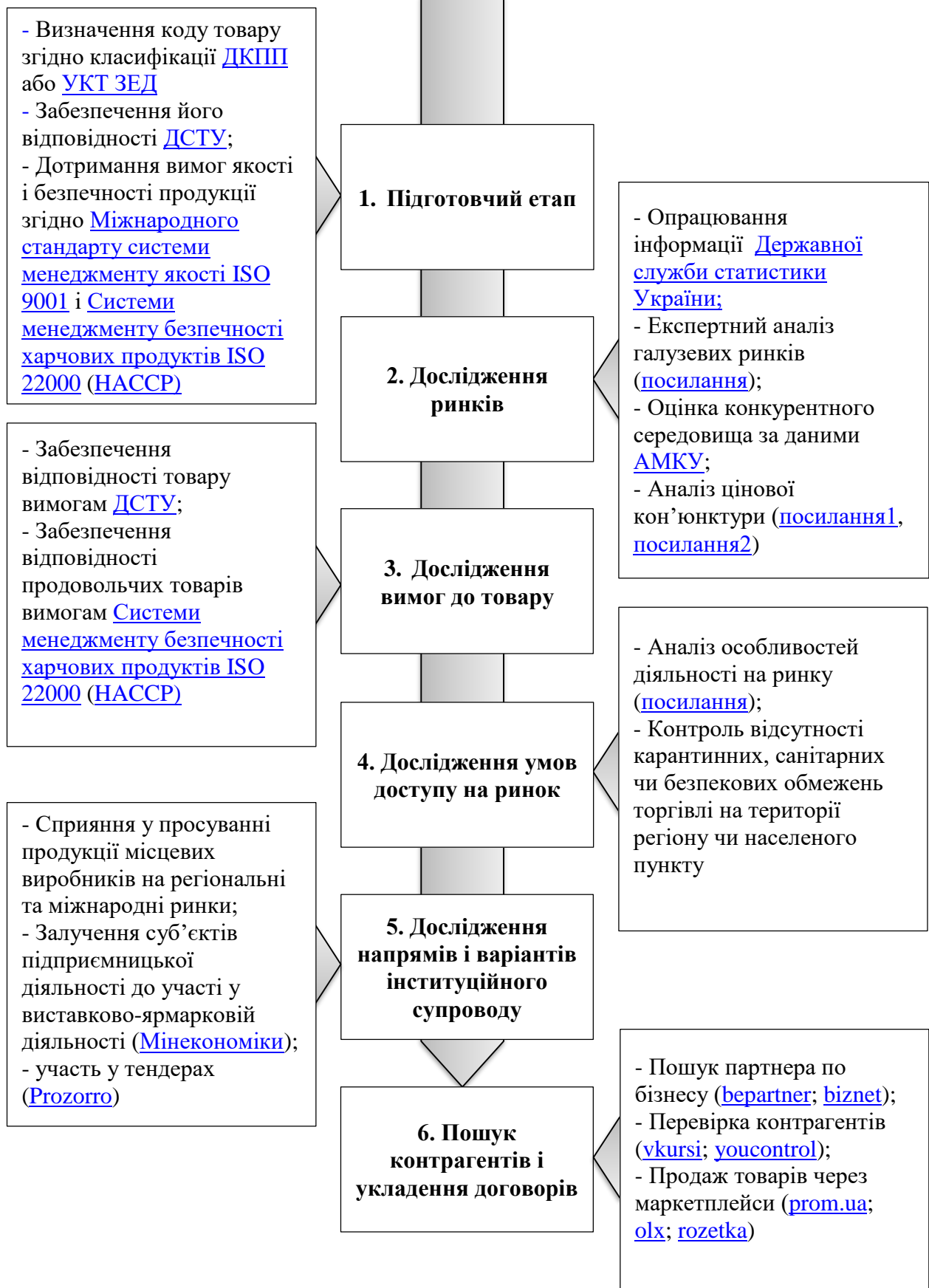
- ✓ розширення доступу місцевих підприємців Тернопільської громади до нових ринків збуту;
- ✓ підвищення рівня знань через проведення офлайн навчання та започаткування онлайн курсів для діючих підприємців та підприємців-початківців;
- ✓ покращення регуляторного середовища для бізнесу в громаді, через створення порталу (окремого розділу) для підприємців на сайті Тернопільської міської ради та доповнення мобільного додатку E-Ternopil новими функціями;
- ✓ впровадження заходів інформаційної підтримки для бізнесу через відображення інвестиційних можливостей громади в інвестиційному паспорті, а також на сайті Тернопільської міської ради та в мобільному додатку E-Ternopil.

Дана дорожня карта є одним із документів, розроблених в рамках даного проекту. Вона є своєрідним путівником для підприємців Тернопільської громади та відображає алгоритми виходу продукції місцевих виробників громади на нові ринки, зокрема в межах України, експорту продукції до ЄС і експорту продукції в інші країни світу. В цій дорожній карті використано дані з інформаційних джерел: Державної служби статистики України; Державної митної служби України; Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів; Державного інформаційно-аналітичного центру моніторингу зовнішніх товарних ринків (ДП «Держзовнішінформ»); Державної служби експортного контролю України; ПрАТ «Експортно-кредитне агентство»; Торгово-промислової палати України; порталу Дія.Бізнес; дані Економічного профайлу Тернопільської МТГ тощо.



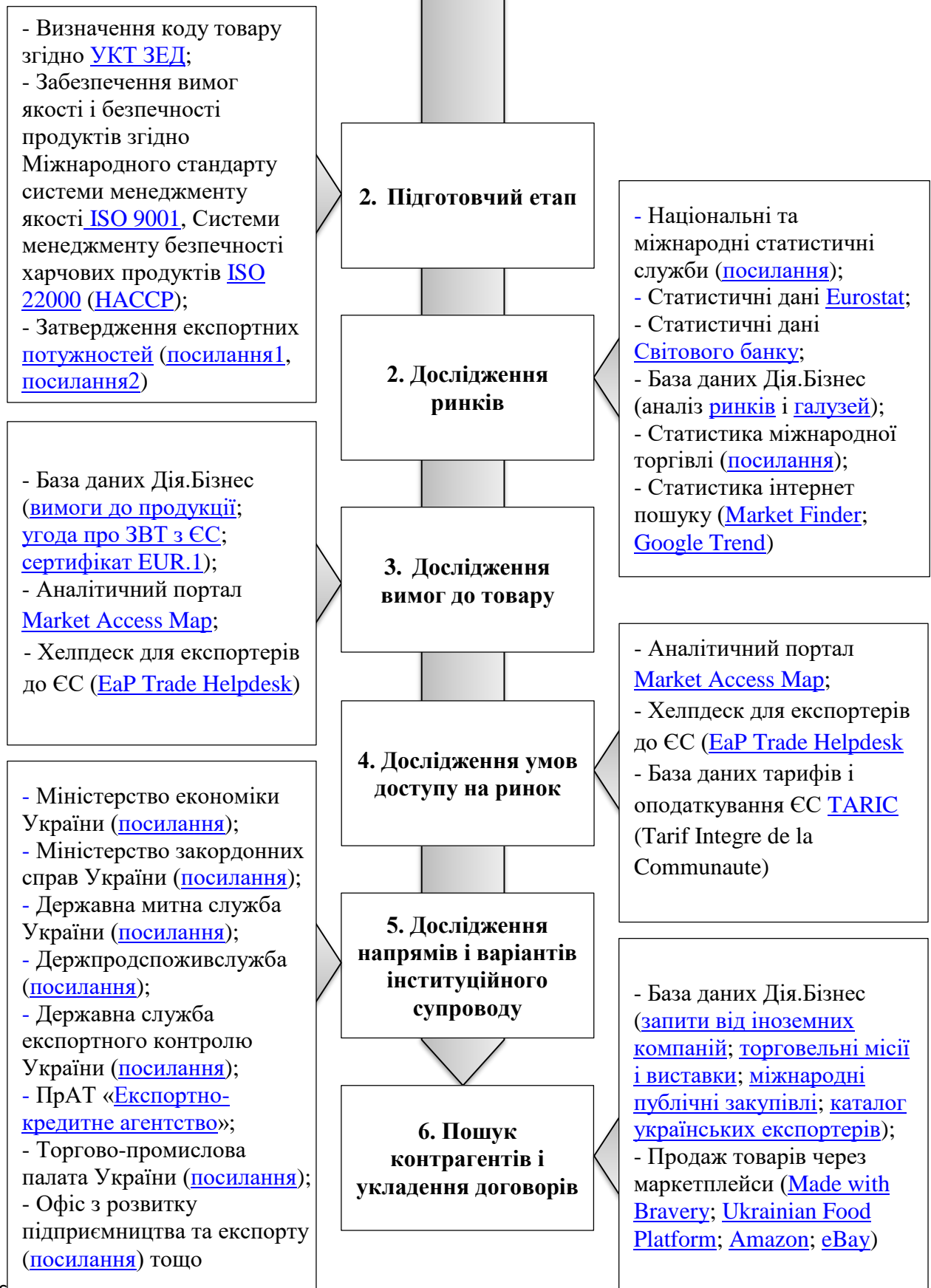
Дорожня карта виходу підприємців Тернопільської МТГ на нові ринки

Рішення про вихід на нові ринки в межах України



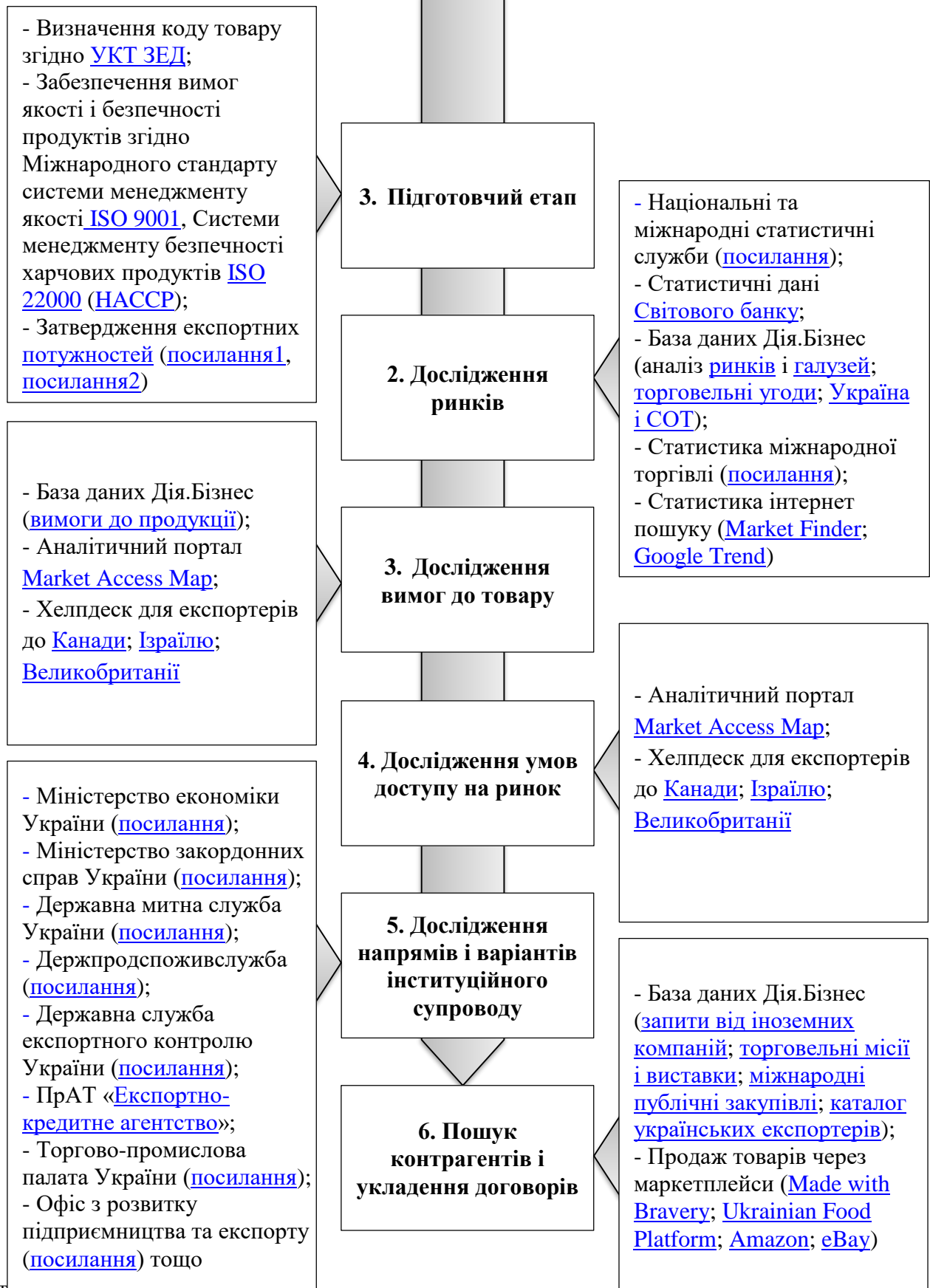
Дорожня карта виходу підприємців Тернопільської МТГ на нові ринки в межах України

Рішення про вихід на ринки ЄС



Дорожня карта виходу підприємців Тернопільської МТГ на ринки ЄС

Рішення про вихід на ринки різних країн світу



Дорожня карта виходу підприємців Тернопільської МТГ на ринки різних країн світу

ДОРОЖНА КАРТА

виходу підприємців Тернопільської МТГ на нові ринки

Освоєння нових ринків, включно із експортом продукції, пов'язане зі складними організаційними процесами, які потребують додаткових знань, навичок, налагодження зв'язків і сприяння. Варто зазначити, що серед ділового оточення практично кожного підприємства є ціле коло суб'єктів, зацікавлених у такому сприянні. Найбільш активними з них є Міністерство економіки України, Міністерство закордонних справ України, Державна митна служба України, Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів тощо. Значна частина інформації і методичних рекомендацій щодо розвитку експортної діяльності розміщено на інтернет-порталі Дія.Бізнес.

Опрацювавши інформацію, представлену в нормативних документах, положеннях, інструкціях і на сайтах перелічених суб'єктів, ми розробили Дорожню карту з експорту продукції за межі громади. Цей документ представлений у вигляді блок-схеми, в межах якої послідовно подається інформація про етапи розвитку експорту підприємства, а також наводяться посилання на інформаційні джерела, які більш детально пояснюють той чи інший аспект зазначеного напрямку діяльності.

Заходи, закладені в Дорожній карті реалізуються в такій послідовності:

1. Підготовчий етап;
2. Дослідження ринку;
3. Дослідження вимог до товару на конкретному ринку;
4. Дослідження умов доступу на ринок;
5. Дослідження напрямів і варіантів інституційного супроводу експорту;
6. Пошук контрагентів і укладення договорів.

Зважаючи на головні напрями експорту продукції за межі громади, загальна схема Дорожньої карти, окремо деталізована по кожному із цих напрямів, а саме: торгівлі в межах України, експорту продукції до ЄС і експорту продукції в інші країни світу.

1. Підготовчий етап

1.1. Вибір товару

Перш, ніж експортувати свій товар на нові ринки, особливо за межі країни, слід дізнатися більше про ці ринки і вимоги, які на них існують стосовно Вашого товару. Першочерговим завданням є ідентифікація товару, призначеного для експорту, згідно кодів УКТ ЗЕД ([посилання](#)). Цей код потрібен для полегшення пошуку інформації щодо вимог і обмежень для експортованого товару. Майже в усіх сервісах, пов'язаних із пошуком інформації щодо митних норм і вимог, пошук відбувається саме за цим кодом.

1.2. Забезпечення мінімальних вимог якості

Тепер, коли Ви уже знаєте, як ідентифікується Ваша продукція, зважте на те, що на нових ринках про неї поки що нічого не знають і тому не довіряють їй. Ваше завдання – переконати потенційних споживачів чи посередників у якості як самого товару, так і процесу його виробництва. Мінімальні вимоги до якості в Україні встановлюються ДСТУ України ([посилання](#)). Їх дотримання є обов'язковою умовою для продажу на українському ринку. Стандарти якості щодо торгівлі на зарубіжних ринках будуть відрізнятися. Що ж стосується дотримання вимог якості виробництва продукції, то основним стандартом, який їх визначає є Міжнародний стандарт системи менеджменту якості ISO 9001 ([посилання](#)). Для продовольчої продукції, а також непродовольчої продукції тваринницького походження висуваються додаткові вимоги, пов'язані з необхідністю відстеження походження продукції і умов її виробництва. Ці вимоги регулюються стандартом «Система менеджменту безпечності харчових продуктів» ISO 22000 ([посилання](#)) або HACCP (Hazard Analysis Critical Control Points – Системою аналізу небезпечних факторів та контролю у критичних точках) ([посилання](#)). Крім названих, існують інші міжнародні стандарти, відповідність яким суттєво підвищує рівень довіри до Вашого товару і до компанії. Тому, для успішного виходу на нові ринку приведіть якість ваших

товарів і системи управління якістю у відповідності до вимог стандартів і пройдіть відповідну сертифікацію.

1.3. Затвердження експортних потужностей (Отримання «Єврономеру»)

Більшість країн, турбуючись про безпечність і якість харчових продуктів, вимагають підтвердження умов виробництва і обігу харчових продуктів, які експортуються. В Україні таке підтвердження реалізується через процедуру затвердження експортних потужностей (отримання Єврономеру») ([посилання](#)). Для цього потрібно звернутися до Державної служби України з питань безпечності харчових продуктів та захисту прав споживачів (Держпродспоживслужби) чи її територіальних органів. В окремих випадках заяву на затвердження експортних потужностей приймають Центри надання адміністративних послуг (ЦНАПи) за місцем провадження діяльності.

Дотримання наведених вище вимог дає підстави для успішного експорту продукції і, фактично, підготовлює підприємство до наступного етапу – визначення ринку призначення товару і його дослідження.

2. Дослідження ринку

2.1. Визначення місткості ринку

Вихід на будь-який ринок пов'язаний із невизначеністю і ризиками. Між різними ринками існують суттєві відмінності, відповідно до яких товар, успішний в одній країні, може не користуватися попитом в іншій. Крім того, важливим чинником є мінливість конкурентного середовища. Зважаючи на це, дослідження ринку є обов'язковою умовою для експорту.

Основна інформація, яка береться до уваги з точки зору потенційної можливості експорту на визначені ринки, – це:

- Чисельність і демографічні параметри населення (вік, стать, темпи приросту, економічна активність тощо) (Сервіс статистики Світового банку <https://data.worldbank.org/indicator>; Національні служби статистики зарубіжних країн

https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_national_and_international_statistical_services);

- Економічний потенціал країни (розмір ВВП, розмір ВВП на душу населення, обсяг роздрібною торгівлі, в тому числі за галузями, динаміка цих показників) (Інформація про країни і ринки від Дія.Бізнес <https://export.gov.ua/49-kraini-ta-rinki>; Ексклюзивна база даних ключових статистичних даних <https://www.nationmaster.com/>);

- Дослідження ринку, на який плануєте виходити і продукції, яка на цьому ринку присутня (Секторальний огляд галузей промисловості від Дія.Бізнес <https://export.gov.ua/industry>);

- Кількість пошукових запитів товару в Інтернет на досліджуваному ринку (сервіс для отримання статистики и аналізу закономірностей пошукових запитів Google <https://trends.google.com.ua/trends/>; https://marketfinder.thinkwithgoogle.com/intl/en_gb).

2.2. Визначення привабливості ринку

Місткість ринку вказує на наявний потенціал для експорту товарів. Однак

можливість реалізувати цей потенціал в більшій мірі залежить від привабливості ринку. В цьому випадку акцентується увага не стільки на статистичному аналізі, скільки на тенденціях, характерних для ринку, умовах роботи на ньому чи інших факторах, що сприяють експорту чи стримують його.

Основна інформація, яка береться до уваги при дослідженні привабливості ринку стосується наступного:

- Дослідження тенденції збуту аналогічної продукції за декілька років;
- Дослідження тенденцій коливання розміру споживчих витрат;
- Наявності бар'єрів для виходу на ринок і виходу з ринку;
- Умови ведення бізнесу, включно із мовними та культурними відмінностями;
- Наявність системних і корупційних ризиків для експортера (<https://www.transparency.org/en/>).

2.3. Конкурентне середовище

В більшості випадків експорт продукції здійснюється на існуючих ринках, які характеризуються визначним рівнем конкурентної боротьби. Параметри конкуренції визначаються через такі показники:

- Розмір ринку (обсяг продажу продукції, динаміка показника за роками, здатність ринку до сегментування, розмір сегментів) (<https://www.trademap.org/Index.aspx>);
- Рівень концентрації ринку (загальний рівень концентрації, сукупна частка найбільших конкурентів; складання конкурентної карти тощо);
- Оцінка конкурентоспроможності конкурентів і їхньої продукції (визначення ключових факторів успіху, конкурентних стратегій, взаємодії зі споживачами).

2.4. Цінова кон'юнктура

В більшості випадків конкурентна перевага української продукції на експорт формується за рахунок цінової переваги. Оцінка цінової кон'юнктури, дозволяє визначити наявний на ринку рівень цін, їх динаміку та еластичність.

Така інформація дозволить встановити доцільність експорту продукції з точки зору можливості забезпечити цінову перевагу. Вона також послужить основою для визначення періоду виходу на ринок за умови наявності цінових коливань чи чутливості ціни до впливу чинників зовнішнього середовища.

2.5.Додаткові параметри експорту

Різниця між собівартістю виробництва продукції і її фактичної ціни на цільовому ринку визначає доцільність експорту продукції. Однак, для коректної оцінки такої доцільності потрібно врахувати додаткові параметри експорту, які включають:

– Наявність тарифних і нетарифних обмежень виходу на цільовий ринок (визначення наявності і розміру мита на продукції при експорті у визначену країну, необхідність проведення додаткових операцій із виконання вимог нетарифного регулювання). Вартість таких заходів повинна бути оцінена і врахована у ціні продукції, призначеної на експорт;

– Вартість логістики (визначення способів доставки товарів і їх вартісна оцінка). Така оцінка повинна враховувати транспортні витрати, витрати на складування і супровід вантажів, вартість розвантажувально-навантажувальних робіт, а також операцій з фасування, маркування і страхування продукції.

– Потреба у додаткових витратах, необхідних для адаптації товару до культурних чи інших вимог ринку (вартість перекладу, друку і поклейки етикеток; необхідність використання іншого типу пакування чи маркування товарів тощо).

За умови дослідження декількох ринків, отримані результати необхідно внести до таблиці і оцінити їх на предмет потенціалу ринку, його привабливості, наявності цінових конкурентних переваг тощо.

3. Дослідження вимог до товару на конкретному ринку

Одним із елементів управління якістю продукції є визначення нормативних вимог щодо неї при отриманні дозволу на ввезення. Основні вимоги, які обов'язково потрібно враховувати експортеру, - це вимоги стандартів, дотримання умов сертифікації, а також санітарні і фітосанітарні вимоги.

Значна частина вимог до товарів на ринках ЄС, Канади, США, Китаю, Індії, Туреччини та інших країн, а також посилання на міжнародні стандарти, технічні регламенти і вимоги доступу на світові ринки харчової продукції подано на сторінці експортної підтримки Дія.Бізнес (https://export.gov.ua/11-vimogi_do_produktsii).

Конкретні вимоги до товарів, призначених для експорту в країни ЄС подано окремим розділом (https://export.gov.ua/agreement/13-ugoda_pro_asotsiatsiiu_mizh_ukrainoiu_ta_ievropeiskim_soюзom). Вони містять інформацію щодо Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, вимог до експорту української продукції в ЄС, тарифні умови і квоти, правила встановлення походження товару, а також вимоги до харчової і нехарчової продукції. Для багатьох товарних груп подано детальні інструкції з інформацією про визначення коду товару, тарифів і тарифних квот, правил походження, вимог, а також інструментів підтримки експорту через галузеві асоціації і спеціалізовані виставки чи ярмарки. Візьміть до уваги, що скористатися преференціями в межах Угоди про вільну торгівлю між Україною і ЄС можна тільки за умови підтвердження факту походження вашого товару з України. Преференційну умови в цьому випадку звільняють від сплати ввізного мита або пропонують пільговий тариф для сплати мита в межах визначеної квоти. Основним документом, який підтверджує преференційний характер походження товару в рамках режиму вільної торгівлі, є сертифікат з перевезення товару EUR.1 (https://export.gov.ua/192-sertifikat_z_perevezennia_tovariv_eur1).

Більш детальну інформацію щодо вимог ЄС до товарів можна отримати у

Дослідження умов доступу на ринок

Кожна країна регулює зовнішньоторговельні потоки в інтересах власного народу і власної економіки. Однак, в сучасному світі панує ліберальна економічна течія, яка стимулює до безбар'єрної глобальної торгівлі. Відповідно до цього, більшість країн світу торгують в межах торговельно-економічних союзів чи двосторонніх торговельних угод, які пропонують вигідні (преференційні) умови з мінімальними тарифами чи іншими вимогами до товарів.

В процесі прийняття рішення про експорт своєї продукції важливо дізнатися про наявність чи відсутність будь-яких вимог чи обмежень до продукції, призначеної на експорт в країнах цільових ринків. Головними інструментами для отримання такої інформації є такі:

- Market Access Map (<https://www.macmap.org/>) – онлайн портал, який містить інформацію про усі митні тарифи, нетарифні вимоги, тарифні квоти, преференційні режими чи інші нормативні вимоги, що застосовуються до визначеного продукту при експорті у вказану країну;

- EaP Trade Helpdesk (Хелпдеск для експортерів до ЄС) (<https://eap.tradehelpdesk.org/uk>) – онлайн портал, який допомагає розібратися із вимогами до продукції на ринку ЄС і рекомендує заходи, необхідні для виконання цих вимог;

- TARIC (Tarif Integre de la Communauté) (https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/taric/taric_consultation.jsp?Lang=en) – Об'єднаний тариф Європейського Співтовариства. У ньому вказані ставки преференційних мит, ставки мит для третіх країн, тарифні квоти, а також відображено всі заходи торгової політики.

Отримана інформація щодо доступу до ринків дозволяє уточнити вартість товарів призначених на експорт на цільовому ринку, або обрати той товар, умови експорту якого у визначену країну є найбільш сприятливими.

4. Дослідження напрямів і варіантів інституційного супроводу експорту

Складність процесів зовнішньої торгівлі для багатьох українських підприємців пов'язана із нормативно-правовим регулюванням міжнародних торговельних відносин і невизначеністю ситуації на іноземних ринках. Для сприяння експорту, уряди України та інших країн, а також окремі організації пропонують свої послуги з надання консультаційної, фінансової чи іншої допомоги. Така допомога включає підтримку як в Україні, так і на зарубіжних цільових ринках. В першому випадку, потенційним експортерам пропонують можливості участі у міжнародних ділових заходах: торговельних місіях, виставках та ярмарках, сприяння у пошуку бізнес-партнерів, також допомогу в плануванні, організації і супроводу експортних операцій.

Головними установами, що пропонують комплексну підтримку експорту в Україні є такі:

- Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України (<https://www.me.gov.ua/Tags/DocumentsByTag?lang=uk-UA&id=cffc4b55-4c23-4749-b714-275849f954a6&tag=RozvitokEksportu2019>)
- Міністерство закордонних справ України (<https://nazovni.online/>)
- Державна митна служба України (<https://customs.gov.ua/>)
- Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів (<https://dpss.gov.ua/>)
- Державний інформаційно-аналітичний центр моніторингу зовнішніх товарних ринків (ДП «Держзовнішінформ»)
- Державна служба експортного контролю України (<https://www.dsecu.gov.ua/>)
- ПрАТ «Експортно-кредитне агентство» (<https://www.eca.gov.ua/>)
- Торгово-промислова палата України (<https://ucci.org.ua/services/zovnishn-oiekonomichna-diial-nost>)
- Офіс з розвитку підприємництва та експорту (<https://business.diia.gov.ua/eepo>)

З метою збільшення експорту для українських виробників товарів та постачальників послуг пропонуються системи фінансування експорту (<https://export.gov.ua/40-finansuvannia>). Такі пропозиції включають як державну кредитну підтримку експортерів (https://export.gov.ua/financing_of_exporters), так і грантові можливості, що надаються міжнародними організаціями і проектами:

- Western NIS Enterprise Fund (WNISEF) (www.wnisef.org);
- Європейський банк реконструкції та розвитку (www.ebrd.com/ru/home.html);
- Центр зі сприяння імпорту з країн, що розвиваються (www.cbi.eu);
- Проєкт EU4Business (<http://www.eu4business.eu/uk/ukraine>).

Підтримка експорту за кордоном відбувається через співпрацю із агенціями, центрами і агентствами розвитку в країнах цільових ринків збуту, а також із відповідними дипломатичними представництвами за кордоном (<https://export.gov.ua/224-organizatsii-z-pidtrimki-ta-rozvitku-torgivli-v-ukraini-ta-zakordonom>).

Найбільш актуальні напрями підтримки економічного розвитку і зовнішньої торгівлі реалізуються через спеціальні програми підтримки, серед яких:

- Програма ЄС «Креативна Європа» (2021-2027);
- Програма ЄС «Горизонт Європа» (2021-2027);
- Програма ЄС «Цифрова Європа» (2021-2027);
- Програма ЄС «Єдиний ринок» (2021-2027);
- Цифрові коридори даних (Digital Data Corridor) (<https://business.diia.gov.ua/evropejski-programi-pidtrimki>).

5. Пошук контрагентів і укладення договорів

Прийняття рішення щодо експорту продукції за межі громади, обґрунтоване на основі інформації щодо стану власної продукції і цільових ринків дозволяє перейти до наступного етапу – пошуку контрагентів і організацію експорту. Існує багато способів пошуку партнерів для експорту продукції. Дієвими заходами щодо налагодження зв'язків із іноземними партнерами є відвідування спеціальних торговельних місій а виставок. Актуальні пропозиції таких заходів постійно оновлюються на сторінці Дія.Бізнес (<https://export.gov.ua/event?format=4>). Крім цього, в багатьох випадках іноземні партнери самі шукають постачальника за кордоном.

Інформація про запити іноземних компаній щодо співпраці розміщена на сторінці https://export.gov.ua/73-zapiti_vid_inozemnikh_kompanii. Іншою стороною співпраці є формування власного каталогу експортерів (https://export.gov.ua/exporters_catalog). Важливим напрямом експорту продукції підприємств громади на іноземні ринки є участь у Міжнародних публічних закупівлях (https://export.gov.ua/69-mizhnarodni_publichni_zakupivli).

Окрім прямих контактів із покупцями і партнерами, значна частина торговельних контактів підприємців Тернопільської МТГ може відбуватися через онлайн патформи, зокрема маркетплейси – prom.ua; olx; rozetka; Made with Bravery; Ukrainian Food Platform; Amazon; eBay та інші.

Додаткові матеріали

1. Довідник процедур для експортера. URL : <https://cms.tmi-internal.org/api/assets/eap/eeb271e5-2dff-48c8-bd7a-24b9d9296435/guide-export-procedures-ukr.pdf?version=0>
2. Експортний гайд. URL : https://export.gov.ua/427-eksportnii_gaid
3. Енциклопедія з експортування в ЄС на засадах ПБЗВТ. URL : <https://drive.google.com/file/d/1pHlrOt1E67pJih7oliaudYfsppR6W5aw/view>
4. Як розпочати експорт товарів. посібник для експортерів. URL : <https://drive.google.com/file/d/1HWSofs3DXp7rOiq511nCK6KQh3x8bVed/view>

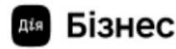


Facebook
@eu4business.sme.ukraine

#eu4business
#MovingForwardTogether
#gizSME



Facebook
@diia.business.ternopil



Дорожня карта підприємцям щодо виходу на нові ринки

ТЕРНОПІЛЬ - 2023