



ІНСТИТУТ  
ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ  
ТА ПОЛІТИЧНИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ



ПРОЕКТ ФІНАНСУЄТЬСЯ  
ЄВРОПЕЙСЬКИМ СОЮЗОМ

# СПРОЩЕННЯ ПРОЦЕДУР ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ:

## ОЦІНКИ ТА ОЧІКУВАННЯ БІЗНЕСУ

2016 / 2017



АНАЛІТИЧНИЙ ЗВІТ ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ  
ДРУГОЇ ХВИЛІ ОПИТУВАННЯ  
УКРАЇНСЬКИХ ІМПОРТЕРІВ  
ТА ЕКСПОРТЕРІВ

Київ 2017



ДІАЛОГ  
ЗІ СПРИЯННЯ  
ТОРГІВЛІ

Проект «Діалог зі сприяння торгівлі»

Виконавець проекту:



Громадська організація «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»

Партнер:



Асоціація транспортно-експедиторських та логістичних організацій України «УКРЗОВНІШТРАНС»

Фінансова підтримка:



Проект реалізується за фінансової підтримки Європейського Союзу

#### **Автори дослідження:**

*Євген Ангел, молодший науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Вікторія Беспалько, молодший науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Ігор Бураковський, Голова правління Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Андрій Бутін, старший науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Анастасія Гулик, асистент проектів Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Світлана Зайцева, провідний науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Олександр Крініцин, науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Оксана Кузяків, виконавчий директор Інституту економічних досліджень та політичних консультацій, керівник проекту «Діалог зі сприяння торгівлі»*

*Вероніка Мовчан, директор з наукової роботи Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Олена Рубанік, асистент проекту «Діалог зі сприяння торгівлі» Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Ірина Федець, старший науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Наталія Фреїк, молодший науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

*Анна Харченко, молодший науковий співробітник Інституту економічних досліджень та політичних консультацій*

ГО «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОЛІТИЧНИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ»

01030 Київ, Україна, вул. Рейтарська 8/5-А,

тел.: +38(044) 278-63-42; +38 (044) 278-63-60; факс: +38(044) 278-63-36

institute@ier.kiev.ua

www.ier.com.ua

## Зміст

Вступ.....	6
Основні результати.....	8
Вибірка .....	12
1. Перешкоди для експортерів та імпортерів .....	19
1.1. Перешкоди для експортерів .....	19
1.2. Перешкоди для імпортерів .....	23
2. Митниця.....	28
2.1. Оцінка митниці: ефективність, проблеми, оскарження дій митних органів.....	28
2.1.1. Оцінка ефективності роботи митних органів .....	28
2.1.2. Проблеми в роботі митниць .....	30
2.1.3. Оцінка технічного оснащення митниці .....	32
2.1.4. Оскарження дій митних органів.....	33
2.1.5. Вартість процедур митного оформлення.....	34
2.2. Особливості окремих процедур, пов'язаних із переміщенням товарів через кордон.....	37
2.2.1. Процедури, пов'язані з переміщенням товарів через кордон .....	37
2.2.2. Проблеми, пов'язані з проходженням певних процедур.....	39
2.2.3. Рекомендації щодо вирішення проблем, пов'язаних із проходженням процедур.....	42
2.3. Співпраця з митними брокерами.....	44
2.4. Спільний митний контроль .....	45
2.5. Нове на митниці: «єдине вікно», уповноважені економічні оператори, міжвідомчі мобільні групи .....	46
2.5.1. «Єдине вікно»: що показав 2016 рік.....	47
2.5.2. Оцінка ідеї створення мобільних міжвідомчих груп .....	48
2.5.3. Статус Уповноваженого економічного оператора .....	48
3. Електронний документообіг .....	50
3.1. Електронний документообіг на підприємствах та причини його відсутності.....	50
3.1.1. Використання електронних документів.....	50
3.1.2. Пояснення відсутності електронних документів. ....	51
3.1.3. Типи документів.....	51
3.2. Дублювання електронних та паперових документів.....	52
3.2.1. Поширеність практики дублювання документів.....	52
3.2.2. Причини дублювання документів .....	53
4. Фінансування зовнішньоекономічної діяльності.....	55
4.1. Інструменти фінансування ЗЕД .....	55
4.2. Страхування .....	55
4.3. Міжнародні платежі.....	56

5. Захист інтересів бізнесу.....	58
5.1. Бізнес-асоціації.....	58
5.1.1. Як бізнес веде діалог з політиками щодо спрощення процедур торгівлі.....	58
5.1.2. Частота заходів у рамках діалогу.....	59
5.1.3. Членство в бізнес-асоціаціях.....	59
5.1.4. Послуги бізнес-асоціацій.....	60
5.1.5. Готовність платити за послуги бізнес-асоціацій.....	60
5.1.6. Представлення інтересів бізнес-асоціаціями.....	61
5.2. Громадські ради з питань спрощення торгівлі.....	61
6. Отримання інформації.....	64
6.1. Отримання інформації в Україні.....	64
6.2. Отримання інформації в країнах-партнерах.....	65
6.3. Використання урядових порталів.....	65
7. Тренінги та навчання.....	67
7.1. Практика навчання працівників підприємств щодо ЗЕД.....	67
7.2. Хто проводить навчання.....	68

## Список ілюстрацій

Рис. 1. Види зовнішньоекономічної діяльності серед підприємств різних розмірів, %.....	13
Рис. 2. Види зовнішньоекономічної діяльності серед підприємств різних галузей, % .....	14
Рис. 3. Напрями торгівлі, % .....	16
Рис. 4. Напрями експорту (залежно від розміру підприємств), % .....	17
Рис. 5. Напрями експорту (залежно від виду діяльності підприємств), % .....	17
Рис. 6. Напрями імпорту (залежно від розміру підприємств), % .....	18
Рис. 7. Напрями імпорту (залежно від виду діяльності підприємств), % .....	18
Рис. 8. Перешкоди під час експорту, %.....	19
Рис. 9. Перешкоди під час експорту: за розміром підприємства, % .....	20
Рис. 10. Перешкоди під час експорту: за сферою діяльності, %.....	21
Рис. 11. Фактори, що перешкоджають експортній діяльності підприємств, % .....	22
Рис. 12. Перешкоди під час імпорту, % .....	23
Рис. 13. Перешкоди під час імпорту: за розміром підприємства, %.....	24
Рис. 14. Перешкоди під час імпорту: за сферою діяльності, %.....	25
Рис. 15. Фактори, що перешкоджають імпортній діяльності підприємств, % .....	27
Рис. 16. Оцінка ефективності роботи митних органів.....	28
Рис. 17. Оцінка ефективності роботи митних органів (за видом діяльності підприємств).....	29
Рис. 18. Оцінка ефективності роботи митних органів (за розміром підприємств).....	29
Рис. 19. Проблеми у роботі митниць.....	30
Рис. 20. Проблеми у роботі митниць (за видом діяльності підприємств).....	31
Рис. 21. Проблеми у роботі митниць (за сектором підприємств) .....	32
Рис. 22. Оцінка технічного оснащення митниці.....	33
Рис. 23. Оцінка досвіду адміністративного або судового оскарження дій митних органів .....	34
Рис. 24. Порівняння часових та грошових витрат при експорті та при імпорті у 2016 році порівняно із 2014 роком .....	35
Рис. 25. Частки опитаних підприємств, які проходять зазначені етапи митного оформлення .....	37
Рис. 26. Частки опитаних підприємств, які проходять зазначені етапи митного оформлення (за видом діяльності).....	38
Рис. 27. Частки опитаних підприємств, які проходять зазначені етапи митного оформлення (розміром підприємств) .....	38
Рис. 28. Проблеми на етапі попереднього митного оформлення .....	39
Рис. 29. Проблеми на етапі визначення митної вартості товару .....	40
Рис. 30. Проблеми на етапі надання сертифікатів походження товару.....	41
Рис. 31. Проблеми на етапі аудиту після митного оформлення.....	42
Рис. 32. Рекомендації щодо заходів, які потрібно вжити, щоб подолати проблеми, які виникають на етапі попереднього митного оформлення.....	42

<i>Рис. 33. Рекомендації щодо заходів, які потрібно вжити, щоб подолати проблеми, які виникають на етапі прийняття рішень щодо митної вартості товару.....</i>	<i>43</i>
<i>Рис. 34. Відсоток підприємств, які працюють з митними брокерами (за розміром).....</i>	<i>45</i>
<i>Рис. 35. Оцінка ідеї спільного митного контролю на митницях України та країн-сусідів .....</i>	<i>46</i>
<i>Рис. 36. Частка підприємств, що мають досвід проходження митниці через «єдине вікно» (за розміром).....</i>	<i>47</i>
<i>Рис. 37. Бажання отримати статус Уповноваженого економічного оператора (УЕО) (за розміром підприємств).....</i>	<i>48</i>
<i>Рис. 38. Використання електронного документообігу у зовнішньоекономічній діяльності (за розміром підприємства) .....</i>	<i>50</i>
<i>Рис. 39. Рейтинг документів за часткою виключно електронного формату .....</i>	<i>51</i>
<i>Рис. 40. Поширеність практики дублювання документів .....</i>	<i>53</i>
<i>Рис. 41. Частка підприємств, які пояснюють дублювання документів вимогою про подання оригіналів (за розміром підприємства) .....</i>	<i>53</i>
<i>Рис. 42. Використання страхування при здійсненні операцій зі зовнішньої торгівлі (за секторами).....</i>	<i>55</i>
<i>Рис. 43. Труднощі під час здійснення чи отримання міжнародних платежів (за видом діяльності).....</i>	<i>56</i>
<i>Рис. 44. Ведення діалогу щодо спрощення процедур торгівлі (за видом діяльності підприємств).....</i>	<i>58</i>
<i>Рис. 45. Ведення діалогу зі сприяння торгівлі підприємствами (за розміром підприємств) .....</i>	<i>59</i>
<i>Рис. 46. Послуги, що надаються бізнес-асоціаціями.....</i>	<i>60</i>
<i>Рис. 47. Шляхи представлення інтересів підприємств бізнес-асоціаціями .....</i>	<i>61</i>
<i>Рис. 48. Оцінка діяльності громадської ради при МЕРТ з питань спрощення процедури торгівлі (за розміром підприємств).....</i>	<i>62</i>
<i>Рис. 49. Оцінка зміни діяльності громадської ради при МЕРТ у питаннях, які стосуються процедур спрощення торгівлі, за минулий рік .....</i>	<i>62</i>
<i>Рис. 50. Джерела інформації по Україні .....</i>	<i>64</i>
<i>Рис. 51. Джерела інформації у країнах-партнерах .....</i>	<i>65</i>
<i>Рис. 52. Проходження навчання щодо зовнішньоекономічної діяльності (за розміром підприємств).....</i>	<i>67</i>
<i>Рис. 53. Проходження навчання щодо зовнішньоекономічної діяльності (за видом діяльності підприємств).....</i>	<i>67</i>
<i>Рис. 54. Інституції, які проводили навчання підприємств щодо зовнішньоекономічної діяльності .....</i>	<i>68</i>

## Вступ

Зовнішня торгівля – це важлива складова економіки України. Експорт відіграє значну роль в економіці: його питома вага у ВВП України коливається в різні роки близько 50%. Імпорт також відіграє значну роль у діяльності численних підприємств, зокрема в секторі малого та середнього бізнесу. Важливо, що в українському експорті є суттєвою частка імпортованих складових. Із початком дії зони вільної торгівлі з Європейським Союзом українські експортери та імпортери отримали змогу ще активніше інтегруватися у світові торговельні потоки й ланцюги додатної вартості.

Разом із цим, митні та інші процедури, пов'язані зі здійсненням зовнішньоекономічної діяльності (ЗЕД), залишаються складними для бізнесу. Експортери та імпортери стикаються з непередбачуваною торговельною політикою України, обтяжливими правилами валютного регулювання, надмірною кількістю документів, непрозорістю при визначенні митної вартості та іншими перешкодами, у той час як митниця й надалі виступає фіскальним органом, який у першу чергу зацікавлений у забезпеченні надходжень до бюджету.

Це обмежує можливості та потенціал українських підприємств щодо розвитку зовнішньоекономічної діяльності та погіршує позиції України у світі, з точки зору сприятливого середовища для інвестицій та ведення бізнесу. Так, у рейтингу легкості ведення бізнесу Світового Банку (Doing Business report) 2017 року Україна зайняла 115 місце у світі в категорії міжнародної торгівлі – через значні витрати коштів та часу, пов'язані з переміщенням товарів через кордон. У 2016 році в цій же категорії Україна займала 110 місце. Тобто, за рік ситуація не тільки не покращилась, а погіршилась. Це свідчить про неефективність діяльності органів державної влади у сфері сприяння торгівлі.

Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) у 2015 році оцінила Україну в середньому на 0,9 бала (за шкалою від 0 до 2 балів) за показниками спрощення процедур торгівлі (trade facilitation). При цьому, найсильніші позиції в цьому рейтингу Україна має за такими показниками, як доступність торговельної інформації та попередні рішення державних структур, що регулюють торгівлю, а найслабшими сторонами є управління та неупередженість з боку митних органів, а також внутрішня й зовнішня співпраця цих органів.

Економіка України та український бізнес виграють від спрощення процедур торгівлі, тобто від скорочення часових та грошових витрат, пов'язаних із експортно-імпортними операціями, від збільшення прозорості й передбачуваності регулювання торгівлі та від створення сприятливих умов для підприємств, що займаються ЗЕД. Українські підприємства, бізнес-асоціації та громадські організації ведуть діалог із державними органами, спрямований на визначення та втілення заходів політики зі сприяння розвитку торгівлі.

Метою Проекту «Сприяння розвитку торгівлі за рахунок сприяння діалогу між представниками громадянського суспільства й органами державної влади (Діалог зі Сприяння Торгівлі)», який втілюється Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій (ІЕД) за фінансової підтримки Європейського Союзу, є зміцнення потенціалу бізнес-асоціацій і громадських організацій щодо визначення й реалізації заходів, спрямованих на спрощення процедур торгівлі.

У рамках Проекту ІЕД здійснює моніторинг та оцінку адміністративних та регуляторних заходів, пов'язаних зі сприянням розвитку торгівлі, шляхом проведення щорічного опитування українських підприємств, які здійснюють ЗЕД.

Метою опитування є оцінка впливу змін у політиці та практиці органів влади й регуляторного середовища у сприянні та спрощенні процедур торгівлі та оцінка рівня залучення бізнесу до діалогу з владою у сфері розробки заходів зі сприяння торгівлі на національному та регіональному рівнях.

Зокрема, опитування спрямоване на досягнення таких цілей:

- виявити проблеми, з яким стикаються учасники ЗЕД у процесі взаємодії один із одним та з державними органами (з органами місцевого самоврядування);
- оцінити рівень поінформованості учасників ЗЕД та з'ясувати, якої саме інформації задля оптимізації процедур торгівлі їм бракує;
- відстежувати ставлення (очікування, настрої, громадську думку) учасників ЗЕД до впровадження реформ зі спрощення торгівлі.

Перша хвиля цього опитування відбулася протягом 2015 року. Завдяки співпраці ІЕД із торгово-промисловими палатами сімнадцяти регіонів України вдалося опитати 381 українське підприємство, що займається ЗЕД. У жовтні-грудні 2016 року було проведено другу хвилю опитування, у якій було охоплено 1044 українських підприємства, що займаються ЗЕД. Польовий етап опитування було здійснено компанією GfK Україна та Луганською регіональною торгово-промисловою палатою.

Для проведення опитування ІЕД розробив стандартизований інструмент моніторингу та оцінки ходу виконання заходів зі сприяння розвитку торгівлі – анкету для опитування підприємств. Ця анкета дозволяє зібрати інформацію про перешкоди, з якими підприємства стикаються при імпорті та експорті на різних етапах переміщення товарів через кордон, а також їхні рекомендації щодо подолання цих перешкод. Крім цього, до анкети було включено запитання щодо фінансування зовнішньої торгівлі, участі підприємств у бізнес-асоціаціях та питання їхнього розвитку через професійне навчання персоналу й отримання актуальної інформації, що стосується ЗЕД.

У 2016 році в митних процедурах було введено в дію «єдине вікно» та продовжилось удосконалення електронного документообігу. Анкета дає можливість підприємствам оцінити ці новації. Також в анкеті передбачено оцінку того, чи зменшилися для підприємств часові та грошові витрати при митному оформленні. Це важливий показник результативності урядової політики щодо спрощення процедур торгівлі.

Цей звіт представляє результати та ключові висновки другої хвилі опитування та наводить порівняння з результатами першої хвилі опитування, де це дозволяють зробити методологічні рамки.

Такий щорічний моніторинг регуляторних та ринкових умов для українських підприємств, що здійснюють ЗЕД, за допомогою опитування дозволяє оцінити ефективність політичних заходів для спрощення процедур торгівлі. Також він допомагає приватному сектору вести діалог із владою, оскільки збільшує взаємну поінформованість, здатність визначити необхідні напрямки реформ та конкретні адміністративні й регуляторні заходи, що сприятимуть розвитку експорту та імпорту в Україні.



## Основні результати

### Інформація про опитані підприємства

- Серед опитаних підприємств представлені мікропідприємства (22,7%), малі підприємства (31,2%), середні (22,6%) та великі (23,5%).
- Серед опитаних підприємств представлені ті, що здійснюють лише експорт, ті, що здійснюють лише імпорт, та ті, що здійснюють як експорт, так й імпорт. Останні складають найбільшу частку опитаних: 45,6%, тоді як виключно експортери становлять 28,1% вибірки, а виключно імпортери – 26,3%.
- Опитані МСП переважно працюють у сфері промисловості та торгівлі. Частина опитаних займається сільським господарством або працює в секторі послуг.
- Основним напрямком експорту та імпорту для опитаних підприємств є країни Європейського Союзу.

### Перешкоди для експортерів

- З перешкодами при здійсненні експорту стикалися 27% опитаних експортерів.
- Основними проблемами українського експорту є непередбачуваність торговельної політики України, недостатній рівень транспортної інфраструктури та несприятливе валютне регулювання.
- Мікробізнес частіше за підприємства інших розмірів стикається з такими перешкодами, як неефективність механізму відшкодування ПДВ, непрозорість та бюрократія в політиці податкової інспекції та несприятливе валютне регулювання.

### Перешкоди для імпортерів

- Про перешкоди під час імпорту повідомили 35% підприємств.
- Найчастіше діяльності імпортерів перешкоджають: непрозорість визначення митної вартості товарів, що ввозяться, складність митного й податкового законодавства України та несприятливе валютне регулювання. Зазначені проблеми є однаковою мірою актуальними для підприємств усіх розмірів.

### Оцінка митниці: ефективність, проблеми, оскарження

- Опитані підприємства висловлюються за реформу митниці. Основними проблемами в роботі митниці, що залишилися актуальними з 2015 року, є недосконале митне законодавство та недостатня прозорість і відкритість митниці.
- Значна частина підприємств повідомляє і про такі проблеми на митниці, як свідоме завищення митної вартості товарів та корупція і хабарництво.
- Кожне п'яте підприємство має досвід адміністративного або судового оскарження дій митних органів. Для більшості з них це оскарження принесло певні успішні результати.
- Порівняно з 2014 роком близько третини підприємств зафіксували зниження часових витрат, пов'язаних із проходженням митниці. Це менше ніж відсоток підприємств, для яких час проходження митниці не змінився, але більше за невелику частку опитаних, для яких він збільшився.
- Цього не можна сказати про грошові витрати: частка підприємств, які в 2016 році стали платити більше при здійсненні імпорту та експорту, перевищує частку тих, які заплатили менше.

## **Проблеми на митниці**

- При попередньому митному оформленні в респондентів часто виникали труднощі з попередньою класифікацією товарів. Значна частка опитаних також повідомила, що для них стала перешкодою неузгодженість українських та закордонних сертифікатів.
- На етапі прийняття рішень про митну вартість товарів підприємства стикаються з комплексом взаємопов'язаних проблем, які стосуються непрозорого визначення митної вартості, у результаті чого, на думку представників бізнесу, вартість товару збільшується, а на митниці присутня корупція та ручне управління.
- При наданні сертифікатів походження товару експортери та імпортери стикаються з вимогою надавати велику кількість додаткових документів. Також їм перешкоджає значна тривалість, складність та непрозорість цієї процедури.
- Одне з п'яти опитаних підприємств проходило постаудит. На етапі аудиту після митного оформлення (постаудиту) підприємства стикаються з тим, що митні органи та аудитори по-різному підходять до одних і тих же вимог законодавства. Також опитані підприємства повідомляють про те, що на етапі постаудиту можуть необгрунтовано змінити митну вартість товару та змінити код товару за наявності вже оформленої митної декларації.

## **Рекомендації щодо вирішення проблем при митному оформленні**

- Як спосіб вирішити наявні проблеми на етапі попереднього митного оформлення, респонденти пропонують низку пріоритетних кроків: повна автоматизація цієї процедури, надання можливості вносити зміни в документи на цьому етапі та уніфікація документів українського та міжнародного зразка.
- Щоб спростити прийняття рішень щодо митної вартості товару, підприємці майже однотайно підтримують один основний захід - визначення митної вартості товару згідно з наданими документами, що її підтверджують. Інші заходи – надання доступу до «митної бази цін», скорочення переліку документів, що вимагаються для підтвердження ціни, – виступають порівняно другорядними.
- Для вирішення проблем при постаудиті підприємства пропонують спростити його процедуру та розробити ефективну службу постмитного контролю та аудиту.

## **Співпраця з митними брокерами**

- 80% підприємств користуються послугами митних брокерів.
- Частота співпраці з брокерами знижується зі збільшенням розміру підприємств.

## **Спільний митний контроль**

- Більшість опитаних підприємств позитивно оцінюють ідею спільного митного контролю на митницях України та країн-сусідів. Негативних оцінок цієї ідеї практично не висловлюють.

## **Нове на митниці: «єдине вікно», уповноважені економічні оператори, міжвідомчі мобільні групи**

- Як показало опитування підприємств, використання «єдиного вікна» на митниці ще не набуло широкого поширення – лише одне з п'яти підприємств повідомило, що має досвід проходження митних процедур через «єдине вікно».
- Без урахування підприємств, що працюють через митних брокерів, частка опитаних, що мали досвід проходження «єдиного вікна», становить 42%.

- Згідно з опитаними підприємствами приблизно в половині випадків при митному оформленні через «єдине вікно» тривалість оформлення не обмежується чотирма годинами та не застосовується принцип «мовчазної згоди».
- Проте при оформленні через «єдине вікно» використовуються електронні документи, хоча частина підприємств подавала не всі документи в електронному вигляді.
- Підприємства позитивно або нейтрально оцінили ідею створення мобільних міжвідомчих груп на митницях, негативні оцінки цієї ініціативи частіше трапляються серед мікропідприємств.
- Майже половина опитаних підприємств хотіла б отримати статус Уповноваженого економічного оператора. При цьому серед більших за розміром підприємств охочих отримати цей статус більше.

### **Електронний документообіг**

- Опитані підприємства частково впроваджують електронний документообіг у зовнішньоекономічну діяльність. Великі підприємства лідирують за рівнем використання електронного формату за більшістю типів документів.
- Більше половини всіх респондентів подають експортну, імпорتنу та транзитну декларації в електронному вигляді.
- Проте залишається поширеною практика подання документів одночасно в паперовій та електронній формі. Третина респондентів повідомила про необхідність подавати оригінали документів відповідно до деяких процедур та вимог законодавства.

### **Фінансування зовнішньої торгівлі**

- Частина українських підприємств користується такими інструментами фінансування міжнародної торгівлі як акредитиви, банківські гарантії та кредити покупця і продавця. Однак найбільш поширеними способами розрахунків при міжнародній торгівлі є розрахунок передоплатою та розрахунок післяплатою. Імовірність використання інструментів фінансування збільшується з розміром підприємства.
- Третина опитаних підприємств використовує страхування для здійснення операцій із зовнішньої торгівлі. Лише в частині з них виникають труднощі з оформленням страхування, зокрема через фінансові втрати та негнучкість страхових полісів.
- Лише в третині експортерів та імпортерів не виникало проблем при здійсненні чи отриманні міжнародних платежів. Більшість експортерів скаржаться на вимогу про обов'язковий продаж більшої частини валютної виручки, а імпортери повідомляють про труднощі з купівлею іноземної валюти.

### **Захист інтересів бізнесу**

- Діалог зі спрощення процедур торгівлі здійснюється лише кожним четвертим з опитаних підприємств.
- Більшість ведуть переговори через посередників, тобто бізнес-асоціації чи торгово-промислові палати. Частіше підтримують діалог та частіше стають членами бізнес-асоціацій великі та середні підприємства, а також підприємства, що займаються одночасно експортною та імпортною діяльністю.
- Серед послуг, які надають підприємствам бізнес-асоціації, найбільш поширеними є надання інформації та проведення семінарів і тренінгів.

- Більше половини опитаних підприємств вказали, що готові платити за послуги бізнес-асоціацій.
- Найбільш бажаним шляхом просування інтересів бізнесу асоціаціями є ініціація нових законодавчих актів, зміна та адаптація законодавства, підготовка коментарів щодо проектів законів.
- Половина опитаних не знайома з діяльністю громадської ради при Міністерстві економічного розвитку й торгівлі. Решта оцінює діяльність цієї ради на середньому рівні.
- При порівнянні діяльності громадської ради за минулий рік більшість респондентів не помітили змін. Серед решти респондентів відсоток тих, хто вважає, що робота ради покращилася, перевищує відсоток тих, хто вважає, що ця робота погіршилася.

### **Отримання інформації**

- Отримання необхідної інформації про регуляторні процедури в Україні для підприємства є значно легшим процесом, ніж отримання аналогічної інформації про країну-партнера. Найчастіше каналом такої інформації по Україні є митні брокери, по країнах-партнерах – постачальники або покупці.
- Більшу кількість джерел інформації використовують великі компанії та підприємства, що є одночасно експортерами та імпортерами.

### **Тренінги та навчання**

- Двоє з трьох опитаних підприємств вказали, що їхні працівники не проходять навчання з питань, що стосуються здійснення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема спрощення процедур торгівлі. Із зменшенням розміру підприємств зменшується ймовірність проходження такого навчання їхніми працівниками.
- Навчання з питань торгівлі найчастіше проводять для підприємств торгово-промислові палати. Крім того, таке навчання проводять державні органи, зокрема Державна фіскальна служба, а також бізнес-асоціації, громадські організації та незалежні експерти.

## Вибірка

Кількісне соціологічне опитування проводилось у жовтні-грудні 2016 року. Опитування проводилося за вибіркою з 1044 суб'єктів господарювання, що займаються зовнішньоекономічною діяльністю. З них 293 підприємства (28,1%) здійснюють лише експорт, 275 (26,3%) – лише імпорт. Ще 476 підприємств (45,6%) одночасно експортують та імпортують. Опитування охопило всі регіони України, крім Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, а також окремих районів Донецької та Луганської областей.

Усі дані було зібрано методом структурованих особистих інтерв'ю, проведених досвідченими інтерв'юерами, відповідно до розробленого й попередньо протестованого опитувальника (анкети). Усі інтерв'ю було проведено з власником або керівництвом опитаної компанії (директор, заступник директора, головний бухгалтер, керівник відділу або заступник керівника відділу, пов'язаного зі здійсненням експорту чи імпорту).

На етапі аналізу даних контролювалася кількість спостережень для кожного параметра. У разі великої варіативності та кількості спостережень, недостатньої для забезпечення належного рівня точності, відповідні результати в цьому звіті не використовувалися.

Де можливо, у звіті надано результати першої хвили дослідження (2015 року). Зазначимо, що відмінності в показниках можуть бути пов'язані не лише з впливом об'єктивних змін у торгівельній політиці та практиці України, а і з деякими відмінностями в методиці дослідження. Так, опитування 2015 та 2016 років відрізняються вибіркою, тривалістю та формулюванням деяких запитань опитувальника. У 2015 році було опитано 381 українське підприємство, що займається ЗЕД. З них 105 або 28% з опитаних підприємств здійснювали лише експорт, 28 (7%) – лише імпорт, більшість опитаних – 248 (65%) – здійснювали експорт та імпорт. Опитування проводилося в 16 областях України (Вінницька, Волинська, Дніпропетровська, Донецька, Запорізька, Кіровоградська, Луганська, Миколаївська, Полтавська, Рівненська, Сумська, Херсонська, Хмельницька, Черкаська, Чернівецька, Чернігівська) та в місті Києві.

## Розмір підприємств

Серед опитаних у 2016 році 1044 підприємств 874 опитаних (83,7% від усіх підприємств у вибірці) відповіли на запитання про кількість працівників, назвавши конкретне число. Враховуючи чутливість цього запитання, методологія опитування передбачала можливість для респондента вказати замість числа категорію за розміром, до якої належить підприємство. Були запропоновані такі категорії: до 10 осіб, 11-50 осіб, 51-250 осіб та більше 250 осіб. 170 респондентів (16,3%) використали цей варіант, назвавши категорію замість конкретної цифри.

При переведенні всіх опитаних МСП у спільні категорії за кількістю працівників, було отримано таке наповнення категорій:

- 237 підприємств (22,7% від вибірки) у першій категорії (до 10 осіб). Для цілей аналізу ці підприємства будуть класифікуватися як мікропідприємства<sup>1</sup>. Середня кількість працівників - 5 осіб<sup>2</sup>.
- 326 (31,2%) у другій категорії – від 11 до 50 осіб. Такі підприємства будуть класифікуватися як малі підприємства. Середня кількість працівників - 24 особи.
- 236 (22,6%) у третій категорії – від 51 до 250 осіб. Ці підприємства будуть класифікуватися як середні. Середня кількість працівників - 110 осіб.
- 245 підприємств (23,5%) у четвертій категорії – більше 250 осіб. Такі підприємства класифікуються як великі. Середня кількість працівників - 450 осіб.

<sup>1</sup> Господарський кодекс України класифікує підприємства за розміром та обсягом річного доходу. У цьому звіті категорії підприємств (мікропідприємства, малі підприємства та середні підприємства) було визначено лише на підставі розміру (тобто кількості працівників).

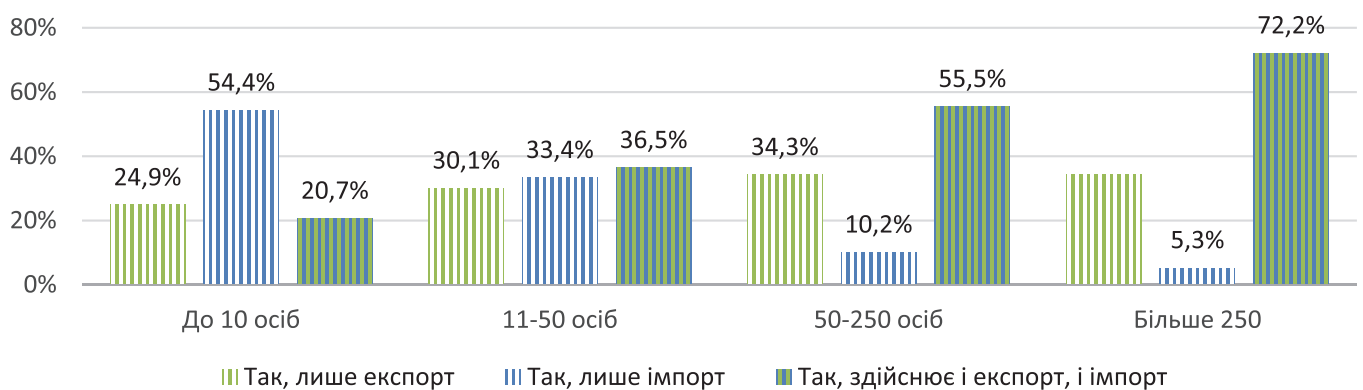
<sup>2</sup> Для обчислення середньої кількості працівників за категорією використовувалися лише валідні спостереження (із вказаною кількістю осіб). Через великі викиди в групі великих підприємств (розмах 192 – 6000 осіб) як середня міра використовується медіана.

**Таблиця 1. Розподіл підприємств за розміром**

	Загалом	Здійснює лише експорт	Здійснює лише імпорт	Здійснює і експорт, і імпорт
До 10 осіб	237 (22,7%)	59 (20,1%)	129 (46,9%)	49 (10,3%)
11-50 осіб	326 (31,2%)	98 (33,4%)	109 (39,6%)	119 (25,0%)
50-250 осіб	236 (22,6%)	81 (27,6%)	24 (8,7%)	131 (27,5%)
Більше 250	245 (23,5%)	55 (18,8%)	13 (4,7%)	177 (37,2%)
Всього	1044 (100,0%)	293 (100,0%)	275 (100,0%)	476 (100,0%)

Більші за розміром підприємства переважно поєднують експорт та імпорт, тоді як менші за розміром частіше імпортують. Так, серед великих за розміром підприємств (більше 250 працівників), і експортують, і імпортують 72,2% респондентів, тоді як серед мікропідприємств – лише 20,7%. Натомість, серед мікропідприємств лише імпортують товари або послуги 54,4%, серед великих підприємств – 5,3%. Частка експортерів є приблизно однаковою у всіх групах. Зв'язок між розміром та видом зовнішньоекономічної діяльності подано на рисунку:

**Рис. 1. Види зовнішньоекономічної діяльності серед підприємств різних розмірів, %**



### Організаційно-правова форма

За організаційною формою юридичні особи - 1039 опитаних підприємств - складають 99,6%. Серед фізичних осіб-підприємців було опитано 4 респонденти (0,4% вибірки), 1 респондент не відповів. Детальний розподіл опитаних підприємств за організаційно-правовою формою вказано в таблиці:

**Таблиця 2. Організаційно-правова форма опитаних підприємств**

Фізична особа-підприємець	4	0,4%
Приватне підприємство	180	17,3%
Державне підприємство (включаючи казенні)	56	5,4%
Товариство з обмеженою відповідальністю (усі види товариств)	645	61,8%
Акціонерне товариство (ПАТ, ПрАТ)	136	13%
Інша організаційно-правова форма	22	2,1%
<b>Всього</b>	<b>1043</b>	<b>100%</b>

## Тип власності

Основна частка опитаних підприємств знаходиться в приватній власності фізичних чи юридичних осіб України (742 респонденти, 76,1% від загальної вибірки) та іноземних фізичних чи юридичних осіб (94 підприємства, 9,6%). 76 опитаних підприємств (7,8%) знаходяться у спільній приватній власності українських та іноземних фізичних або юридичних осіб. У державній або комунальній власності знаходиться 62 підприємства (6,4% від загальної вибірки). Ще одне підприємство (0,1%) є у спільній власності держави та українських фізичних або юридичних осіб.

## Сектор діяльності

Опитані МСП переважно працюють у сфері промисловості та торгівлі. Частина опитаних займається сільським господарством або працює в секторі послуг.

Експортери найбільше представлені промисловістю (198 підприємств, 67,6% від загальної вибірки). Вагомі частки опитаних експортерів зосереджені в сільському господарстві (45 підприємств, 15,4% від загальної вибірки) та торгівлі (45 підприємств, 15,4%).

Імпортери представлені переважно сферою торгівлі (177 підприємств, 64,4% від загальної вибірки) та промисловості (64 підприємства, 23,3%).

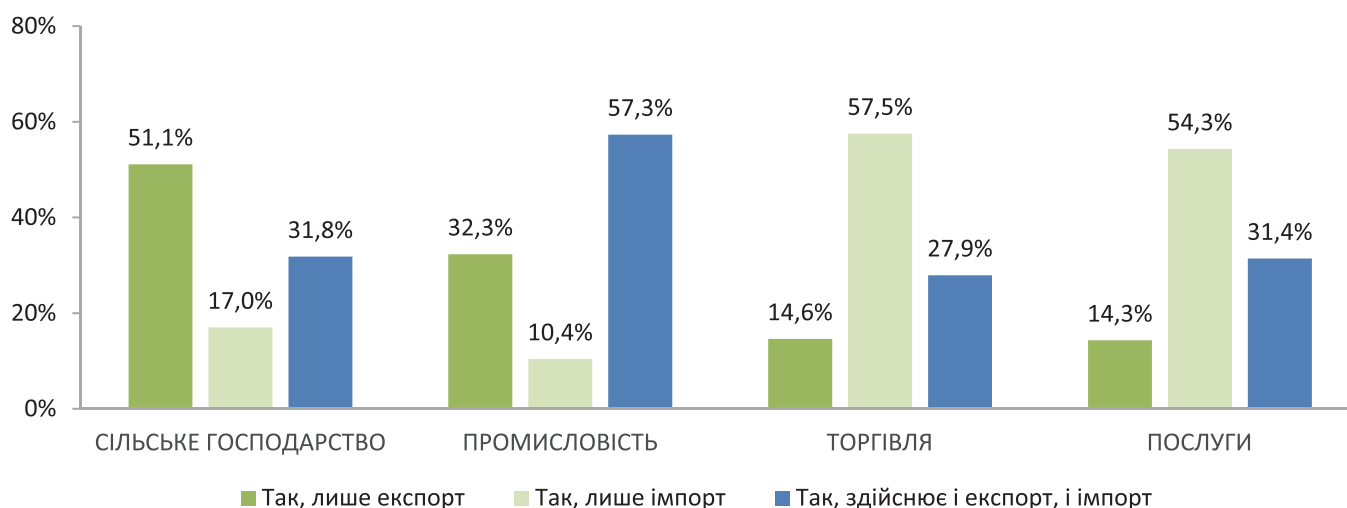
Підприємства, що здійснюють і експорт, і імпорт, зосереджені в основному в промисловому секторі (351 підприємство, 73,7% від загальної вибірки) та у сфері торгівлі (86 респондентів, 18,1%)

**Таблиця 3. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою**

	Загалом	Лише експорт	Лише імпорт	І експорт, і імпорт
Сільське господарство	88 (8.4%)	45 (15.4%)	15 (5.5%)	28 (5.9%)
Промисловість	613 (58.7%)	198 (67.6%)	64 (23.3%)	351 (73.7%)
Торгівля	308 (29.5%)	45 (15.4%)	177 (64.4%)	86 (18.1%)
Послуги	35 (3.4%)	5 (1.7%)	19 (6.9%)	11 (2.3%)
<b>Всього</b>	<b>1044 (100.0%)</b>	<b>293 (100.0%)</b>	<b>275 (100.0%)</b>	<b>476 (100.0%)</b>

Аналіз структури вибірки за секторами показав, що серед сільськогосподарських підприємств було найбільше експортерів (51,1% респондентів). Промислові підприємства переважно поєднують експортну та імпорتنу діяльність (57,3%), тоді як підприємства сфери послуг та торгівлі здебільшого займаються імпортом (54,3% та 57,5% відповідно).

**Рис. 2. Види зовнішньоекономічної діяльності серед підприємств різних галузей, %**



## Регіон проведення опитування

У регіонах досліджувалося від 28 до 99 підприємств. Опитування включало всі типи підприємств, які здійснюють експортну або імпорتنу діяльність, у тому числі й сільськогосподарських виробників. У таблиці вказано кількість опитаних підприємств залежно від виду зовнішньоекономічної діяльності в кожній області:

**Таблиця 4. Кількість опитаних у регіонах**

	<b>Загалом</b>	<b>Тільки експорт</b>	<b>Тільки імпорт</b>	<b>І експорт, і імпорт</b>
Вінницька	56 (5,4%)	21 (7,2%)	10 (3,6%)	25 (5,3%)
Волинська	43 (4,1%)	15 (5,1%)	11 (4,0%)	17 (3,6%)
Дніпропетровська	58 (5,6%)	11 (3,8%)	19 (6,9%)	28 (5,9%)
Донецька	33 (3,2%)	9 (3,1%)	6 (2,2%)	18 (3,8%)
Житомирська	38 (3,6%)	13 (4,4%)	4 (1,5%)	21 (4,4%)
Закарпатська	32 (3,1%)	11 (3,8%)	6 (2,2%)	15 (3,2%)
Запорізька	30 (2,9%)	8 (2,7%)	4 (1,5%)	18 (3,8%)
Івано-Франківська	30 (2,9%)	9 (3,1%)	10 (3,6%)	11 (2,3%)
Київська	46 (4,4%)	7 (2,4%)	15 (5,5%)	24 (5,0%)
Кіровоградська	33 (3,2%)	12 (4,1%)	9 (3,3%)	12 (2,5%)
Луганська	49 (4,7%)	21 (7,2%)	5 (1,8%)	23 (4,8%)
Львівська	59 (5,7%)	12 (4,1%)	24 (8,7%)	23 (4,8%)
Миколаївська	28 (2,7%)	5 (1,7%)	11 (4,0%)	12 (2,5%)
Одеська	28 (2,7%)	7 (2,4%)	9 (3,3%)	12 (2,5%)
Полтавська	49 (4,7%)	15 (5,1%)	12 (4,4%)	22 (4,6%)
Рівненська	37 (3,5%)	12 (4,1%)	7 (2,5%)	18 (3,8%)
Сумська	32 (3,1%)	14 (4,8%)	5 (1,8%)	13 (2,7%)
Тернопільська	32 (3,1%)	9 (3,1%)	10 (3,6%)	13 (2,7%)
Харківська	52 (5,0%)	11 (3,8%)	13 (4,7%)	28 (5,9%)
Херсонська	34 (3,3%)	11 (3,8%)	4 (1,5%)	19 (4,0%)
Хмельницька	41 (3,9%)	11 (3,8%)	10 (3,6%)	20 (4,2%)
Черкаська	41 (3,9%)	14 (4,8%)	12 (4,4%)	15 (3,2%)
Чернівецька	29 (2,8%)	12 (4,1%)	4 (1,5%)	13 (2,7%)
Чернігівська	35 (3,4%)	19 (6,5%)	3 (1,1%)	13 (2,7%)
м. Київ	99 (9,5%)	4 (1,4%)	52 (18,9%)	43 (9,0%)
<b>Всього</b>	<b>1044 (100%)</b>	<b>293 (100,0%)</b>	<b>275 (100,0%)</b>	<b>476 (100,0%)</b>



## Тип зовнішньоекономічної діяльності

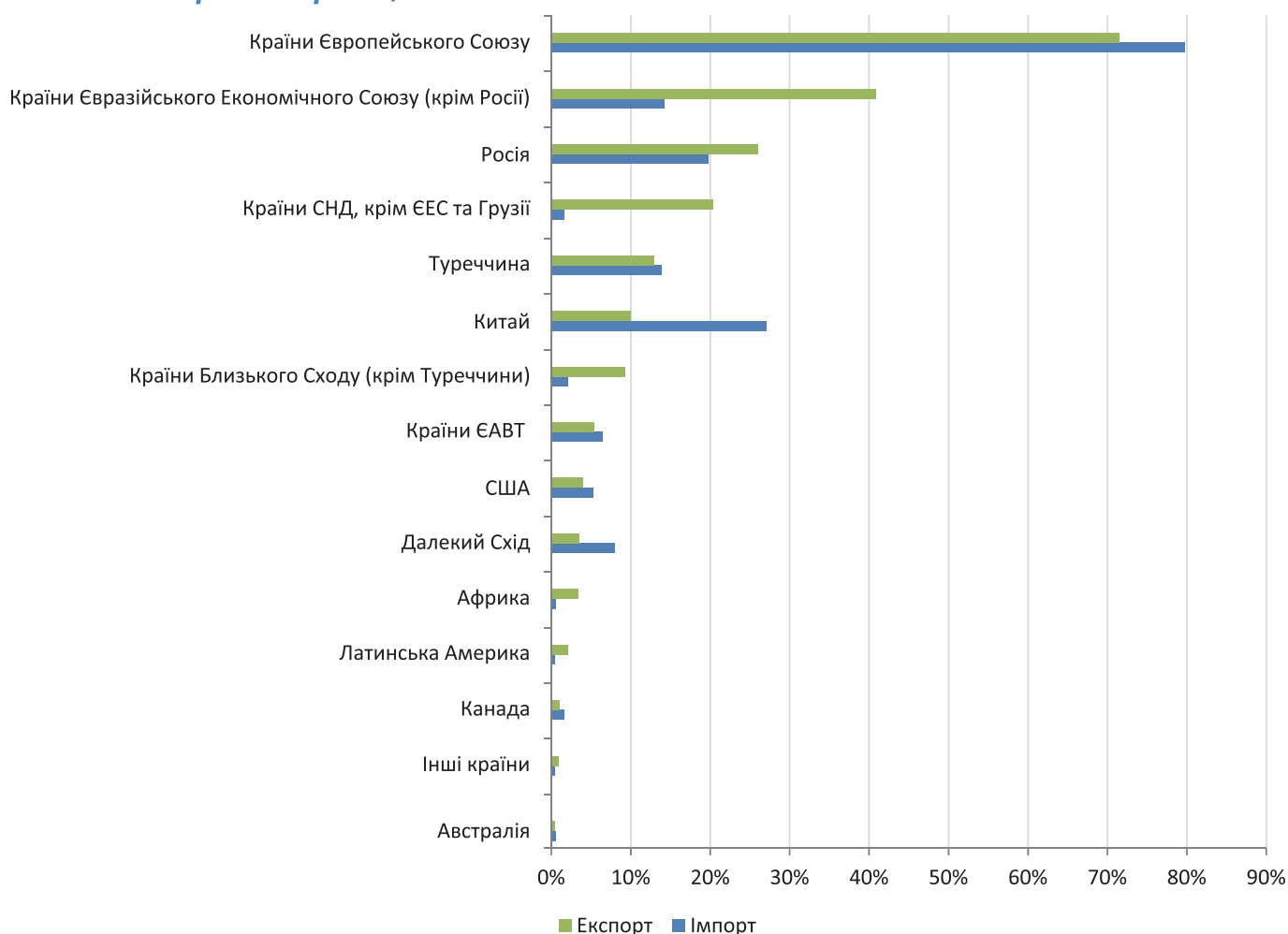
Серед опитаних підприємств представлені підприємства, що здійснюють лише експорт, ті, що здійснюють лише імпорт, та ті, що здійснюють як експорт, так й імпорт. Останні складають найбільшу частку опитаних: 45,6%, тоді як виключно експортери становлять 28,1% вибірки, а виключно імпортери – 26,3%.

## Напрями торгівлі

Основним напрямом експорту опитаних підприємств є країни Європейського Союзу (71,5% опитаних експортерів). Також ці підприємства експортують у Росію (26,0%) та в інші країни Євразійського Економічного Союзу<sup>3</sup> (40,8%), а також у країни СНД<sup>4</sup> та Грузію (20,3%).

Імпортують українські підприємства переважно з країн ЄС (79,7% опитаних імпортерів), Китаю (27,0%), Росії (19,8%) та з інших країн Євразійського Економічного Союзу (13,9%).

Рис. 3. Напрями торгівлі, %

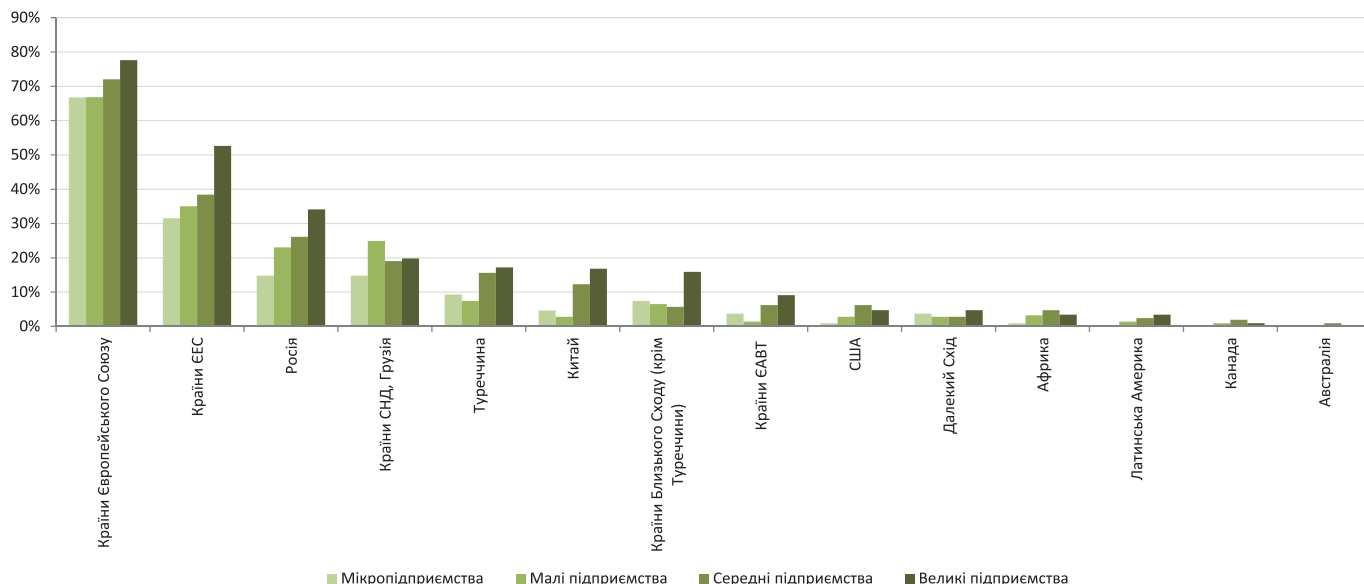


Кількість підприємств, що експортують продукцію або послуги до Євросоюзу, не значно відрізняється в групах підприємств різних за розміром (мікробізнес, малий, середній та великий бізнес). Натомість, порівняно з мікропідприємствами, серед великих підприємств значно більша частка експортерів до Росії та Євразійського Економічного Союзу (57,6% у групі великих підприємств, 40,2% - середніх, 29,8% - малих та 16,9% - мікропідприємств). Це ж стосується й таких напрямів експорту як Китай, країни Близького Сходу та країни ЄАВТ.

<sup>3</sup> Тут і далі країни Євразійського Економічного Союзу (ЄЕС), за винятком Росії: Білорусь, Казахстан, Вірменія, Киргизстан.

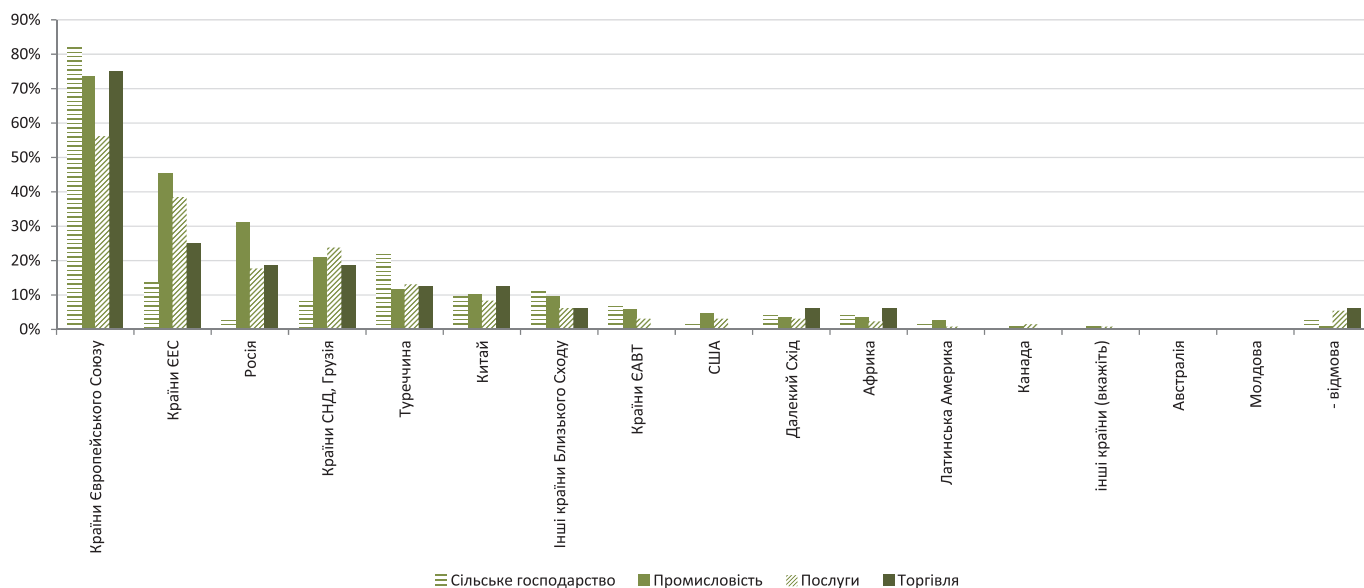
<sup>4</sup> Тут і далі до групи країн СНД не включено ті, що входять до ЄЕС: Азербайджан, Молдова, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан

**Рис. 4. Напрями експорту (залежно від розміру підприємств), %**



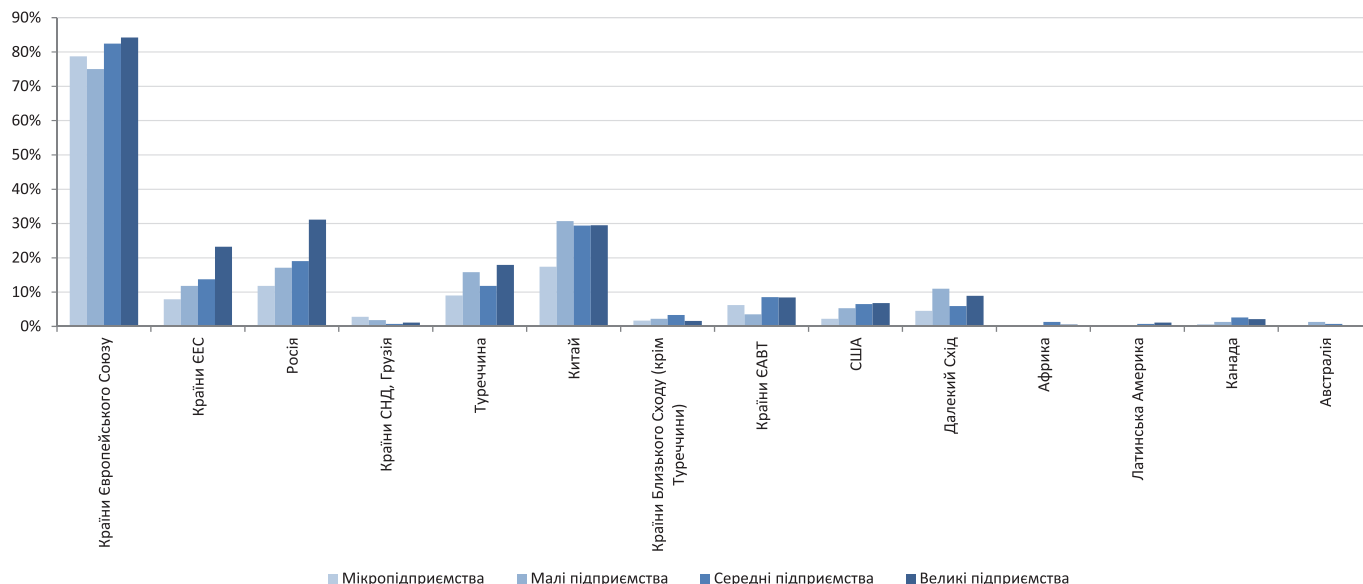
Основним напрямом експорту для підприємств сільськогосподарського профілю є країни Євросоюзу (82,2% опитаних сільськогосподарських підприємств експортують до ЄС). Для промислових підприємств, крім ЄС (73,6%), вагомими напрямками експорту є Росія та інші країни ЄЕС (31,3% та 45,4% відповідно), країни СНД та Грузія (21,1%). При цьому, до Росії та ЄЕС більшою мірою експортують підприємства сфери машинобудування (відповідно 43,3% та 61,7%), хімічної промисловості (37,2% та 44,2%) та підприємства, що займаються виробництвом металу та металообробкою (35,4% та 35,4%). Порівняно з підприємствами інших галузей, найменша частка експортерів до ЄС серед сфери послуг (56,2%).

**Рис. 5. Напрями експорту (залежно від виду діяльності підприємств), %**



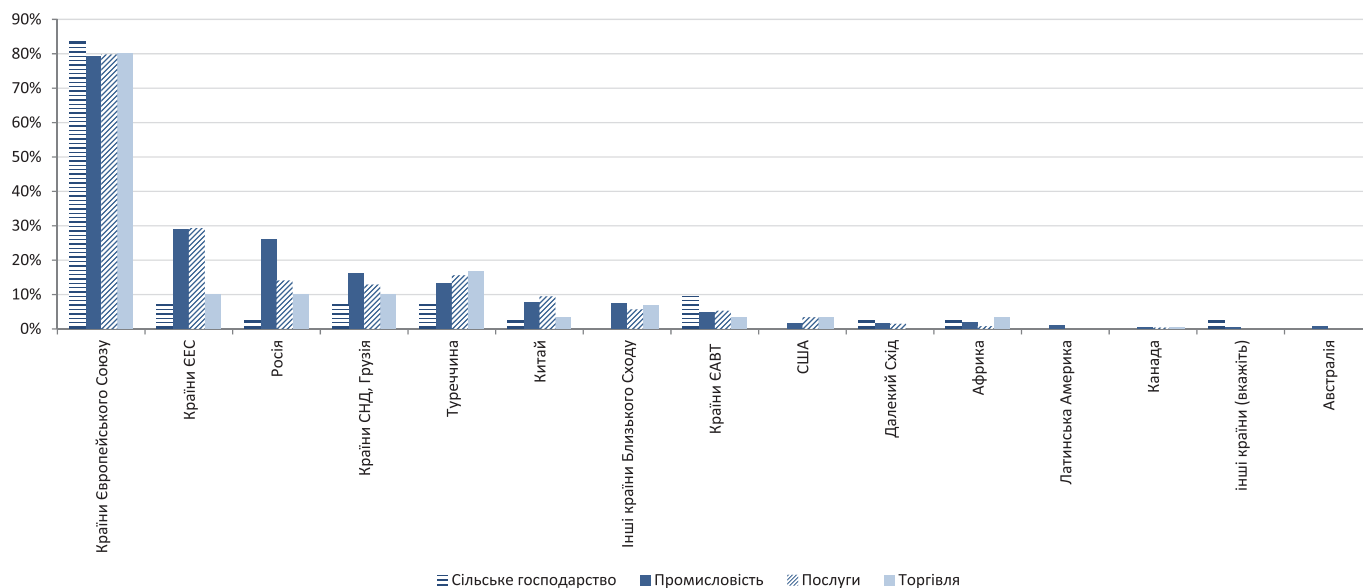
Серед підприємств, які здійснюють імпорт з Росії та країн ЄЕС, так само частіше імпортують більші за розміром підприємства (32,1% у групі великих підприємств, 18,3% - середніх, 18,5% - малих та 13,6% - мікропідприємств). Те ж стосується імпорту з Китаю. За іншими напрямками торгівлі частки імпортерів не значно відрізняються в різних групах.

**Рис. 6. Напрями імпорту (залежно від розміру підприємств), %**



Незалежно від сфери діяльності, більшість підприємств імпортують із країн ЄС. З таких країн ЄЕС як Білорусь, Казахстан, Вірменія та Киргизстан дещо більше імпортують підприємства сфер промисловості та послуг (28,8% та 25,9% відповідно). Серед промислових підприємств порівняно висока частка компаній імпортує сировину або матеріали з Росії (25,9%).

**Рис. 7. Напрями імпорту (залежно від виду діяльності підприємств), %**



# 1. Перешкоди для експортерів та імпортерів

## 1.1. Перешкоди для експортерів

26,9% опитаних експортерів стикалися з певними перешкодами при здійсненні експортних операцій. Найчастіше ці підприємства зазначали непередбачуваність торговельної політики України та часті зміни законодавства (32,4% респондентів). Також зазначені підприємства повідомили про такі проблеми як недостатній рівень транспортної інфраструктури й відповідних послуг (25,6%) та несприятливе валютне регулювання (24,2%). Часто перешкоджали експортувати неефективний або непрозорий механізм відшкодування ПДВ (24,2% респондентів), велика кількість дозвільних документів для експорту (21,7%), значний рівень бюрократії на митниці (21,3%) та відсутність спрощених правил визначення походження товару (20,8%).

Рис. 8. Перешкоди під час експорту, %<sup>5</sup>

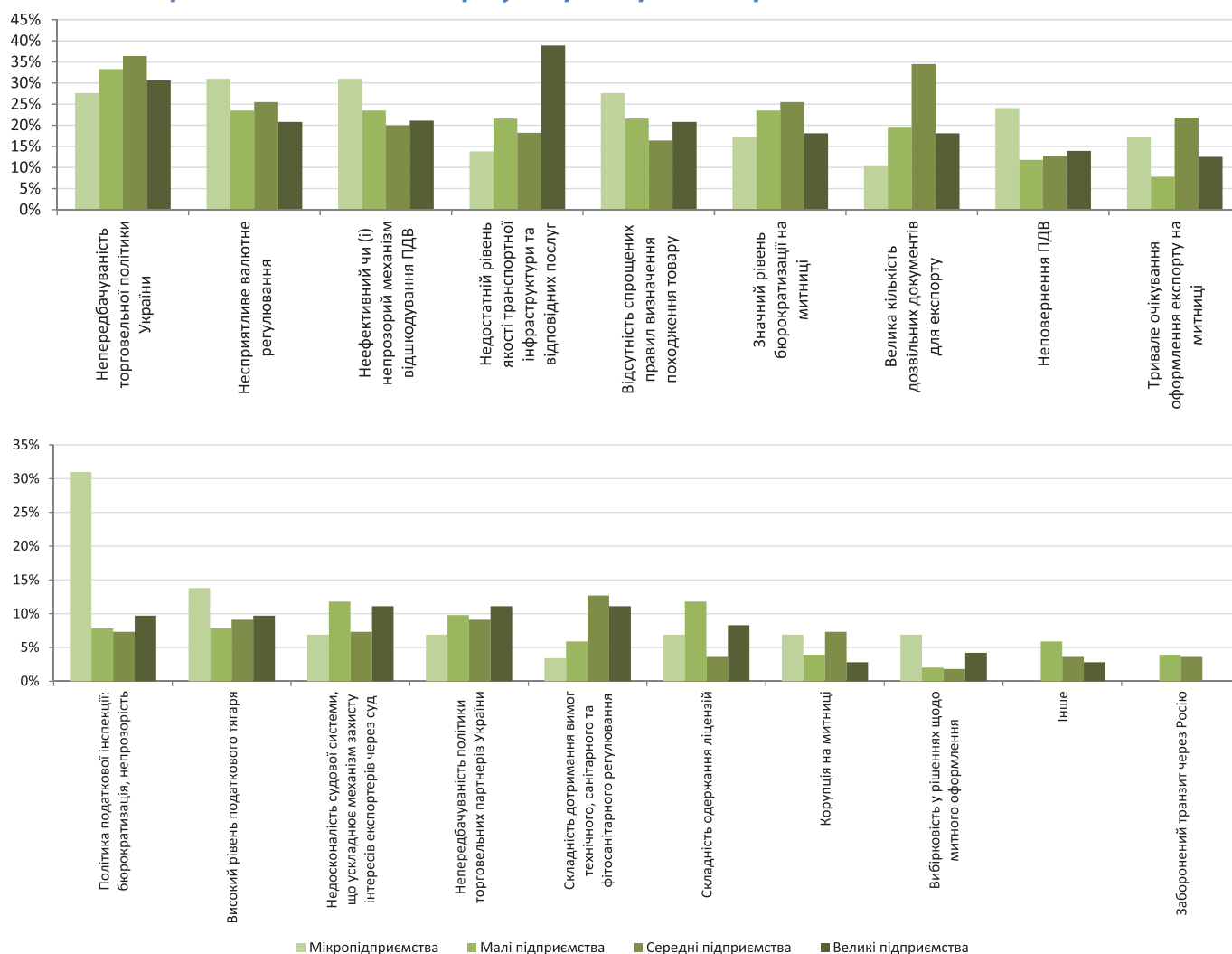


<sup>5</sup> Крім зазначених перешкод, 3,4% експортерів вказали, що стикалися з проблемами, не зазначеними в переліку, зокрема 1,9% перешкодою назвали заборонений транзит через Росію (на графіку не зазначено).

Для порівняння, у 2015 році з певними проблемами при здійсненні експортної діяльності стикалися 64% експортерів. При цьому рейтинг перешкод був дещо інакшим. Так, найчастіше респонденти повідомляли про такі проблеми як неефективний чи непрозорий механізм відшкодування ПДВ (41%) та значний рівень бюрократії на митниці (41%). Більше третини експортерів (38%) повідомили про схожу проблему – велику кількість дозвільних документів, необхідних для здійснення експорту. Непередбачуваність торговельної політики України як перешкоду в 2015 році назвали 26% експортерів. Зазначимо, що відмінності в результатах певною мірою можуть бути пов'язані як із дією об'єктивних факторів (спрощенням певних аспектів здійснення експорту), так і з методикою дослідження (відмінності у вибірках, формулюваннях запитань анкети тощо).

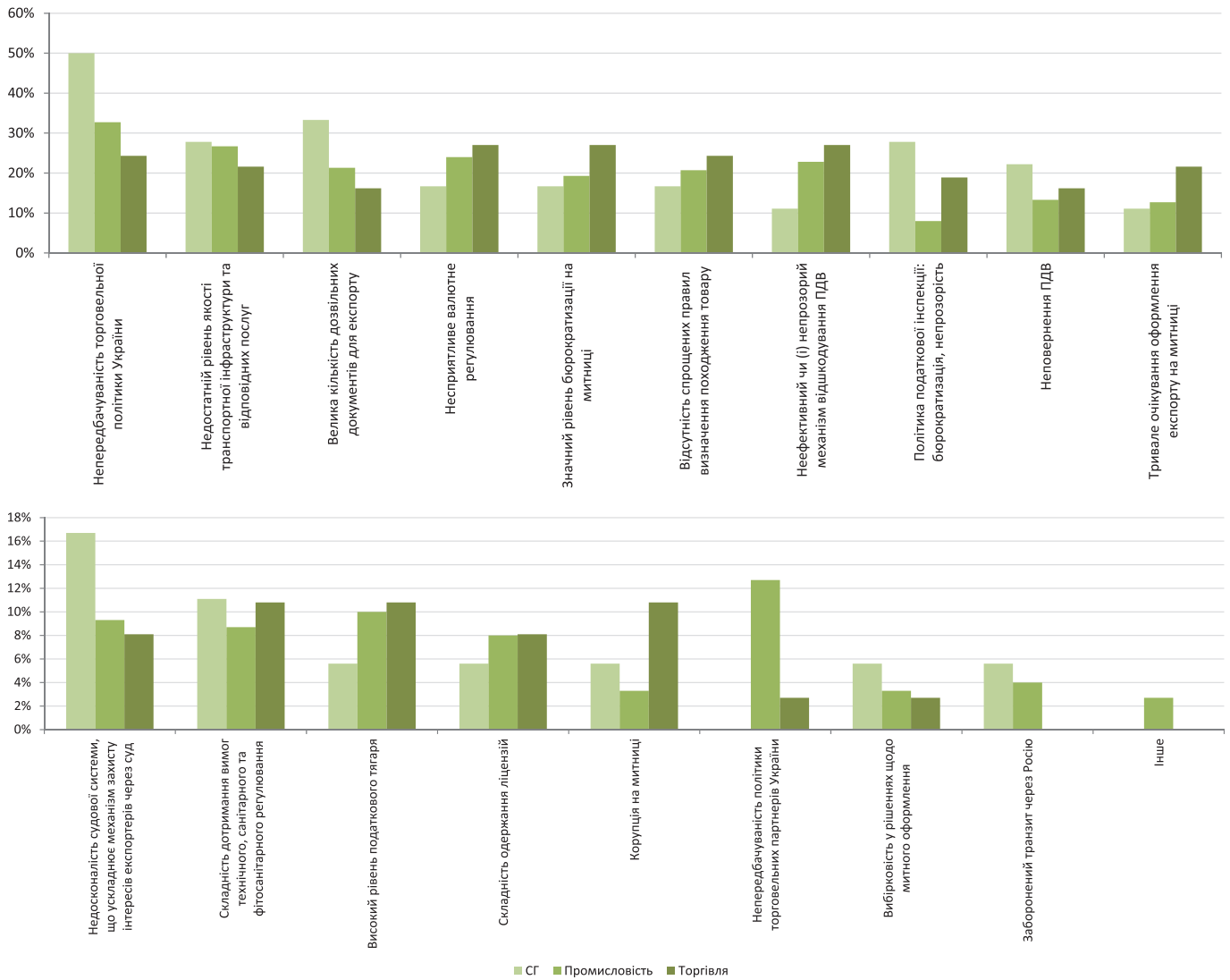
Підприємства різного розміру однаковою мірою стикаються з перешкодами під час експорту. Так, серед мікропідприємств певні перешкоди мали 26,9% респондентів, малих – 23,5%, середніх – 25,9% та великих – 31,0%.

**Рис. 9. Перешкоди під час експорту: за розміром підприємства, %**



Разом із тим, у різних групах експортерів актуальними є ті або інші проблеми. Так, мікропідприємства як про проблеми найчастіше повідомляють про неефективний (непрозорий) механізм відшкодування ПДВ (31,0%), непрозорість та бюрократію в політиці податкової інспекції (31,0%) та несприятливе валютне регулювання (31,0%). Одночасно більшість підприємств заявило про непередбачуваність торговельної політики України (33,3%). Крім того, порівняно з підприємствами інших розмірів, для середніх підприємств більш актуальною перешкодою є велика кількість дозвільних документів для експорту (34,5%), тоді як для великих – недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (38,9%).

Рис. 10. Перешкоди під час експорту: за сферою діяльності, %<sup>6</sup>



Порівняно з іншими видами діяльності, підприємства сфери послуг рідше повідомляють про проблеми під час експорту (12,5%). Натомість серед підприємств сільського господарства певні перешкоди мали 24,7% респондентів, промисловості – 27,3%, сфери торгівлі – 28,2%.

Непередбачуваність торговельної політики України (часті зміни законодавства) є основною перешкодою для сільськогосподарських та промислових підприємств (50,0% і 32,7% респондентів відповідно). Важливою проблемою для експортерів обох груп є і недостатній рівень якості транспортної інфраструктури (27,8% та 26,7% відповідно). Крім того, експортери аграрного сектору часто повідомляють про такі перешкоди як велика кількість дозвільних документів для експорту (33,3%) та політика податкової інспекції (27,8%).

Дещо іншим є рейтинг перешкод підприємств сфери послуг. При експорті останні найчастіше стикаються з неефективним (непрозорим) механізмом відшкодування ПДВ, бюрократією на митниці та несприятливим валютним регулюванням (27,0% респондентів).

Для кращого розуміння структури бар'єрів, з якими стикаються українські підприємства під час здійснення експорту, тобто основних проблемних зон українського експорту, було проведено факторний аналіз<sup>7</sup>. У результаті факторного аналізу було виділено 7 факторів. З огляду на змінні,

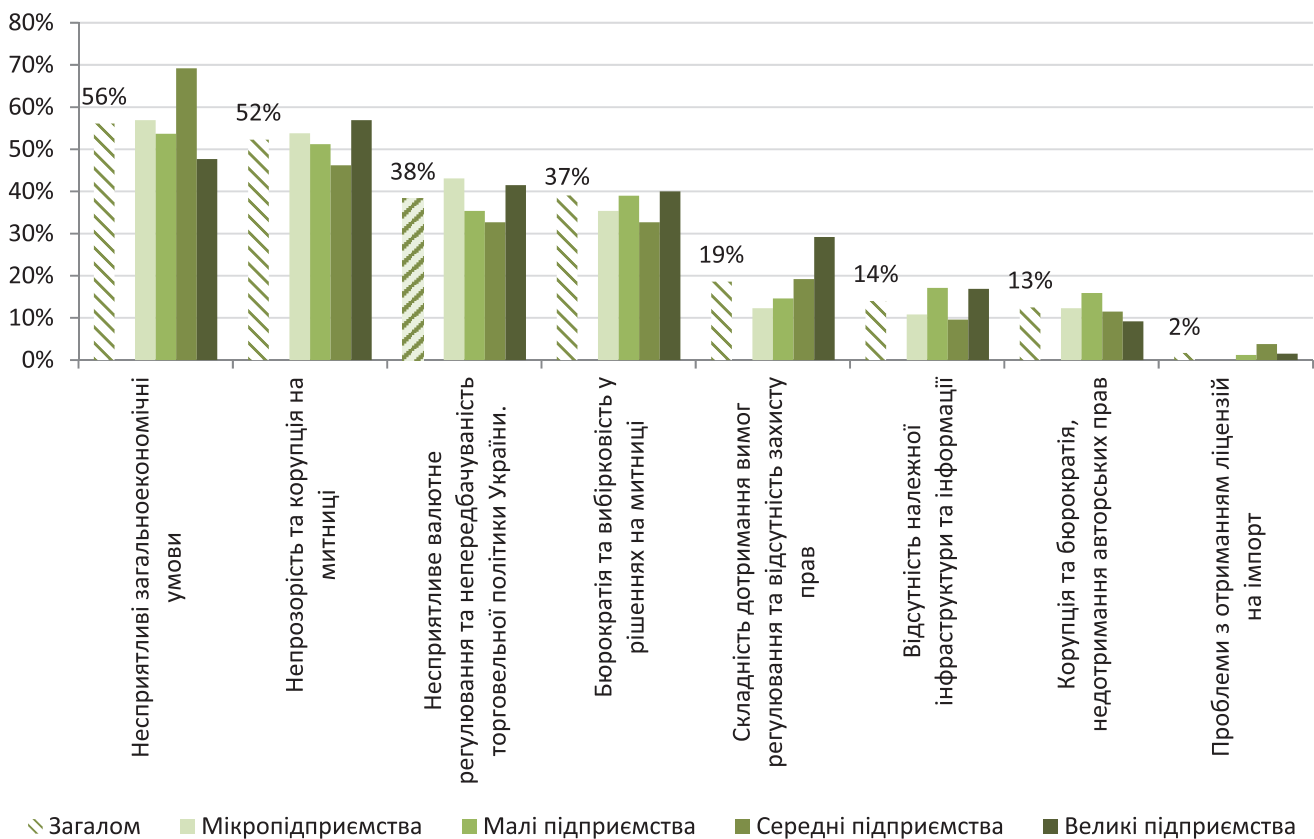
<sup>6</sup> Через недостатню кількість респондентів розподіл у сфері послуг не наведено

<sup>7</sup> До аналізу методом головних компонент було включено 18 змінних, для кращої інтерпретації факторів було застосовано ортогональне обертання (varimax). Міра адекватності вибірки (КМО) становить 0,61, критерій сферичності Бартлета є статистично значущим на рівні  $p < 0,001$ , що свідчить про наявність достатньої кореляції між змінними та прийнятність даних для проведення аналізу. Визначення кількості факторів здійснювалося на основі критерію Кайзера (власні значення факторів вище 1,0). У результаті факторного аналізу було виділено 7 факторів, що пояснюють 53,6% загальної дисперсії.

які входять до окремого компоненту, структура перешкод, з якими стикаються підприємці під час експорту, виглядає таким чином:

- 1) несприятливі загальноекономічні умови (до компоненту увійшли «несприятливе валютне регулювання», «велика кількість дозвільних документів для експорту», «непередбачуваність торговельної політики України» та «недостатній рівень якості транспортної інфраструктури й послуг»);
- 2) податкове адміністрування та процедури («політика податкової інспекції: бюрократизація, непрозорість», «неефективний чи (і) непрозорий механізм відшкодування ПДВ», «високий рівень податкового тягаря»);
- 3) бюрократична рутинна на митниці (тривале очікування оформлення експорту на митниці, значний рівень бюрократії на митниці);
- 4) політика Росії (непередбачуваність політики торговельних партнерів України, заборонений транзит через Росію);
- 5) складність дотримання вимог технічного та санітарного регулювання, неповернення ПДВ;
- 6) відсутність спрощених правил визначення походження товару та вибірковість у рішеннях щодо митного оформлення;
- 7) корупція («складність одержання ліцензій», «корупція на митниці», «недосконалість судової системи, що ускладнює механізм захисту інтересів експортерів через суд»).

**Рис. 11. Фактори, що перешкоджають експортній діяльності підприємств, %**



Фактор, пов'язаний із несприятливою загальноекономічною ситуацією, а саме непередбачуваністю торговельної політики, недостатнім рівнем інфраструктури, великою кількістю дозвільних документів тощо, є перешкодою експортної діяльності для більшості опитаних підприємств-експортерів. При цьому, середні й великі підприємства дещо частіше повідомляють про пов'язані з цим проблеми. Натомість, для мікропідприємств більш актуальними є проблеми, пов'язані з податковим адмініструванням та процедурами – про відповідні перешкоди повідомили 55,2% мікропідприємств, які здійснюють експорт.

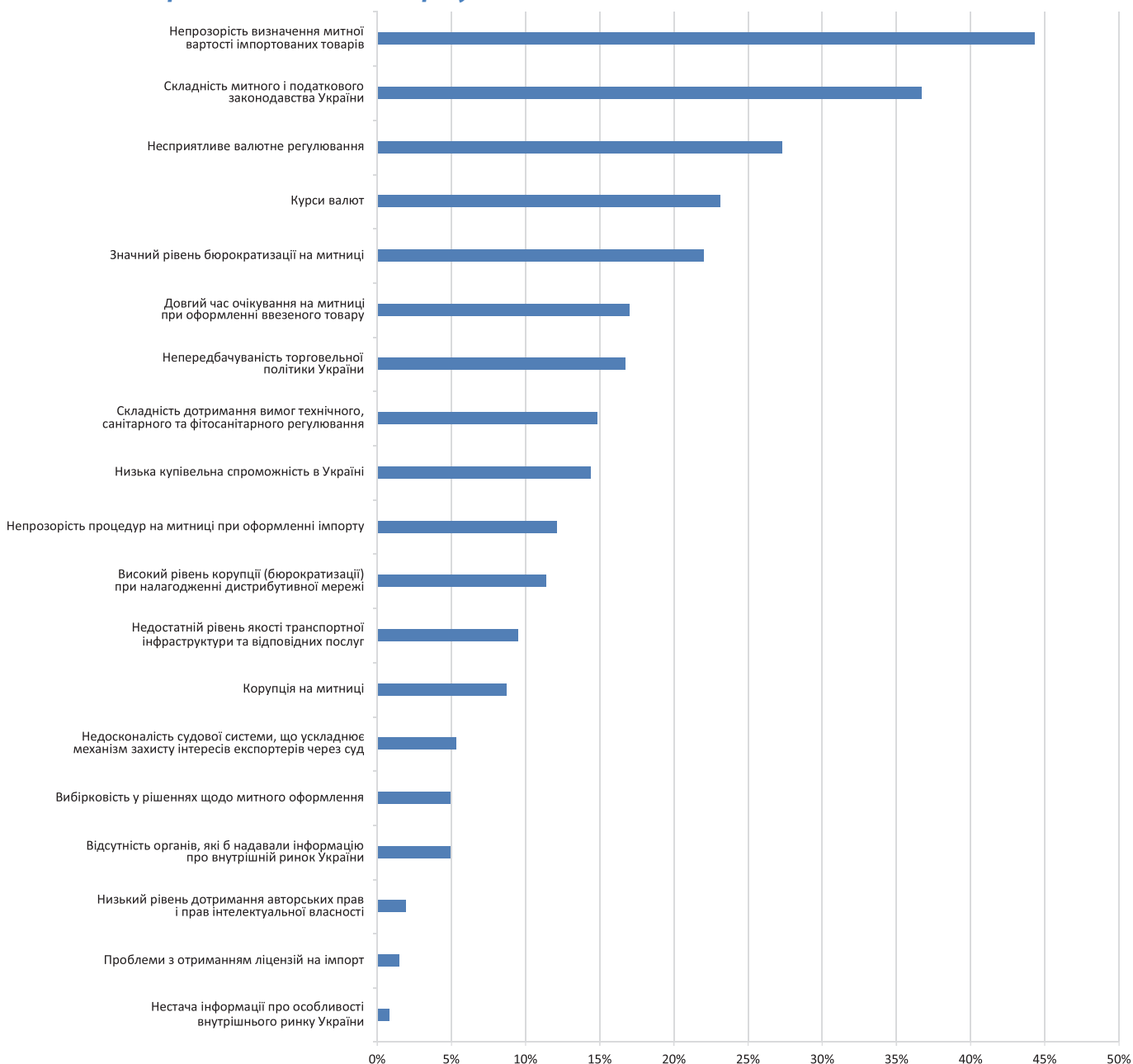
*Висновок: з перешкодами при здійсненні експорту стикалися 27% опитаних експортерів, основними проблемами українського експорту є непередбачуваність торговельної політики України, недостатній рівень транспортної інфраструктури та несприятливе валютне регулювання.*

*Мікробізнес частіше за підприємства інших розмірів стикається з такими перешкодами як неефективність механізму відшкодування ПДВ, непрозорість та бюрократія в політиці податкової інспекції та несприятливе валютне регулювання.*

## 1.2. Перешкоди для імпортерів

З перешкодами під час імпорту стикалися 35,2% опитаних імпортерів. Майже половина зазначених підприємств (44,3%) стикалася з непрозорістю при визначенні митної вартості імпортованих товарів. Вагомими проблемами українського імпорту також є складність митного й податкового законодавства (про неї повідомили 36,7% респондентів), несприятливе податкове регулювання (27,3% респондентів), ризики, пов'язані зі зміною курсу валют (23,1%), та бюрократія на митниці (22,0%)<sup>8</sup>.

**Рис. 12. Перешкоди під час імпорту, %**



<sup>8</sup> Крім зазначених перешкод, незначна частка опитаних підприємств (менше 1%) проблемами, з якими стикалися при імпорті, назвали недостатність інформації про особливості внутрішнього ринку України та інше (на графіку не зазначено).

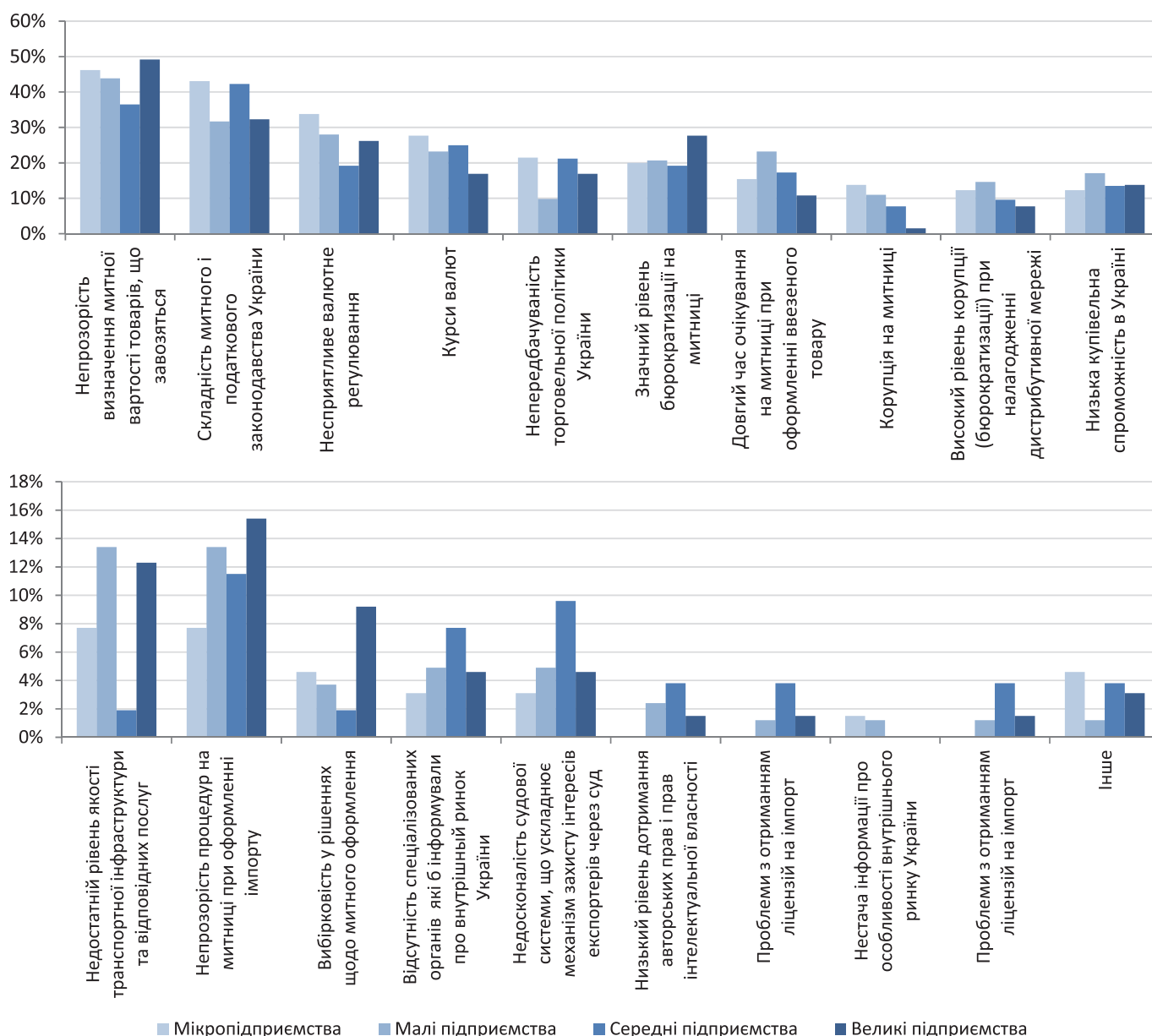


У 2015 році з різноманітними перешкодами під час здійснення імпорту стикалися 72% імпортерів. При цьому, більш ніж для половини підприємств основними проблемами були курси валют (62% опитаних імпортерів) та складність митного законодавства України (57%). Тоді 35% опитаних імпортерів повідомили про непрозорість процедур на митниці при оформленні імпорту та 24% - про довгий час очікування на митниці при оформленні ввезеного товару.

Підприємства різного розміру однаковою мірою стикаються з перешкодами при здійсненні операцій з імпорту. Так, про певні перешкоди повідомили 36,5% мікропідприємств, 36,0% малих підприємств, 33,5% середніх та 34,2% великих підприємств.

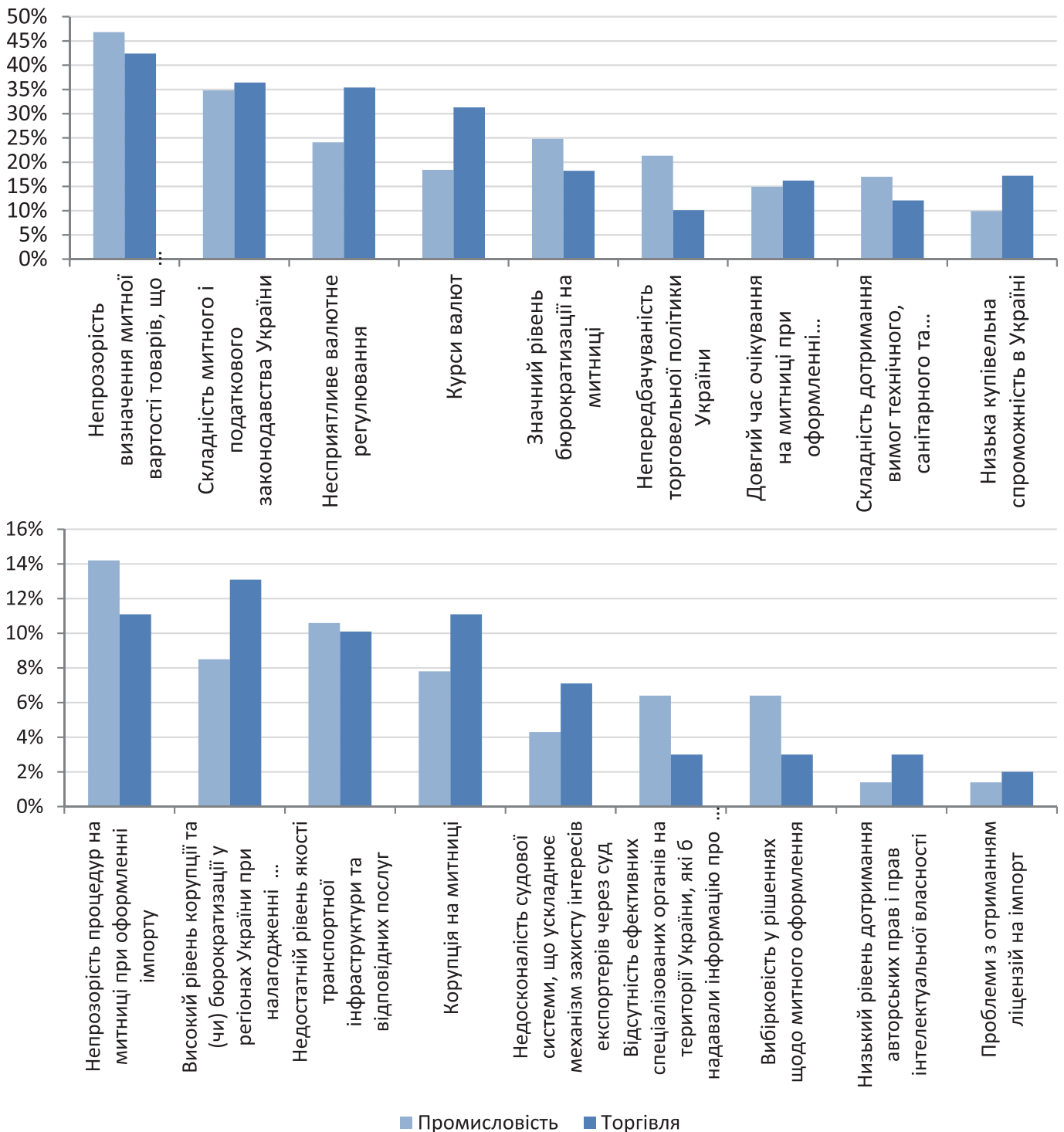
Незалежно від розміру підприємств, основними перешкодами для опитаних імпортерів залишаються непрозорість визначення митної вартості імпортованих товарів та складність митного й податкового законодавства України. Разом із тим, середні підприємства як про перешкоди частіше повідомляють про складність законодавства (42,3% респондентів цієї групи), тоді як проблеми, пов'язані з визначенням митної вартості, є найбільш актуальними для великих підприємств (49,2%). Для мікропідприємств обидві перешкоди є вагомими: з ними стикаються 43,1% та 46,2% респондентів відповідно.

**Рис. 13. Перешкоди під час імпорту: за розміром підприємства, %**



Несприятливе валютне регулювання є більш поширеною перешкодою для малих та мікропідприємств (з нею стикалися відповідно 28,0% та 33,8% респондентів зазначених груп), великі підприємства частіше повідомляють про високий рівень бюрократії на митниці (27,7%). Вагомою проблемою для мікро-, малих та середніх підприємств є курси валют, тоді як великі підприємства частіше повідомляють про складність дотримання вимог технічного, санітарного та фітосанітарного регулювання. Розподіл перешкод відповідно до розміру підприємств подано на рисунку.

Рис. 14. Перешкоди під час імпорту: за сферою діяльності, %<sup>9</sup>



<sup>9</sup> Через недостатню кількість респондентів розподіл у сфері послуг та сільського господарства не наведено

Серед опитаних підприємств сфери сільського господарства з перешкодами при імпорті стикалися 27,9%, тоді як відповідний показник серед підприємств інших секторів дещо вищий (34,0% серед промисловості, 37,6% - серед підприємств сфери торгівлі та 40,0% - сфери послуг). Непрозорість визначення митної вартості товарів, що завозяться, та складність митного й податкового законодавства є основними перешкодами при імпорті як для промислових виробників, так і для підприємств сфери торгівлі. При цьому, підприємства сфери торгівлі набагато частіше стикаються з такими проблемами як несприятливе валютне регулювання та курси валют, тоді як імпортери промислового сектору частіше повідомляють про бюрократію на митниці.

З метою виявлення структури бар'єрів, з якими стикаються українські підприємства під час здійснення імпорту, тобто основних проблемних зон українського імпорту, було проведено факторний аналіз<sup>10</sup>. У результаті інтерпретації змінних із максимальним внеском на окремий компонент (>0,4), були отримані такі 8 груп перешкод, з якими стикаються підприємці під час імпорту:

- 1) курси валют, низька купівельна спроможність в Україні, складність митного й податкового законодавства України;
- 2) непрозорість та корупція на митниці (до компоненту ввійшли «непрозорість процедур на митниці при оформленні імпорту», «непрозорість визначення митної вартості товарів, що завозяться», та «корупція на митниці»);
- 3) відсутність належної інфраструктури та інформації (до компоненту ввійшли «нестача інформації про особливості внутрішнього ринку України», «недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг» та «відсутність ефективних спеціалізованих органів на території України, які б надавали інформацію про внутрішній ринок України»);
- 4) несприятливе валютне регулювання та непередбачуваність торговельної політики України;
- 5) складність дотримання вимог регулювання та відсутність захисту прав (до компоненту ввійшли «недосконалість судової системи, що ускладнює механізм захисту прав імпортерів» та «складність дотримання вимог технічного, санітарного та фітосанітарного регулювання»);
- 6) бюрократія та вибірковість у рішеннях на митниці (до компоненту ввійшли «вибірковість у рішеннях щодо митного оформлення», «значний рівень бюрократизації на митниці»);
- 7) корупція та бюрократія при налагодженні дистрибутивної мережі, недотримання авторських прав («високий рівень корупції та (чи) бюрократизації у регіонах України при налагодженні дистрибутивної мережі», «низький рівень дотримання авторських прав і прав інтелектуальної власності»);
- 8) проблеми з отриманням ліцензій на імпорт. До останнього компоненту ввійшла одна змінна, що свідчить про низький зв'язок цієї перешкоди з іншими. Це пов'язано, зокрема, з тим, що респонденти рідко повідомляли про проблеми з отриманням ліцензій на імпорт (1,5% імпортерів, які повідомили про наявність проблем під час імпорту).

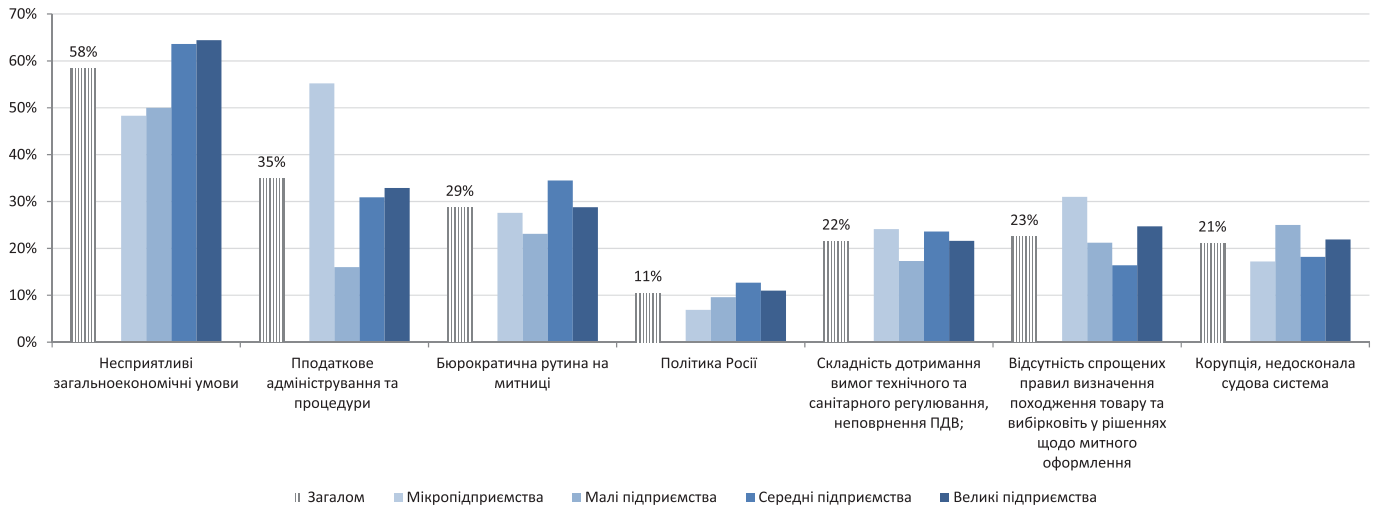
Так само, як і в ситуації з експортом, основну групу проблем, які перешкоджають здійсненню імпортової діяльності, складають фактори, пов'язані з несприятливою загальноекономічною ситуацією в країні: курси валют, низька купівельна спроможність в Україні, складність митного й податкового законодавства України. Разом із цим, імпортери набагато частіше стикаються з проблемами на митниці.

Цікаво, що проблеми, пов'язані з митницею, групуються у два окремі компоненти, не пов'язані один з одним (відсутній статистично значущий зв'язок): «непрозорість процедур і корупція на митниці» та «бюрократія і вибірковість у рішеннях на митниці». Відповідно, можна припустити, що

<sup>10</sup> До аналізу методом головних компонент було включено 19 змінних, для кращої інтерпретації факторів було застосовано ортогональне обертання (varimax). Міра адекватності вибірки (КМО) становить 0,57, що свідчить про прийнятність вибірки для проведення факторного аналізу. Крім того, між змінними наявна достатня кореляція (критерій сферичності Бартлета є статистично значущим на рівні  $p < ,001$ ). Після застосування факторного аналізу, на основі критерію Кайзера (власні значення факторів вище 1,0) було виділено 8 факторів, які пояснюють 56,8% загальної дисперсії.

зазначені компоненти окреслюють два відносно незалежні кола проблем, які є актуальними для різних груп респондентів. Так, корупція на митниці є перешкодою для 52,3% імпортерів, тоді як бюрократія і вибірковість – для 37,1%. Розмір підприємства та вид діяльності не впливає на значення цих показників, що свідчить про існування додаткових прихованих факторів (наприклад, можна припустити, що сплата неформальних платежів дозволяє уникнути бюрократії, з іншого боку, це проблема, пов'язана з корупцією).

**Рис. 15. Фактори, що перешкоджають імпортній діяльності підприємств, %**



Істотної зв'язки між компонентами факторного аналізу та розміром або видом діяльності підприємств не виявлено. Разом із тим, порівняно з підприємствами інших розмірів, для середніх підприємств дещо актуальнішими є несприятливі загальноекономічні умови, для великих – непрозорість та корупція на митниці, складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання й відсутність захисту прав імпортерів.

*Про перешкоди під час імпорту повідомили 35% підприємств. Найчастіше діяльності імпортерів перешкоджають непрозорість визначення митної вартості товарів, що ввозяться, складність митного й податкового законодавства України та несприятливе валютне регулювання. Зазначені проблеми є однаковою мірою актуальними для підприємств усіх розмірів.*

## 2. Митниця

### 2.1. Оцінка митниці: ефективність, проблеми, оскарження дій митних органів

#### 2.1.1. Оцінка ефективності роботи митних органів

Опитані підприємства розходяться в оцінці того, наскільки ефективною є робота митних органів. 13% опитаних підприємств вважають роботу митних органів ефективною та такою, що не має потреби в змінах. 44% – найбільша частка з опитаних – в цілому оцінюють роботу митниці як ефективну, але додають, що вона вимагає деяких змін. Решта підприємств дають більш критичні оцінки. 36% опитаних вважають, що митні органи працюють неефективно, але масштабні реформи можуть покращити ситуацію. А 7% бачать потребу в тому, щоб повністю змінити роботу митних органів, оскільки, на їхню думку, вона є зовсім неефективною.

За результатами опитування підприємств, що здійснюють ЗЕД, у 2015 році<sup>11</sup> частка підприємств, що вважали роботу митних органів ефективною та такою, що не потребує змін, становила 7% - тобто практично вдвічі менше, ніж у 2016 році. Однак більше підприємств (66%) оцінювали роботу митниці як в цілому ефективну та такою, що вимагає деяких змін. Відсоток опитаних, що вважали роботу митних органів неефективною, але припускали, що масштабні реформи можуть змінити ситуацію, був удвічі меншим: 18%, тоді як частка тих, що вважали роботу митниці зовсім неефективною, була близькою до значення 2016 року: 9%.

**Рис. 16. Оцінка ефективності роботи митних органів.**

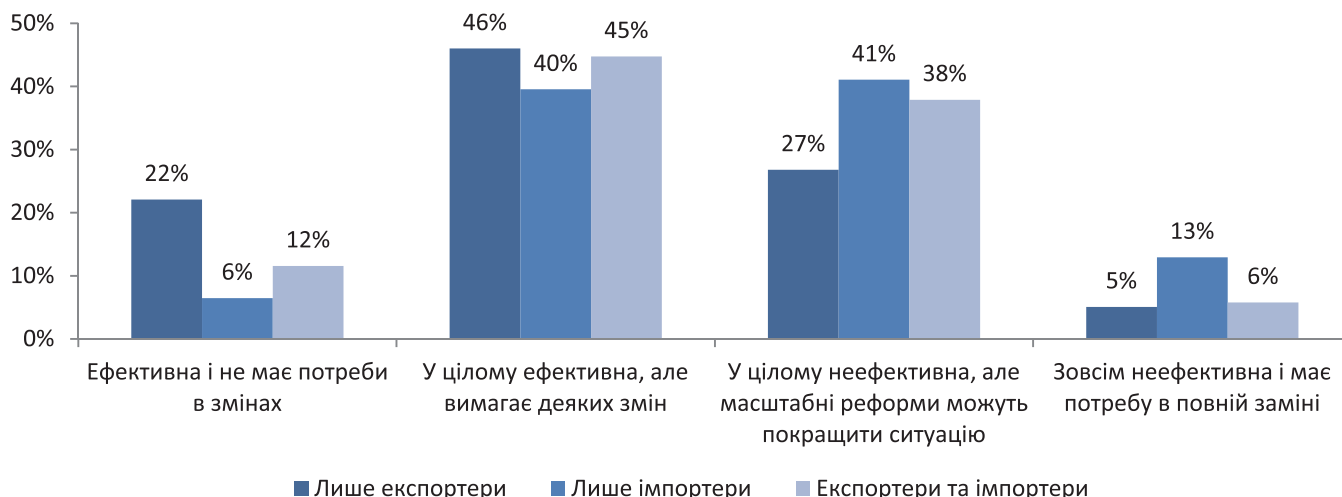


Підприємства, які здійснюють лише експорт, найвище оцінюють ефективність роботи митних органів. Так, 22% таких підприємств вважають, що митниця працює ефективно, а її робота не потребує жодних змін. Для порівняння, серед підприємств, що здійснюють лише імпорт, лише 6% дотримуються такої думки. Підприємства-імпортери переважно висловлюють потребу в зміні роботи митниці. Частина з них (41%) вважають, що роботу митниці потрібно реформувати в значних масштабах, та майже така ж частка (40%) схильється до того, що робота митних органів потребує певних змін, хоча в цілому є ефективною.

Серед підприємств, які здійснюють експорт та імпорт, більшість (45%) підтримує твердження про те, що на митниці потрібні деякі зміни, але її робота в цілому ефективна, а 38% вважають роботу митних органів неефективною, проте такою, що покращиться внаслідок масштабних реформ.

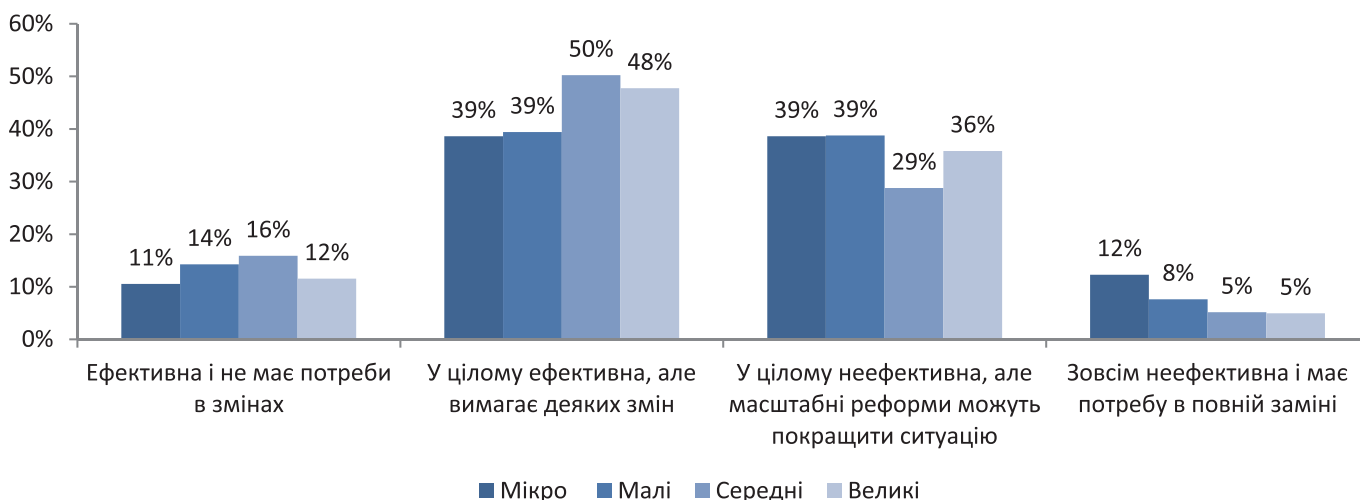
<sup>11</sup> Опитування 2015 та 2016 років відрізняються вибіркою, тривалістю та формулюванням деяких запитань опитувальника. У 2015 році було опитано 381 українське підприємство, що займається ЗЕД. Опитування проводилося в 17 регіонах України протягом квітня-серпня 2015 року.

**Рис. 17. Оцінка ефективності роботи митних органів (за видом діяльності підприємств).**



У розрізі розміру підприємств можна побачити, що мікропідприємства (на яких працює до 10 осіб) найбільш критично оцінюють ефективність роботи митних органів. 12% з них вважають роботу митниці зовсім неефективною, тоді як серед інших категорій підприємств за розміром відповідні частки є меншими. Середні підприємства найкраще оцінили роботу митних органів: сукупний відсоток підприємств середнього розміру, які вважають роботу митниці ефективною (це 16% опитаних цієї категорії, які не бачать потреби в змінах, та 50%, які вважають, що потрібні деякі зміни), більший за відповідний відсоток як малих, так і великих підприємств, і значно більший за відповідну частку мікропідприємств.

**Рис. 18. Оцінка ефективності роботи митних органів (за розміром підприємств).**



Якщо порівняти опитані підприємства за сектором економіки, у якому вони працюють, то між ними буде помітна значна різниця в оцінках роботи митниці. Тоді як підприємства сільськогосподарської галузі та промислові підприємства переважно вважають роботу митниці ефективною, хоча такою, що потребує деяких змін, підприємства у сфері торгівлі та у сфері послуг частіше оцінюють роботу митних органів як неефективну.

Зокрема, 55% опитаних підприємств у галузі сільського господарства та 45% промислових підприємств вважають, що робота митниці в цілому ефективна, хоча й вимагає деяких

змін. Серед торговельних підприємств та підприємств у сфері послуг ці частки нижчі: відповідно, 40% та 32%. До того ж, 17% промислових та 12% сільськогосподарських підприємств вважають, що митні органи працюють ефективно, тоді як серед інших двох секторів цей відсоток становить лише 6%.

Натомість 56% підприємств у сфері послуг та 43% торговельні підприємства назвали роботу митних органів у цілому неефективною та такою, що потребує масштабних реформ. Відповідні частки серед підприємств у секторах сільського господарства та промисловості менші й становлять 27% та 32%. 11% підприємств у сфері торгівлі оцінили роботу митних органів як зовсім неефективну, тоді як серед підприємств інших галузей ця частка не перевищує 6%.

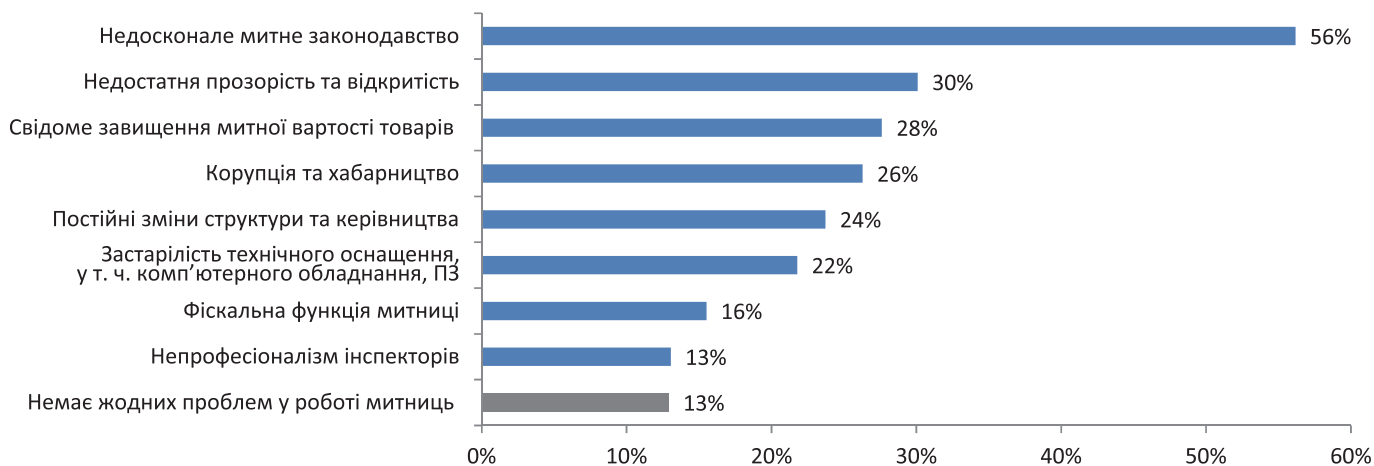
У регіональному вимірі спостерігаються деякі відмінності між підприємствами в оцінці ефективності роботи митних органів. Найбільш позитивно їхню роботу оцінили респонденти з Житомирської, Луганської, Рівненської та Тернопільської областей – у всіх цих областях відсоток опитаних, що вважають роботу митниці повністю або в цілому ефективною, перевищує 70%. Разом із цим, найнижче оцінюють ефективність митниці у м. Києві (39% оцінюють її роботу як ефективну), а також у Запорізькій (39%) та Полтавській (43%) областях.

### 2.1.2. Проблеми в роботі митниць

Недосконале митне законодавство – це найбільша для опитаних підприємств проблема, пов'язана з роботою митниць. Про неї повідомили 56% опитаних підприємств – ця частка помітно більша за частки респондентів, які вказали на інші проблеми на митниці<sup>12</sup>. 30% вважають проблемою на митниці недостатню прозорість та відкритість, а 28% – свідоме завищення митної вартості товарів, яке, на їхню думку, відбувається на митниці.

Приблизно кожен четвертий респондент вказав на такі проблеми на митниці, як корупція та хабарництво (26%) та постійні зміни структури та керівництва на митниці (24%). 22% відносять до проблем митниці застаріле технічне оснащення, у тому числі комп'ютерне обладнання та програмне забезпечення (ПЗ).

Рис. 19. Проблеми у роботі митниць



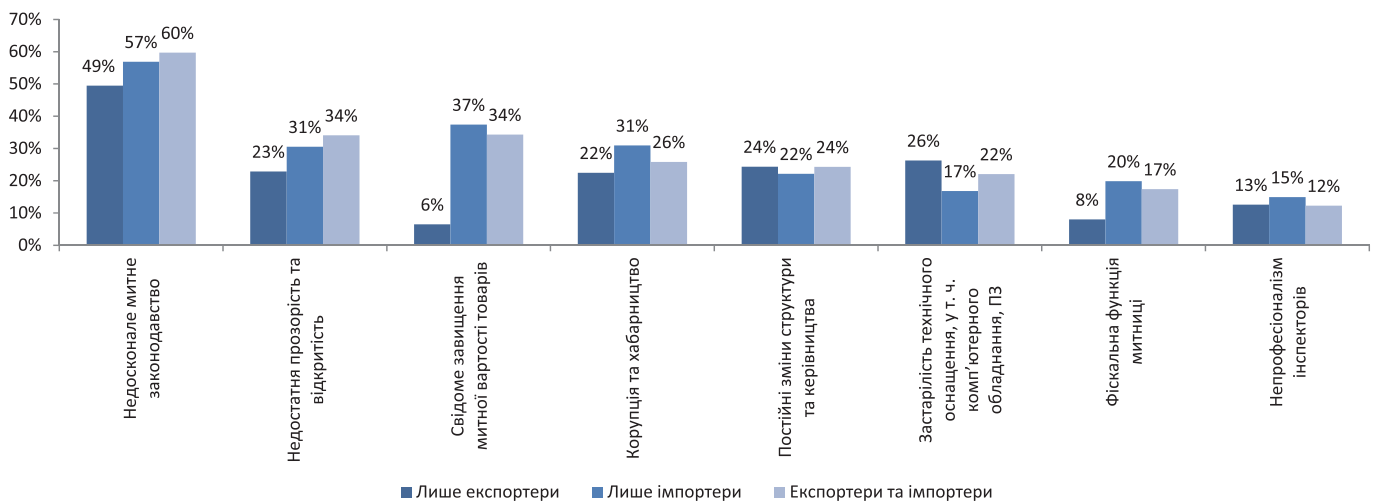
Близько 13% усіх опитаних підприємств вважають, що в роботі митниць немає жодних проблем. Найчастіше так вважають підприємства, які займаються лише експортом: 24% з респондентів цієї групи не зазначили жодних проблем в роботі митниці, тоді як серед підприємств, які здійснюють лише імпорт, та серед тих, що мають і експорт, і імпорт, лише по 9% опитаних повідомили, що не бачать проблем у роботі митниць.

<sup>12</sup> Сума відсотків перевищує 100, оскільки респонденти могли обрати більше, ніж один варіант відповіді. Категорія респондентів, які вважають, що немає жодних проблем у роботі митниць, не перетинається з іншими респондентами, які обрали інші варіанти в цьому запитанні.

Між підприємствами різного розміру не має суттєвої різниці в частці опитаних, що не зазначили жодних проблем на митниці, але якщо розглядати опитаних у розрізі сектору діяльності, то підприємства, що працюють у сільському господарстві та промисловості, рідше вказують на проблеми на митниці, ніж ті, що займаються торгівлею або послугами.

Підприємства різних видів діяльності відрізняються за баченням проблем на митниці. Так, підприємства-імпортери (тобто ті, які займаються лише імпортом, та ті, що мають як імпорт, так і експорт) частіше повідомляють про проблему недосконалого митного законодавства, ніж підприємства, що здійснюють лише експорт. Для імпортерів також більш актуальні такі проблеми як недостатня прозорість та відкритість на митниці та свідоме завищення митної вартості товарів. Крім цього, опитані імпортери частіше від підприємств, які мають лише експорт, називають проблемою фіскальну функцію митниці. Разом із цим, підприємства-експортери (як ті, що здійснюють лише експорт, так і ті, що здійснюють як експорт, так і імпорт) більшою мірою вказують на проблему застарілого технічного оснащення митниць, ніж підприємства, які здійснюють лише імпорт.

**Рис. 20. Проблеми у роботі митниць (за видом діяльності підприємств)**



Певні відмінності у сприйнятті проблем на митниці є і серед підприємств різного розміру. Середні та великі підприємства частіше вказують на проблему недосконалого митного законодавства, ніж мікро- та малі підприємства. Водночас, останні дещо частіше повідомляють про корупцію та хабарництво на митниці, ніж підприємства більших розмірів.

Також можна побачити деяку різницю між оцінкою проблем на митниці підприємствами, що представляють різні галузі економіки. Зокрема, саме підприємства сфери послуг найчастіше називають проблемою на митниці недосконале митне законодавство: відповідна частка підприємств у цьому секторі, які вказали на цю проблему, становить 74%. Для опитаних фірм, що займаються торгівлею, більш актуальна проблема свідомого завищення цін на митниці. Також вони дещо частіше зазначають такі проблеми як брак прозорості та корупція.

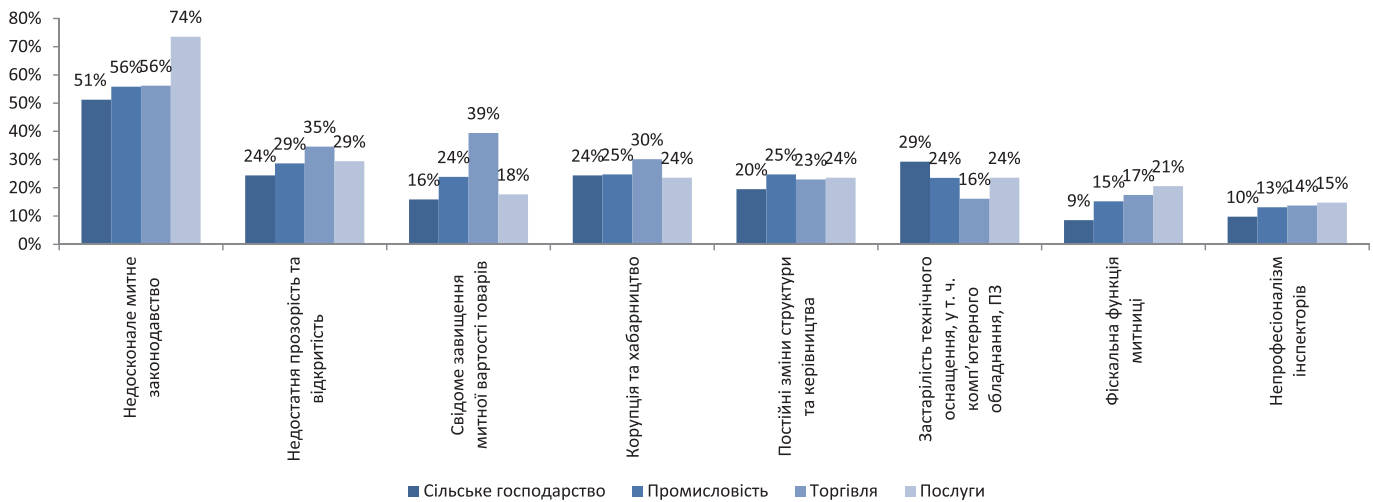
У першій хвилі цього опитування, яка пройшла у 2015 році, респонденти також оцінювали проблеми на митниці. Хоча метод збору оцінок дещо відрізнявся (опитані підприємства ранжували кожну з п'яти запропонованих проблем за шкалою від 1 до 5 балів, де 1 бал означав, що респонденти вважають цю проблему найбільш значущою, а на 5 балів оцінювали найменш значущу проблему на митниці), результати були дуже схожими на ті, що були отримані в другій хвилі опитування.

Так, у 2015 році найбільш значущою проблемою на митниці, на думку опитаних, було недосконале митне та податкове законодавство (у середньому цю проблему оцінили на 2,2 бала). Наступ-



ними в рейтингу вагомих проблем були корупція та хабарництво (2,5 бала) та недостатня прозорість та відкритість (2,6 бала). Таку проблему як постійні зміни структури та керівництва у 2015 році оцінили на 3,1 бала, а рейтинг проблем на митниці замикало таке явище як непрофесіоналізм інспекторів (середня оцінка – 3,9 бала). Звідси видно, що проблеми з митним законодавством, корупцією та браком прозорості протягом двох років проведення цього опитування залишаються для українських експортерів та імпортерів найбільш актуальними проблемами, пов'язаними з митницею.

**Рис. 21. Проблеми у роботі митниць (за сектором підприємств)**



Деякі з описаних проблем є гострішими для підприємств у певних регіонах країни. Так, на недосконале митне законодавство найбільше скаржаться у Львівській (це проблема для 63% опитаних підприємств регіону), Полтавській (61%) та Чернігівській областях (60%). Також цю проблему часто називають представники Сумської області (59%), м. Києва (59%) та Житомирської (58%) і Харківської (58%) областей.

Про недостатню прозорість та відкритість митних органів найбільше повідомляють у Волинській області (44% віднесли це до проблем у роботі митниць). Ця проблема також є порівняно більш відчутною для опитаного бізнесу Хмельниччини (41,5%), Полтавщини (39%) та Сумщини (37,5%). Про свідоме завищення митної вартості товарів особливо часто повідомляють підприємства Івано-Франківської (43%), Волинської (39,5%) та Хмельницької (39%) областей. Проблема корупції та хабарництва найбільш актуальна для опитаних підприємств у Києві (про неї повідомляє 36% респондентів міста) та в Закарпатській області (34%).

### 2.1.3. Оцінка технічного оснащення митниці

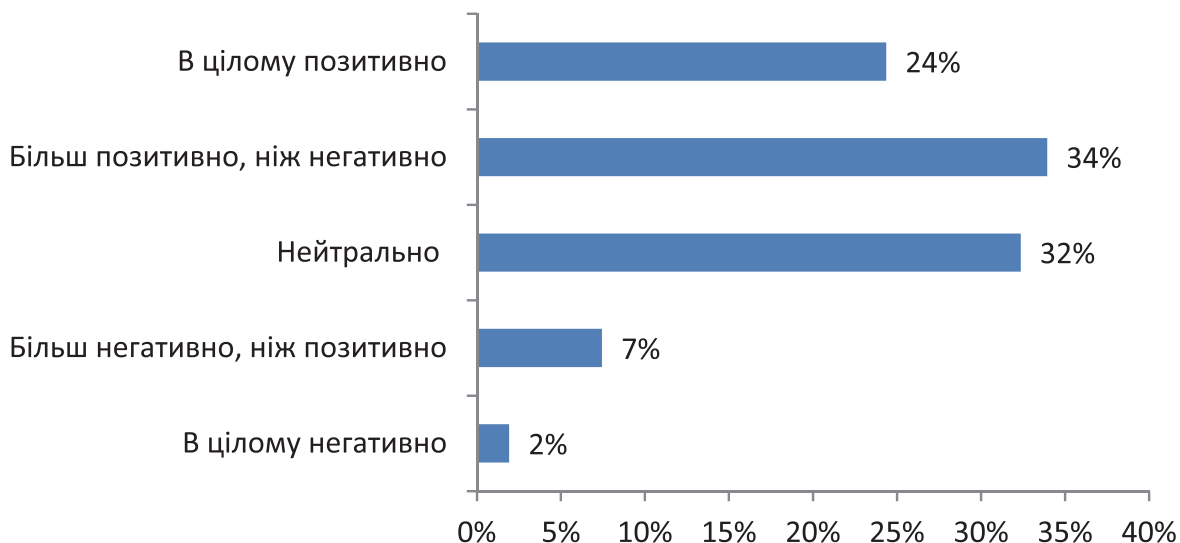
У цілому, опитані підприємства оцінюють технічне оснащення митниці позитивно або нейтрально. Так, 24% опитаних дали позитивну оцінку технічному оснащенню митниць, а 34% оцінили його більш позитивно, ніж негативно. 9% опитаних оцінили технічне оснащення митниць переважно або в цілому негативно. А решта опитаних (32%) дали нейтральні оцінки технічному стану митниць.

Порівнюючи оцінки технічного оснащення серед різних категорій підприємств за сектором та видом діяльності, а також за розміром, можна побачити, що ці відмінності не дуже великі й підтверджують висловлені вище оцінки проблем на митниці. Підприємства, що здійснюють лише імпорт, схильні менш позитивно оцінювати якість технічного оснащення на митницях, ніж інші опитані підприємства. У регіональному розподілі виділяються Луганська та Житомирська області, де технічне оснащення митниці оцінюють найкраще: 81% опитаних підприємств Луганщини та 77% Житомирщини оцінили технічне оснащення митниць у цілому або переважно позитивно. Натомість

мість менше половини опитаних позитивно оцінили технічний стан митниці в Закарпатській (45%) та Полтавській (47%) областях та в м. Києві (48%).

Серед малих, середніх та великих підприємств немає суттєвої різниці в оцінці технічного оснащення митниць. Однак тут виділяються мікропідприємства: вони рідше оцінюють технічний стан митниці позитивно, хоча й не дають негативних оцінок – серед них частіше трапляються нейтральні. Підприємства сфери послуг найкраще оцінили технічне оснащення митниці, тоді як представники сектору торгівлі надали найменше позитивних оцінок.

**Рис. 22. Оцінка технічного оснащення митниці**



#### **2.1.4. Оскарження дій митних органів**

59% опитаних повідомили, що ознайомлені з можливістю та процедурою адміністративного та судового оскарження дій митних органів. При цьому 20% опитаних мали досвід такого оскарження.

Підприємства, що здійснюють як експорт, так і імпорт найчастіше повідомляли про те, що знають, як оскаржувати дії митниці та що мають досвід оскарження. Так, 66% опитаних підприємств цієї категорії повідомили, що обізнані з процедурою оскарження, а 27,5% вже оскаржували дії митниці. Серед підприємств, що мають лише імпорт, ці частки менші: 56% з них знають про можливість та процедуру оскарження, а 19% мали такий досвід. А підприємства, що здійснюють лише експорт, мають порівняно найменший досвід оскарження дій митних органів. 50% з них знають про таку можливість та процедуру, але лише 8% підприємств цієї категорії доводилося оскаржувати дії митниці.

Із збільшенням розміру підприємств зростає імовірність того, що вони мали досвід оскарження дій митних органів. У той час як 14% мікропідприємств повідомили про те, що оскаржували дії митниці, серед малих підприємств ця частка зростає до 16%, для середніх вона становить 20%, а для великих – 31%.

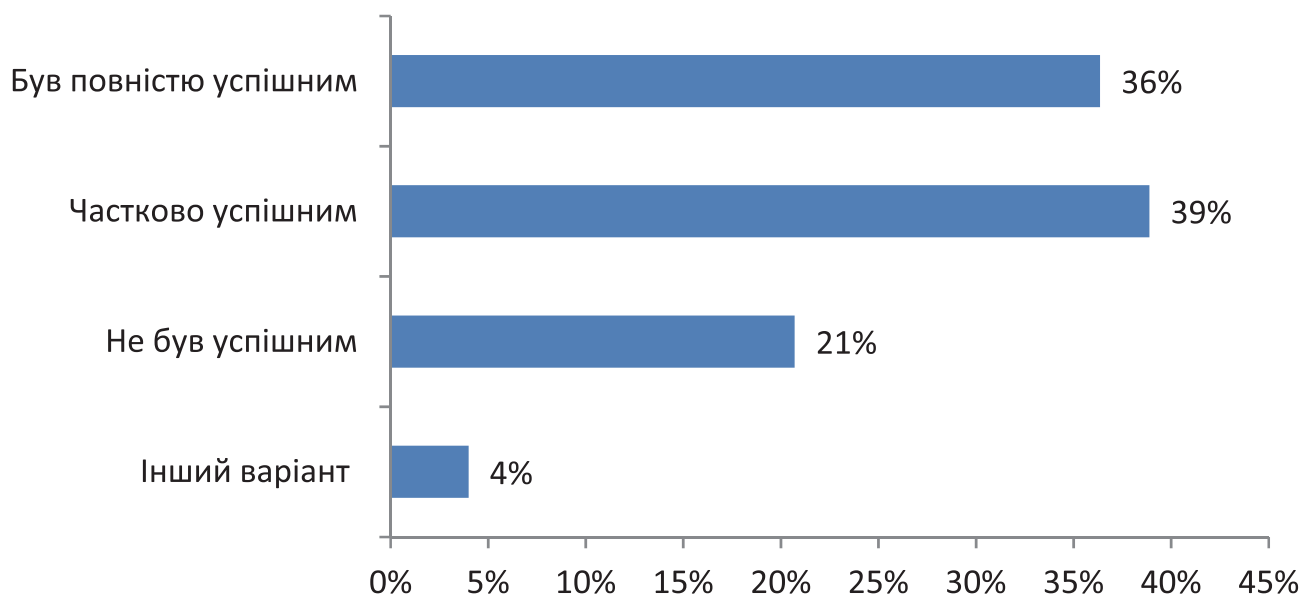
Великі підприємства також виділяються більшою поінформованістю про можливість та процедуру адміністративного та судового оскарження дій митних органів. Це відомо 67% опитаним представникам великих підприємств, тоді як для інших груп підприємств за розміром частка поінформованих про оскарження коливається від 52% до 58%.

Представники сектору сільського господарства найрідше стикалися з процедурою оскарження дій митних органів. Серед опитаних сільськогосподарських підприємств лише 5% повідомили, що мали досвід такого оскарження, тоді як серед інших представлених в опитуванні секторів (промисловість, торгівля та послуги) приблизно кожне п'яте підприємство мало досвід оскарження дій митниці.

Опитані підприємства Одеської області мають найбільший досвід адміністративного або судового оскарження дій митних органів порівняно із підприємствами інших регіонів України. Практично в кожного третього підприємства Одещини (32%) є такий досвід. Також досить часто оскаржувати дії митниці доводилося підприємствам Харківської (30%), Волинської (28%) та Закарпатської (28%) областей.

Для більшості підприємств, що мали досвід адміністративного або судового оскарження дій митних органів, цей досвід був успішним. Зокрема, 36% підприємств, які оскаржували дії митних органів, повідомили про успішний результат, а 39% – про частково успішний. 21% підприємств, які оскаржували дії митниці, не отримали успішного результату. А 4% надали інші відповіді, у тому числі зазначили, що цей процес ще тривав на момент опитування.

**Рис. 23. Оцінка досвіду адміністративного або судового оскарження дій митних органів**



Для підприємств, які здійснюють лише імпорт, цей досвід був найменш успішним: 31% з них вказали, що оскарження не принесло позитивного результату. Натомість для підприємств, що здійснюють як імпорт, так і експорт, цей досвід був успішним у чотирьох із п'яти випадків.

Підприємствам середнього та великого розміру більше щастило з оскарженням дій митниці, ніж мікро- та малим підприємствам. 82% середніх підприємств та такий же відсоток великих повідомили, що їхній досвід оскарження дій митних органів був повністю або частково успішним. Ці частки серед мікропідприємств та серед малих підприємств менші та складають, відповідно, 66% та 65%.

### **2.1.5. Вартість процедур митного оформлення**

У другій хвилі опитування українські підприємства, що здійснюють ЗЕД, порівняли свої витрати грошей і часу, пов'язані з усіма процедурами митного оформлення, у 2016 році відносно 2014 року. Такий період для порівняння – два роки – було вибрано для того, щоб дати можливість експортерам та імпортерам оцінити зміни в митних процедурах у середньостроковій перспективі та охарактеризувати, як вони вплинули на процес походження митниці.

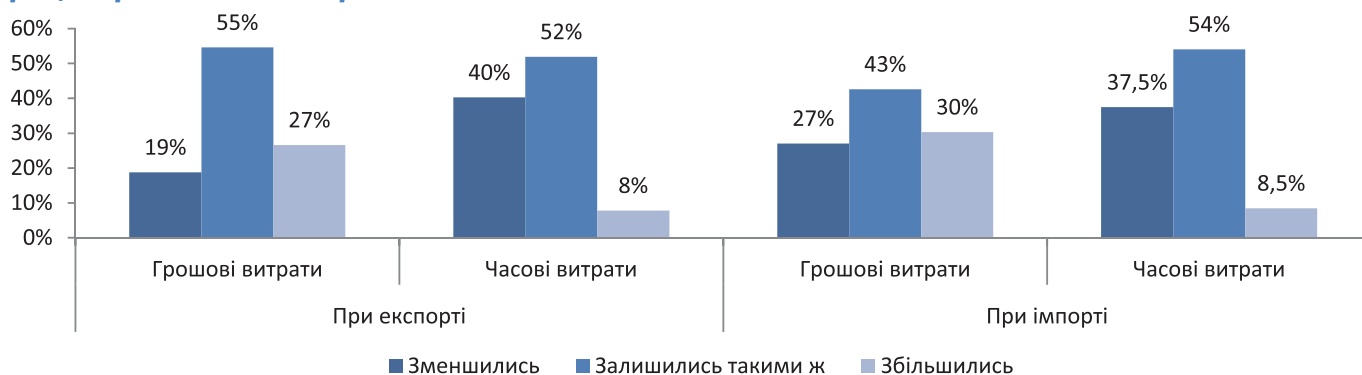
Опитані підприємства порівняли витрачені на митниці гроші та час при експорті та імпорті. Тоді як щодо часових витрат спостерігається певне зменшення як при експорті, так і при імпорті, зниження грошових витрат зафіксувала менша частина опитаних, а значна кількість підприємств повідомила про збільшення цих витрат.

Так, 40% підприємств-експортерів повідомили, що витрачають менше часу на митні процедури при експорті порівняно із 2014 роком. Для 52% експортерів витрати часу на митниці не змінилися за останні два роки, а для 8% вони збільшилися. Ситуація для експортерів щодо грошових витрат виглядає по-іншому. Тут частка підприємств, для яких вартість митних процедур у грошовому вимірі збільшилась (27%), перевищує частку тих, для яких вона зменшилась (19%). Решта опитаних підприємств (55%) не зафіксували змін у грошових витратах при експорті порівняно з 2014 роком.

Варто зазначити, що серед опитаних експортерів найчастіше про зменшення грошових витрат при експорті повідомляють великі підприємства, тобто ті, на яких зайнято більше ніж 250 працівників. Для 25% з них митні процедури при експорті стали дешевшими за останні два роки. Для інших категорій підприємств за розміром відповідна частка не перевищує 19%.

Підприємства-експортери всіх розмірів переважно помітили зменшення обсягів часу, пов'язаних із експортом. Проте серед підприємств великого розміру частка тих, для яких цей час збільшився, становить 13%, тоді як для підприємств меншого розміру вона коливається від 2% до 8%.

**Рис. 24. Порівняння часових та грошових витрат при експорті та при імпорті у 2016 році порівняно із 2014 роком**



Також помітна різниця в оцінці зміни вартості митного оформлення при експорті між підприємствами, що працюють у галузі сільського господарства, та експортерами в інших секторах. Сільськогосподарські підприємства більшою мірою повідомляють про збільшення як часових, так і грошових витрат при експорті. Зокрема, для 36% сільськогосподарських експортерів збільшився обсяг грошових витрат, пов'язаних із митними процедурами. Для порівняння, про збільшення вартості митного оформлення експорту повідомили 27% підприємств, що працюють у секторі торгівлі, та 26% промислових підприємств-експортерів<sup>13</sup>. 30% експортерів сільськогосподарського сектору повідомили про збільшення часу, який вони витрачають на митні процедури, порівняно з 2014 роком. Серед промислових підприємств-експортерів відповідна частка становить 7%, а серед експортерів у секторі торгівлі – лише 1%.

У більшості регіонів України частка підприємств-експортерів, для яких грошові витрати при експорті не змінилися, перевищує частку тих, для яких вони зросли. Винятками є Одеська й Сумська області, де частка експортерів, що повідомили про зменшення грошових витрат, є більшою, ніж частка тих, для яких ці витрати не змінилися, а також Кіровоградська область, де частка експортерів, що повідомили про збільшення грошових витрат при експорті, перевищує частку тих, які не помітили змін у цих витратах.

При оцінці часових витрат на проходження митниці також спостерігається певна різниця серед регіонів. В Івано-Франківській та Житомирській областях частіше ніж в інших підприємства-експортери повідомляють про те, що час проходження митниці зменшився. З іншого боку, Чернівецька область відрізняється від інших тим, що там частка експортерів, для яких цей час, навпаки, збільшився: практично кожне четверте підприємство-експортер області повідомило про збільшення часових витрат при митному оформленні експорту.

<sup>13</sup> Підвибірка з підприємств-експортерів у сфері послуг у цьому запитанні була недостатньою для статистичних порівнянь.

Підприємства-імпортери надали подібну оцінку зміни вартості митних процедур. 37,5% з них повідомили зменшення часових витрат при митному оформленні імпорту, а 54% не зазначили жодних змін в обсязі витраченого часу. 8,5% опитаних сказали, що витрачали у 2016 році більше часу на митне оформлення імпорту. Натомість грошові витрати, пов'язані з митними процедурами при імпорті, зросли для 30% і зменшились для 27% підприємств-імпортерів. Для решти 43% цих підприємств обсяг грошових витрат при імпорті не змінився.

Серед різних категорій підприємств-імпортерів за розміром мікро- та малі підприємства частіше зазначають зменшення грошових витрат при імпорті, ніж підприємства більшого розміру. Так, 33% мікропідприємств та 28% малих підприємств повідомили, що митне оформлення імпорту коштувало їм менше в 2016 році порівняно із 2014 роком. Ця частка менша для середніх (21,5%) та для великих підприємств (23%). Утім, це не означає, що підприємства менших розмірів не відчували збільшення грошових витрат: частки підприємств різних категорій за розміром, що повідомили про збільшення витрат, приблизно дорівнюють 30%. Різниця полягає в тому, що серед мікро- та малих підприємств-імпортерів менше тих, для яких вартість митних процедур у 2016 році залишилася на рівні 2014 року.

Підприємства-імпортери, що працюють у сферах промисловості та торгівлі, частіше повідомляють про зменшення грошових витрат при імпорті за останні два роки, ніж підприємства, що працюють у сільському господарстві та у сфері послуг. Однак частка торговельних підприємств, для яких вартість митних процедур при імпорті зросла, становить 33% та перевищує відповідні частки серед імпортерів інших секторів. Найменше тих, для кого вартість процедур при імпорті збільшилась, – серед підприємств сфери послуг: про це повідомили 22% опитаних цієї групи. В оцінках часових витрат не було зафіксовано значущої різниці серед підприємств-імпортерів різних категорій за розміром та за галуззю.

При регіональному порівнянні витрат на імпорт виділяються підприємства Одеської області, де більше половини опитаних імпортерів повідомили про те, що їхні грошові витрати при імпорті стали меншими. Частки підприємств, для яких грошові витрати при імпорті зменшились, порівняно більші також у Київській, Волинській та Тернопільській областях. Протилежна ситуація в Житомирській області: тут дві третини опитаних імпортерів повідомили, що їхні грошові витрати при імпорті зросли. Крім цього, більше половини підприємств Донецької області вказали на збільшення грошових витрат при імпорті.

Про зменшення часових витрат при імпорті найчастіше повідомляють опитані підприємства-імпортери Івано-Франківської, Львівської, Хмельницької та Київської областей. У цих регіонах приблизно половина опитаних вказала, що витрачає менше часу для здійснення імпорту. Натомість у Черкаській області найбільша частка імпортерів, для яких час проходження митниці при імпорті, навпаки, збільшився.

*Таким чином, опитані підприємства висловлюються за реформу митниці. Основними проблемами в роботі митниці, що залишилися актуальними з 2015 року, є недосконале митне законодавство та недостатня прозорість та відкритість митниці. Значна частина підприємств повідомляє і про такі проблеми на митниці як свідоме завищення митної вартості товарів, корупція та хабарництво. Кожне п'яте підприємство має досвід адміністративного або судового оскарження дій митних органів. Для більшості з них це оскарження принесло певні успішні результати.*

*Порівняно з 2014 роком близько третини підприємств зафіксували зниження часових витрат, пов'язаних із проходженням митниці. Це менше за відсоток підприємств, для яких час проходження митниці не змінився, але більше за невелику частку опитаних, для яких він збільшився. Цього не можна сказати про грошові витрати: частка підприємств, які в 2016 році стали платити більше при здійсненні імпорту та експорту, перевищує частку тих, які заплатили менше.*

## 2.2. Особливості окремих процедур, пов'язаних із переміщенням товарів через кордон

### 2.2.1. Процедури, пов'язані з переміщенням товарів через кордон

Учасники опитування надали оцінку кільком окремим процедурам, пов'язаним із переміщенням товару через кордон, зокрема перешкодам, з якими стикаються підприємці при проходженні цих процедур.

65% опитаних підприємств мали досвід попереднього оформлення товарів. Цю процедуру регулярно або іноді проходить близько половини підприємств, що здійснюють лише експорт, та 64% тих, що здійснюють лише імпорт. Найчастіше з попереднім митним оформленням стикаються підприємства, які мають імпорт та експорт: 74% з них проходили цей процес. Серед різних категорій підприємств за розміром середні та великі підприємства мають найбільший досвід проходження попереднього митного оформлення (77% та 76% відповідно), а серед мікропідприємств таких порівняно найменше (65%). У розрізі підприємств за галузями попереднє митне оформлення найчастіше проходять сільськогосподарські підприємства (82%).

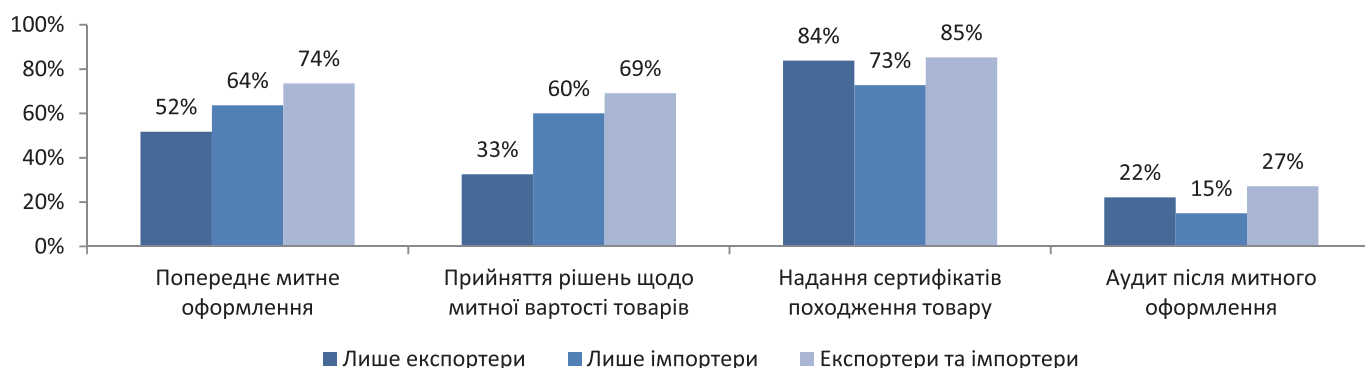
**Рис. 25. Частки опитаних підприємств, які проходять зазначені етапи митного оформлення**



З питанням прийняття рішень щодо митної вартості товарів стикались 56% опитаних підприємств. Він більш актуальний для імпортерів: 60% підприємств, що здійснюють лише імпорт, та 69% тих, що здійснюють імпорт та експорт, повідомили, що проходять цей етап регулярно або час від часу. Однак і серед тих підприємств, які здійснюють лише експорт, кожне третє підприємство стикалося з прийняттям рішень щодо митної вартості товарів.

Серед опитаних підприємств різних розмірів немає відчутної різниці в тому, чи вони стикалися з прийняттям рішень щодо митної вартості товарів (відповідні відсотки в різних категоріях знаходяться в межах 65-73%), а серед підприємств різних галузей цей етап митного оформлення найчастіше проходять торговельні та промислові підприємства (72% та 69% підприємств цих галузей повідомили, що стикаються з прийняттям рішень щодо митної вартості товарів).

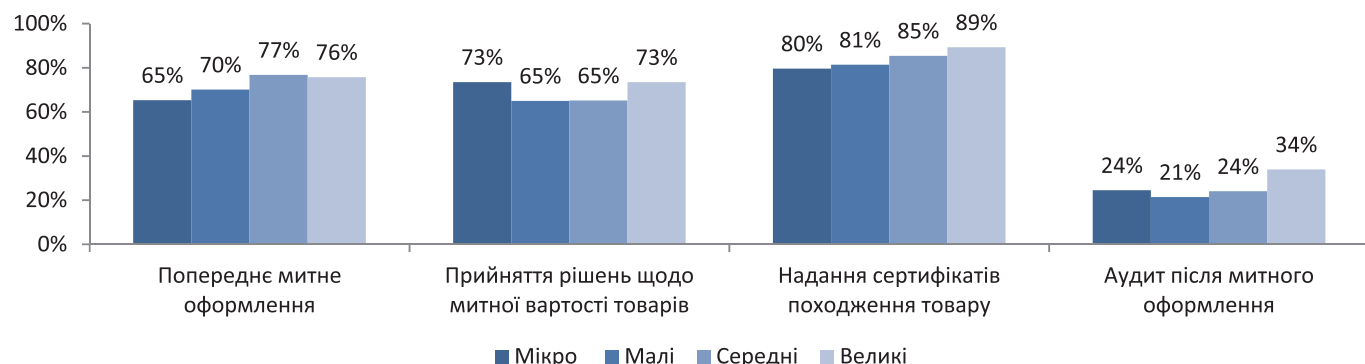
**Рис. 26. Частки опитаних підприємств, які проходять зазначені етапи митного оформлення (за видом діяльності)**



Надання сертифікатів походження товару – це найбільш поширений етап митного оформлення для опитаних підприємств. Його регулярно або час від часу проходять 82% опитаних. Надання сертифікатів походження товару дещо більш актуальне для експортерів: про проходження цього етапу повідомили 84% підприємств, що здійснюють лише експорт, та 85% тих, що здійснюють як експорт, так і імпорт. Але ця процедура поширена й при імпорті: 73% опитаних підприємств, що здійснюють лише імпорт, повідомили, що надавали сертифікати походження товару.

Із збільшенням розміру підприємств зростає частка опитаних, які повідомляють, що подавали сертифікати походження. Про надання сертифікатів походження товару повідомили 80% мікропідприємств та 81% малих підприємств, 85% підприємств середнього розміру та 89% – великого.

**Рис. 27. Частки опитаних підприємств, які проходять зазначені етапи митного оформлення (розміром підприємств)**



Аудит після митного оформлення або постаудит – це найменш поширений вид митного контролю для опитаних підприємств. Регулярно або іноді його проходять 22% респондентів. Зокрема, 15% підприємств, що здійснюють лише імпорт, 22% тих, що здійснюють лише експорт, та 27% підприємств, що здійснюють імпорт та експорт, повідомили про те, що проходили постаудит.

Із цієї процедури найчастіше стикаються великі підприємства: 34% з них проходили такий аудит, у той час як серед мікро-, малих та середніх підприємств відповідна частка не перевищує 25%. Підприємства у сфері оптової та роздрібної торгівлі частіше проходять аудит після митного оформлення порівняно з підприємствами інших галузей. 35% торговельних підприємств повідомили, що стикаються з цим етапом митного оформлення. Для підприємств сфери послуг відсоток підприємств, що проходили постаудит, складає 27%, для промислових підприємств – 26%, а для сільськогосподарських підприємств – 21%.

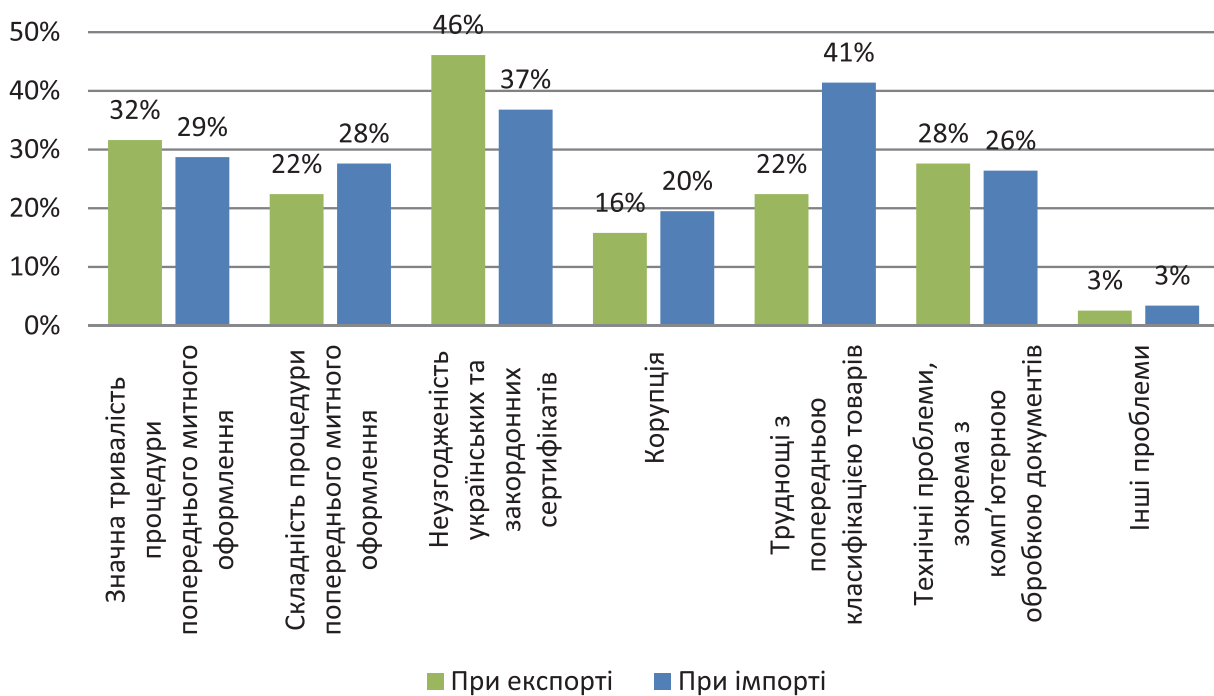
### 2.2.2. Проблеми, пов'язані з проходженням певних процедур

Опитані підприємства повідомили про проблеми, з якими вони стикаються при проходженні досліджуваних процедур, пов'язаних із переміщенням товарів через кордон. При цьому проблеми при експорті та при імпорті описані окремо.

Основними проблемами для підприємства на етапі попереднього митного оформлення є труднощі з класифікацією товарів та неузгодженість українських та закордонних сертифікатів. У той же час, проблема попередньої класифікації товарів є більш актуальною для підприємств, які здійснюють імпорт (про неї повідомили 41% підприємств-імпортерів порівняно із 22% підприємств-експортерів), про неузгодженість українських та закордонних сертифікатів частіше повідомляють експортери (46% підприємств-експортерів порівняно із 37% підприємств-імпортерів)<sup>14</sup>.

Важливими проблемами на цьому етапі є значна тривалість процедури попереднього митного оформлення (для 32% експортерів та 29% імпортерів), технічні проблеми, зокрема з комп'ютерною обробкою документів (для 27% експортерів та імпортерів), складність процедури попереднього митного оформлення (про це повідомили 28% експортерів та 26% імпортерів), а також корупція (на цю проблему вказали 19,5% імпортерів та 16% експортерів).

Рис. 28. Проблеми на етапі попереднього митного оформлення

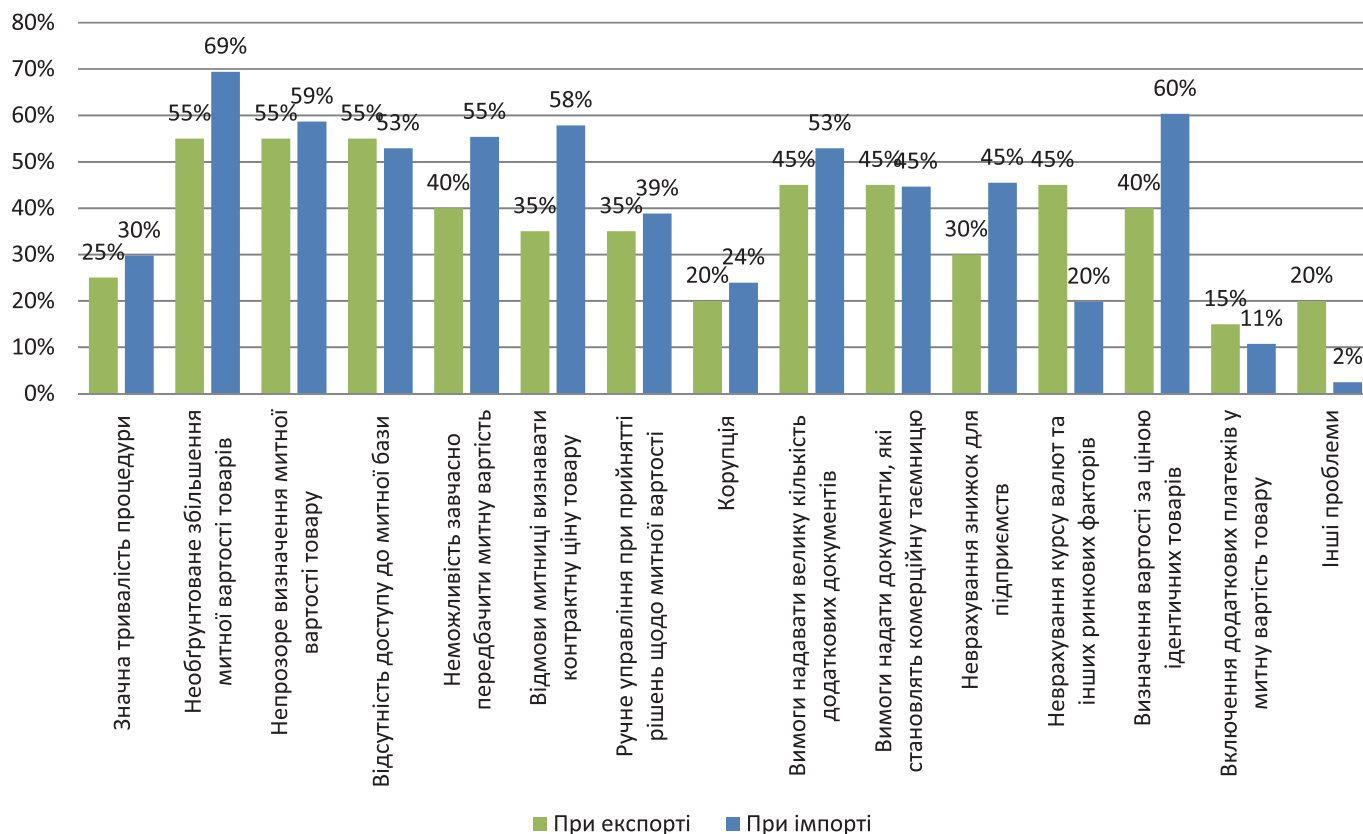


Етап прийняття рішень щодо митної вартості товарів характеризується набором взаємопов'язаних проблем, які впливають із непрозорих правил та необґрунтованих вимог щодо підприємств, вартість товарів яких визначають на митниці.

<sup>14</sup> У цьому запитанні порівнюються відповіді підприємств-експортерів (у тому числі виключно експортерів та підприємств, що здійснюють експорт та імпорт), та підприємств-імпортерів (у тому числі виключно імпортерів та підприємств, що здійснюють експорт та імпорт).



Рис. 29. Проблеми на етапі визначення митної вартості товару



Це й необґрунтоване збільшення митної вартості товарів, про яке повідомляють 69% підприємств-імпортерів та 55% підприємств-експортерів<sup>15</sup>, і непрозоре визначення цієї вартості, яке, за словами 59% опитаних імпортерів, відбувається при імпорті, а згідно з 55% експортерів – при експорті. 58% імпортерів та 35% повідомили, що митниця відмовляється визнавати контрактну ціну товару.

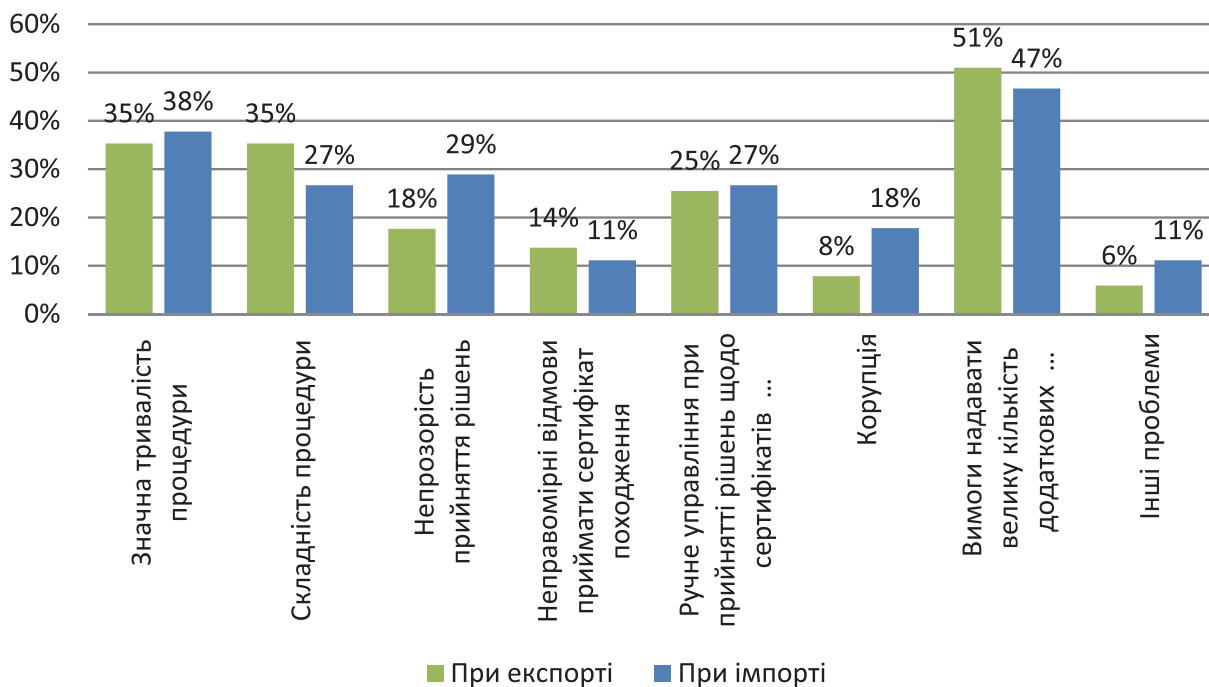
Відповідно, на цьому етапі митниця часто застосовує метод визначення вартості товарів за ціною ідентичних товарів: про таку практику повідомляють 60% імпортерів та 40% експортерів. Але при цьому підприємства не мають доступу до «митної бази», на яку митні органи посилаються при встановленні митної вартості товару. Це називають проблемою 55% експортерів та 53% імпортерів. У результаті цього підприємства не можуть завчасно передбачити митну вартість товару (це становить проблему для 55% імпортерів та 40% експортерів).

Крім цього, на етапі визначення митної вартості товару від підприємств вимагають надавати велику кількість додаткових документів (цю проблему зазначили 53% імпортерів та 45% експортерів), серед них – документи, що становлять комерційну таємницю або належать до внутрішніх документів підприємств (за повідомленнями 45% експортерів і такої ж частки імпортерів). Також при визначенні митної вартості товару митниця не завжди враховує знижки, надані окремим підприємствам (це зазначили 45% імпортерів та 30% експортерів) та курс валют, а також інші ринкові фактори (це становить проблему для 45% експортерів та 20% імпортерів).

Через це в представників бізнесу складається враження про ручне управління й корупцію при визначенні митної вартості товарів. Так, 39% імпортерів та 35% експортерів вважають, що на цьому етапі використовується ручне управління, а 24% імпортерів та 20% експортерів пов'язують етап визначення митної вартості товару з корупцією.

<sup>15</sup> У цьому запитанні порівнюються відповіді респондентів, які здійснюють виключно експорт, та тих, які здійснюють виключно імпорт.

Рис. 30. Проблеми на етапі надання сертифікатів походження товару



Говорячи про іншу частину митного оформлення, – надання сертифікатів походження товару – опитані підприємства часто повідомляють про те, що стикаються з проблемою вимог з боку митних органів надати велику кількість додаткових документів, у том числі тих, які становлять комерційну таємницю або належать до внутрішніх документів підприємств.

Зокрема, про такі вимоги щодо документів повідомляють 51% експортерів та 47% імпортерів<sup>16</sup>. Вагомими перешкодами для підприємств на цьому етапі є значна тривалість процедури надання сертифікатів походження товару (цю проблему зазначили 38% імпортерів та 35% експортерів) та складність цієї процедури (це є проблемою для 35% експортерів та 27% імпортерів). Частина респондентів також повідомляє про ручне управління й непрозорість при прийнятті рішень щодо сертифікатів походження.

Певні проблеми виникають у підприємств і на етапі аудиту після митного оформлення (постаудиту)<sup>17</sup>. Так, підприємства повідомляють про те, що митні органи та аудиторі мають різний підхід до одних і тих же вимог законодавства. Це становить проблему для 46% респондентів, які стикалися з проблемами на цьому етапі. 39% опитаних повідомили про те, що на етапі аудиту необґрунтовано збільшується вартість товару. 27% опитаних повідомляють про випадки, коли за наявності вже оформленої митної декларації при постаудиті їм доводилося змінювати код товару.

29% підприємств, що стикалися з проблемами на цьому етапі, повідомили про проблему значної тривалості процедури аудиту, а 24% – про складність цієї процедури. Крім цього, 14% підприємств зазначили, що стикалися із корупцією при постаудиті.

<sup>16</sup> У цьому запитанні порівнюються відповіді респондентів, які здійснюють виключно експорт, та тих, які здійснюють виключно імпорт.

<sup>17</sup> У зв'язку з недостатньою наповненістю категорій респондентів, які є виключно імпортерами або експортерами, у цьому запитанні подаються відповіді всіх опитаних.

**Рис. 31. Проблеми на етапі аудиту після митного оформлення.**



### 2.2.3. Рекомендації щодо вирішення проблем, пов'язаних із проходженням процедур

Представники опитаних підприємств надали власні рекомендації щодо того, як можна вирішити зазначені проблеми, що виникають у процесі переміщення товарів через кордон. Так, для того, щоб удосконалити попереднє митне оформлення, більшість опитаних (68%) пропонує піти шляхом повної автоматизації цієї процедури. Практично така ж частка опитаних (67%) виступає за те, щоб при попередньому митному оформленні можна було вносити зміни в митні документи.

Два з трьох підприємств (66%) пропонують уніфікувати документи українського та міжнародного зразка для того, щоб спростити попереднє митне оформлення, а 61% опитаних пропонують скоротити перелік документів, необхідних для цієї процедури. Також підприємства рекомендують збільшити прозорість цієї процедури, чітко визначити її час та зменшити її тривалість – такі пропозиції підтримало більше половини опитаних, що стикалися з труднощами при попередньому митному оформленні.

**Рис. 32. Рекомендації щодо заходів, які потрібно взяти, щоб подолати проблеми, які виникають на етапі попереднього митного оформлення**



Основним кроком для вирішення наявних проблем на етапі визначення митної вартості товару, на думку опитаних підприємств, є використання митницею вартості товару згідно з наданими підтверджувальними документами. За це виступає 73% опитаних підприємств, які стикалися з труднощами на цьому етапі.

**Рис. 33. Рекомендації щодо заходів, які потрібно взяти, щоб подолати проблеми, які виникають на етапі прийняття рішень щодо митної вартості товару**



Ця частка значно більша порівняно з рештою пропозицій для вирішення проблем при визначенні митної вартості, що свідчить про те, що такий крок з боку митниці матиме вагомий вплив на спрощення процедур зовнішньої торгівлі для підприємств.

Частина підприємств (40%) пропонує надати підприємцям доступ до митної бази цін на товари для того, щоб вирішити проблеми, що виникають на цьому етапі. Майже стільки ж опитаних (38%) пропонують скоротити перелік документів, необхідних для підтвердження ціни, а 37% вважають, що потрібно реформувати митницю з метою відміни її фіскальних функцій. Також респонденти рекомендують у цілому збільшити прозорість прийняття рішень щодо митної вартості товарів, ввести більш жорстку відповідальність працівників митних органів, чітко визначити час цієї процедури та зменшити її тривалість.

Про спрощення процедур і збільшення прозорості представники підприємств говорять і у випадку постаудиту. Зокрема, 70% опитаних, які стикалися з труднощами на етапі постаудиту, вважають, що необхідно спростити його процедуру. 65% виступають за те, щоб була розроблена ефективна служба постмитного контролю та аудиту. 61% респондентів підтримали пропозицію скорочення переліку документів, необхідних для проходження аудиту, і така ж частка опитаних вважає, що потрібно збільшити прозорість прийняття рішень на цьому етапі. 54% підприємств рекомендують зменшити тривалість процедури постаудиту, а 44% – обмежити повноваження митних органів.

*Отже, більшість опитаних підприємств мали досвід проходження таких процедур як попереднє митне оформлення, прийняття рішення щодо митної вартості товарів та надання сертифікатів походження товару. До того ж, одне з п'яти опитаних підприємств проходить постаудит.*

*При проходженні кожної з цих процедур опитані підприємства стикалися з певними проблемами. Так, при попередньому митному оформленні в респондентів часто виникали труднощі з класифікацією товарів. Значна частка опитаних також повідомила, що на цьому етапі для них стала перешкодою неузгодженість українських та закордонних сертифікатів. На етапі прийняття рішень про митну вартість товарів підприємства стикаються з комплексом взаємопов'язаних проблем, які стосуються непрозорого визначення митної вартості, у результаті чого, на думку представників бізнесу, вартість товару збільшується, а на митниці присутня корупція та ручне управління.*

*При наданні сертифікатів походження товару експортери та імпортери стикаються з вимогою надавати велику кількість додаткових документів. Також їм перешкоджає значна тривалість, складність та непрозорість цієї процедури.*

*Разом із цим, на етапі аудиту після митного оформлення (постаудиту) підприємства стикаються з тим, що митні органи та аудиторі по-різному підходять до одних і тих же вимог законодавства. Також опитані підприємства повідомляють про те, що на етапі постаудиту можуть необґрунтовано змінити митну вартість товару та змінити код товару за наявності вже оформленої митної декларації.*

*Як спосіб вирішення наявних проблем на етапі попереднього митного оформлення, респонденти пропонують низку пріоритетних кроків: повна автоматизація цієї процедури, надання можливості вносити зміни в документи на цьому етапі та уніфікація документів українського та міжнародного зразка.*

*Щоб спростити прийняття рішень щодо митної вартості товару, підприємці майже одностайно підтримують один основний захід: визначення митної вартості товару згідно з наданими документами, що її підтверджують. Інші заходи – надання доступу до «митної бази цін», скорочення переліку документів, що вимагаються для підтвердження ціни, – виступають порівняно другорядними. Для вирішення проблем при постаудиті підприємства пропонують спростити його процедуру та розробити ефективну службу пост-митного контролю та аудиту.*

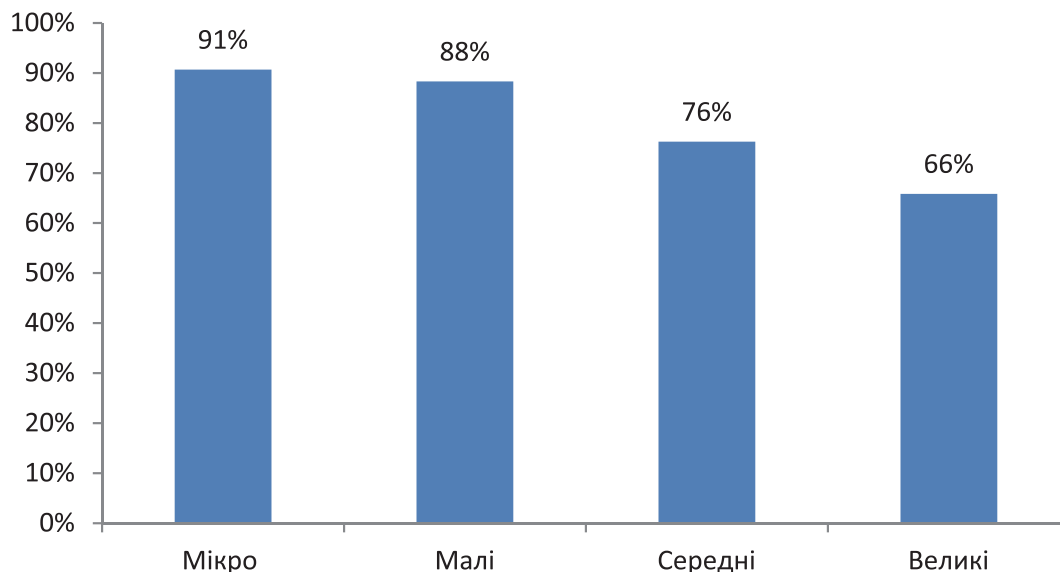
### **2.3. Співпраця з митними брокерами**

Підприємства, що здійснюють ЗЕД, можуть проходити митне оформлення самостійно або за допомогою посередників – митних брокерів. Опитування підприємств показало, що значна частина експортерів та імпортерів працюють із митними брокерами: про таку співпрацю повідомив 81% опитаних підприємств.

Найбільше підприємств, які працюють з брокерами, серед тих, що здійснюють лише імпорт: 88% з них користуються послугами митних брокерів. Дещо менша частка – серед тих, які здійснюють лише експорт (82%). А підприємства, що здійснюють імпорт та експорт, порівняно рідше працюють з брокерами – про це повідомили 76% таких підприємств.

Що більший розмір підприємства із ЗЕД, тим менша ймовірність того, що ця фірма працює з митними брокерами. Послугами брокерів користується практично весь мікробізнес, що здійснює ЗЕД: 91% мікропідприємств повідомили, що працюють з митними брокерами. Серед малих підприємств ця частка вже дещо менша: 88%, і далі знижується для середніх (76%) та великих (66%) підприємств.

**Рис. 34. Відсоток підприємств, які працюють з митними брокерами (за розміром)**



При порівнянні підприємств за сектором діяльності можна побачити, що торговельні підприємства та підприємства сфери послуг частіше працюють із митними брокерами (87% та 86% відповідно), ніж підприємства в секторі сільського господарства (79,5%) та промисловості (77,5%).

Регіональне порівняння показує, що найчастіше опитані підприємства співпрацюють із митними брокерами в таких областях як Черкаська та Дніпропетровська (90% підприємств цих регіонів користуються послугами брокерів), а також у Донецькій (88%), Волинській (88%), Чернівецькій (86%) та Миколаївській (86%) областях. У Хмельницькій області частка підприємств, що працюють із митними брокерами, найменша: 63%.

Підприємства, які співпрацюють із брокерами, дещо рідше стикаються з двома з чотирьох описаних процедур: прийняттям рішень про митну вартість товарів та постаудитом. Так, 63% підприємств, що не працюють з митними брокерами, повідомили про те, що проходили етап прийняття рішень про митну вартість товарів, у той час як серед тих підприємств, які користуються послугами брокерів, цей етап проходили 55%. Подібно до цього, серед підприємств, що не користуються послугами митних брокерів, 31% проходили аудит після митного оформлення, тоді як серед тих підприємств, що працюють із брокерами, такий аудит проходила менша частка опитаних: 20%.

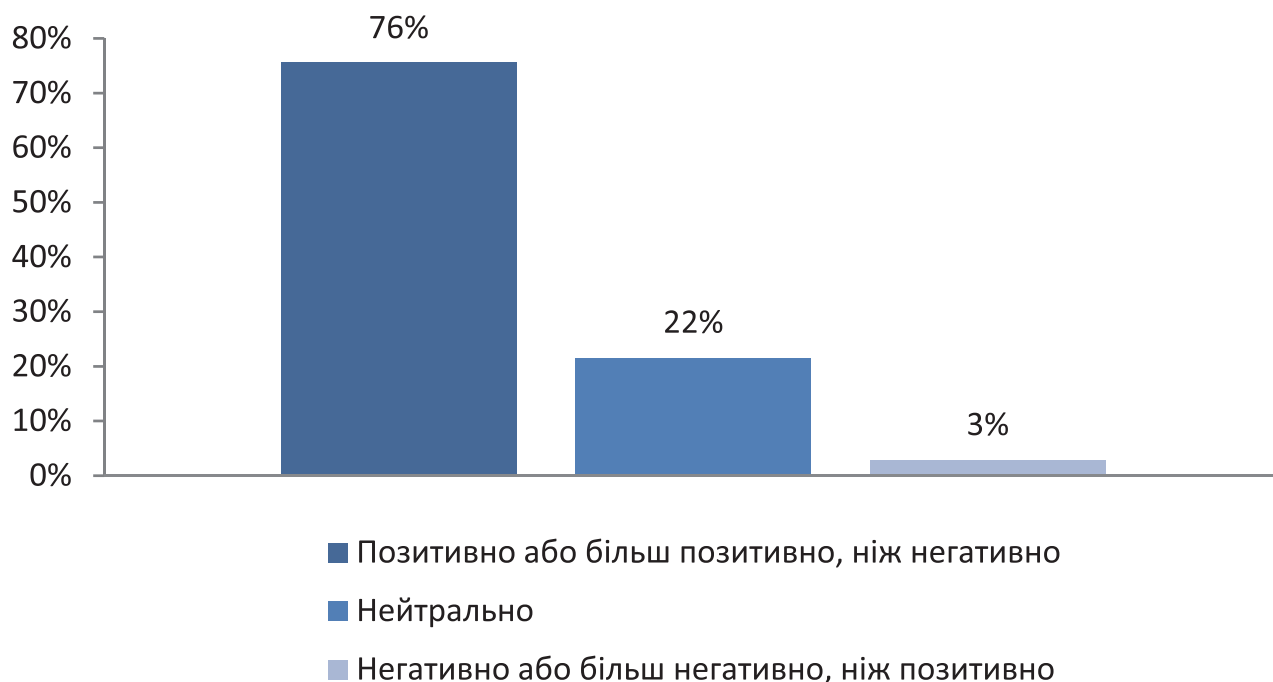
Підприємства, які не співпрацюють із митними брокерами, як правило, не мають наміру розпочинати таку співпрацю. Лише невелика частка підприємств, що не користуються послугами брокерів (4%), висловили бажання працювати з брокерами. Це свідчить про те, що частина підприємств вирішила не залучати брокерів.

*У підсумку, 80% опитаних підприємств користуються послугами митних брокерів. При цьому частота співпраці з брокерами знижується із збільшенням розміру підприємств.*

#### **2.4. Спільний митний контроль**

Учасники опитування надали свою оцінку ідеї спільного митного контролю на митницях України та країн-сусідів. Вони оцінили цю ідею переважно позитивно: її підтримали 76% респондентів. 22% оцінили її нейтрально, і лише 3% – негативно. Між підприємствами різних розмірів та секторів діяльності практично немає різниці в оцінці ідеї спільного митного контролю, тоді як серед підприємств різних видів зовнішньоекономічної діяльності підприємства, що здійснюють лише експорт, відрізняються від інших дещо кращою оцінкою такої ідеї. Так, 79,5% виключно експортерів позитивно оцінюють ідею спільного митного контролю порівняно із 74% виключно імпортерів та 74% підприємств, що здійснюють як експорт, так і імпорт.

**Рис. 35. Оцінка ідеї спільного митного контролю на митницях України та країн-сусідів**



Ідея спільного митного контролю на митницях України та країн-сусідів знаходить найбільшу підтримку серед опитаних підприємств Львівської області, де 90% опитаних оцінили її позитивно, та в Харківській області, де її добре оцінили 87% опитаних. Порівняно менш позитивно цю ідею оцінюють на Чернігівщині (53% підприємств області оцінили позитивно) та на Кіровоградщині (59%).

*Отже, 76% опитаних підприємств позитивно оцінюють ідею спільного митного контролю на митницях України та країн-сусідів. Негативних оцінок цієї ідеї практично не висловлено.*

### **2.5. Нове на митниці: «єдине вікно», уповноважені економічні оператори, міжвідомчі мобільні групи**

У серпні 2016 року на митниці в Україні розпочали діяти деякі нововведення, покликані спростити та автоматизувати митні процедури та посилити боротьбу з контрабандою. Зокрема, із серпня 2016 року на митницях була запроваджена автоматизована система «єдиного вікна» при митному оформленні товарів і транспортних засобів. Принцип «єдиного вікна» передбачає здійснення всіх видів контролю за допомогою електронного обміну даними.

А у вересні 2016 року Державна фіскальна служба України оголосила про запуск міжвідомчих мобільних груп, завданням яких є попередження та виявлення порушень митного законодавства. До складу цих мобільних груп увійшли представники ДФС, Державної прикордонної служби та Національної поліції.

Крім цього, уряд здійснив крок до запровадження інституту Уповноваженого економічного оператора (УЕО) на митниці, який дозволить спростити митні процедури для окремих підприємств, що здійснюють ЗЕД, та таким чином наблизити митне законодавство України до митного законодавства Європейського Союзу, що передбачене Угодою про асоціацію між Україною та ЄС. Угода про спрощення процедур торгівлі (СОТ) також передбачає впровадження інституту УЕО.

Опитані підприємства відповіли на ряд запитань, що стосуються цих нововведень. Вони описали власний досвід проходження митниці через «єдине вікно», оцінили ідею створення міжвідомчих мобільних груп та повідомили про те, чи мають бажання отримати статус Уповноваженого економічного оператора.

### 2.5.1. «Єдине вікно»: що показав 2016 рік

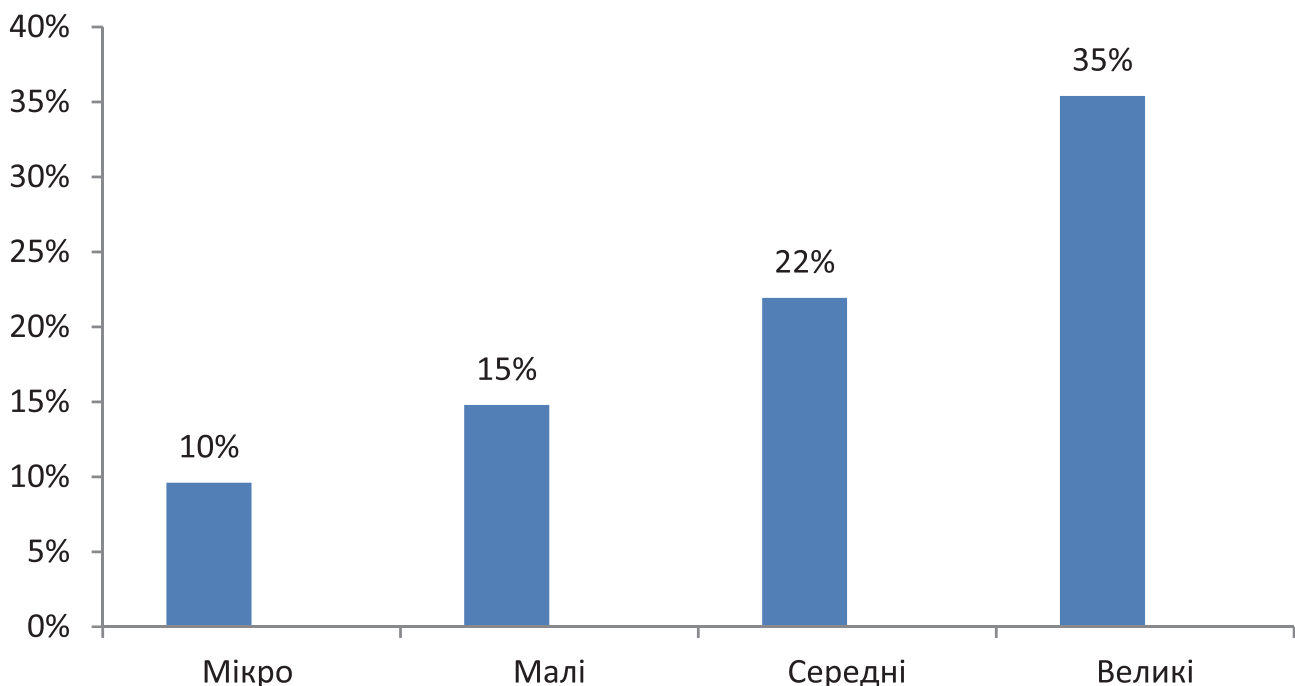
20% опитаних підприємств повідомили, що проходили митні процедури через механізм «єдиного вікна». Решта опитаних або повідомили, що не мали такого досвіду (28%), або не змогли відповісти на це запитання через те, що працюють через митних брокерів (52%). Без урахування підприємств, що працюють через митних брокерів, частка опитаних, що мали досвід проходження «єдиного вікна», становить 42%.

Найбільший досвід проходження митниці через механізм «єдиного вікна» станом на 2016 рік був у підприємств, що здійснюють як імпорт, так і експорт (29% з них проходили митні процедури саме таким чином). Ця частка менша для підприємств, що здійснюють лише експорт (15%) та ще менша для тих, що здійснюють лише імпорт (10%). Серед підприємств різних секторів економіки найбільший досвід використання механізму «єдиного вікна» мають промислові підприємства.

Що більшим є розмір підприємства, тим більш імовірним є те, що воно має досвід проходження митного оформлення через «єдине вікно». Зокрема, через «єдине вікно» митне оформлення проходили лише 10% мікропідприємств, але вже 15% малих та 22% середніх підприємства. Для великих підприємств цей відсоток найвищий: 35%.

Серед підприємств різних областей компанії Донецької та Київської областей найчастіше проходили митні процедури через механізм «єдиного вікна». Про такий досвід повідомили 39% опитаних Донецької області та 37% опитаних Київської області. Найменшою є частка таких підприємств у Полтавській та Миколаївській областях: у цих регіонах менше 10% опитаних підприємств оформляли вантажі через механізм «єдиного вікна».

**Рис. 36. Частка підприємств, що мають досвід проходження митниці через «єдине вікно» (за розміром).**



Однією з переваг використання цього механізму повинно було стати скорочення тривалості проходження митних процедур. Контролюючі органи зобов'язані протягом 4 годин із моменту отримання електронного повідомлення і скан-копій документів від підприємства прийняти рішення щодо випуску товарів. В іншому випадку повинен діяти принцип «мовчазної згоди», тобто відповідний вид контролю повинен вважатися завершеним.



Та згідно з опитаними підприємствами механізм «єдиного вікна» не завжди скорочує час проходження митниці до чотирьох годин. 42% підприємств, що мали відповідний досвід, вказали, що це нововведення обмежує час проходження митниці чотирма годинами, тоді як більша частка – 51% – не погодилися із тим, що «єдине вікно» скорочує час проходження митниці до чотирьох годин. Решта 7% підприємств, що проходили митницю через «єдине вікно», не змогли точно відповісти на це запитання.

Використання принципу «мовчазної згоди» також підтверджується не всіма підприємствами, що оформлювали товар через механізм «єдиного вікна». 40% таких підприємств не змогли відповісти на запитання, чи забезпечується в цьому механізмі принцип мовчазної згоди, – імовірно через те, що в їхній практиці не було випадків, коли цей принцип повинен був застосовуватися. 32% підприємств вважають, що цей принцип застосовується при роботі «єдиного вікна», але майже така ж частка – 28% – вважають, що він не застосовується.

Окремо опитані підприємства, що проходили митні процедури через «єдине вікно», зазначали, чи всі документи подаються через «єдине вікно» в електронному вигляді. Приблизно половина цих підприємств (54%) підтвердили, що усі документи подаються в електронному вигляді. Проте 36% сказали, що не всі документи подаються в електронному вигляді, а 3% підприємств вважають, що жодні документи на «єдиному вікні» не подаються в електронному вигляді. 7% підприємств не змогли відповісти на це запитання.

### 2.5.2. Оцінка ідеї створення мобільних міжвідомчих груп

На час проведення опитування (останній квартал 2016 року) мобільні міжвідомчі групи на митницях лише починали свою діяльність. Підприємці, які здійснюють ЗЕД, в основному позитивно оцінили таку ідею. 29% опитаних повідомили, що оцінюють ідею створення мобільних міжвідомчих груп у цілому позитивно, а 25% – більш позитивно, ніж негативно. 28% опитаних оцінили цю ініціативу нейтрально. Лише 12% оцінили ідею введення мобільних міжвідомчих груп негативно. Крім цього, 5% опитаних було важко відповісти на це запитання.

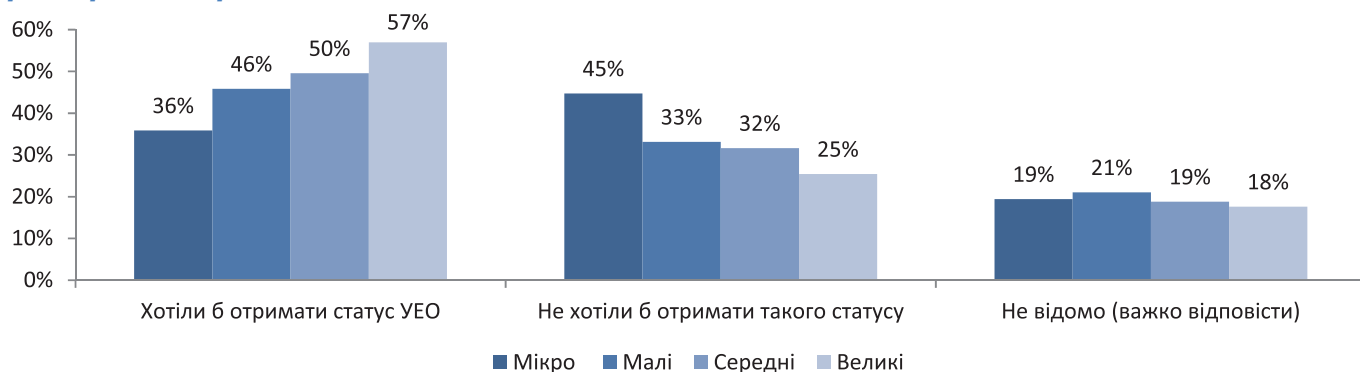
У цьому випадку мікропідприємства відрізняються від підприємств більших розмірів тим, що серед них більше опитаних негативно сприйняли ідею створення мобільних міжвідомчих груп. Так, частка мікропідприємств, що негативно оцінили цю ідею, становить 19%, у той час як серед усіх інших категорій підприємств за розміром негативні оцінки складають 10-11%.

### 2.5.3. Статус Уповноваженого економічного оператора

Практично половина (47%) опитаних підприємств повідомили, що хотіли б отримати статус Уповноваженого економічного оператора (УЕО), який дає можливість користуватися спеціальними перевагами і спрощенням на митниці. 34% підприємств не мають бажання отримати цей статус, а 19% опитаних не змогли відповісти на це запитання.

Найчастіше в статусі УЕО зацікавлені підприємства, що здійснюють як експорт, так і імпорт. 52% із цих підприємств зазначили, що хотіли б отримати такий статус. Для порівняння, серед підприємств, що здійснюють лише експорт, у статусі УЕО зацікавлені 43% опитаних, а серед тих, що здійснюють лише імпорт, – 42%.

**Рис. 37. Бажання отримати статус Уповноваженого економічного оператора (УЕО) (за розміром підприємств)**



Що більший розмір підприємств, тим частіше вони висловлюють бажання стати Уповноваженими економічними операторами. Зокрема, більше половини великих підприємств (57%) зацікавлені в статусі УЕО. Для середніх підприємств відповідна частка зменшується до 50%, а для малих підприємств – до 46%. Серед мікропідприємств вона найменша: статус УЕО хотіли б отримати 36% з них.

Підприємства Хмельницької, Волинської, Вінницької, Чернігівської та Одеської областей висловили найбільше бажання отримати статус УЕО – там більше половини опитаних підприємств повідомили, що хотіли б отримати такий статус. Крім цього, приблизно половина опитаних підприємств цікавляться цим статусом у Кіровоградській, Сумській та Тернопільській областях.

*Отже, як показало опитування підприємств, використання «єдиного вікна» на митниці ще не набуло широкого поширення – лише одне з п'яти підприємств повідомило, що має досвід проходження митних процедур через «єдине вікно». Водночас, якщо не враховувати підприємства, що працюють через митних брокерів, частка користувачів «єдиного вікна» зростає до 42%. Згідно з опитаними підприємствами приблизно в половині випадків митного оформлення через «єдине вікно» тривалість оформлення не обмежується до чотирьох годин та не застосовується принцип «мовчазної згоди». При митному оформленні через «єдине вікно» частіше використовуються електронні документи, хоча частина підприємств подавала не всі документи в електронному вигляді.*

*Підприємства позитивно або нейтрально оцінили ідею створення мобільних міжвідомчих груп на митницях, негативні оцінки цієї ініціативи частіше трапляються серед мікропідприємств. Майже половина опитаних підприємств хотіла б отримати статус Уповноваженого економічного оператора. При цьому серед більших за розміром підприємств охочих отримати цей статус більше.*

### 3. Електронний документообіг

#### 3.1. Електронний документообіг на підприємствах та причини його відсутності

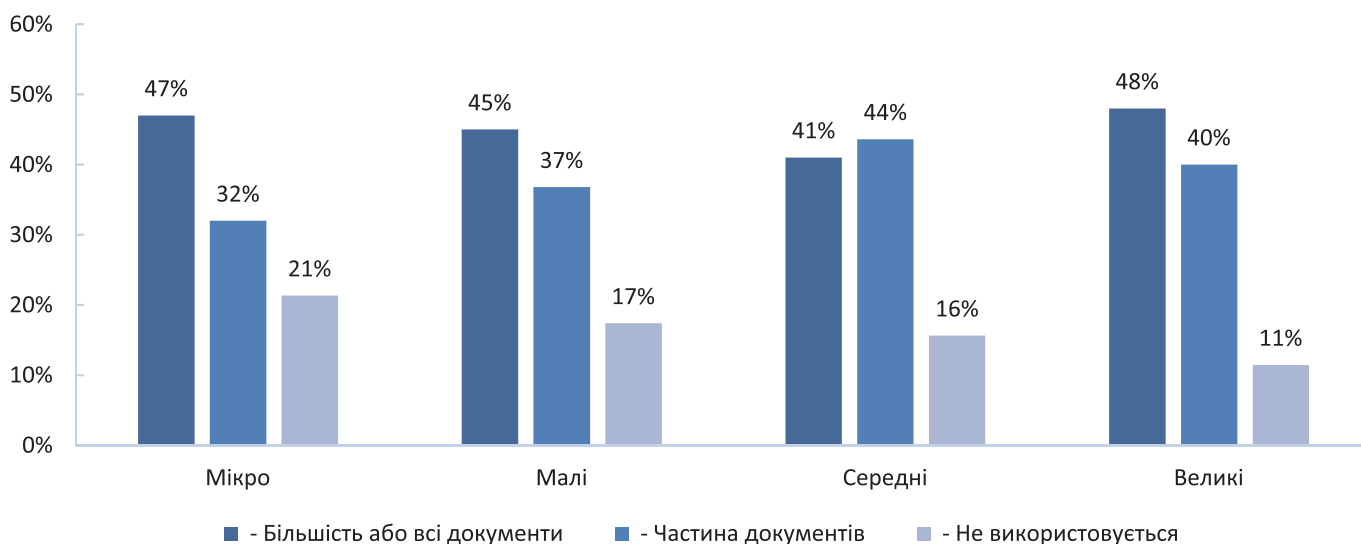
##### 3.1.1. Використання електронних документів

Більшість опитаних представників підприємств повідомили, що надають державним органам документи у вигляді електронного запису, зокрема 45% – більшість або всі документи, а 38% – частину документів. Водночас 17% респондентів відповіли, що їхні підприємства взагалі не використовують електронні документи. Серед усіх опитаних підприємств виключно імпортери частіше ніж виключно експортери використовують електронний формат для всіх чи більшості документів (48% проти 37%). Найвищий показник у підприємств, які займаються одночасно експортом та імпортом, – 49%.

Згідно з результатами опитування найвищий рівень використання електронного документообігу спостерігається на великих підприємствах. 48% їхніх представників повідомили, що надають органам влади в електронному форматі більшість або всі документи, а 40% – частину. Лише 11% великих підприємств взагалі не користуються електронною формою подачі документів.

На другому місці знаходяться середні підприємства, де електронний документообіг значною мірою (41%) або частково (43%) використовують більшість опитаних цієї групи респондентів. 46% представників малого та 47% мікропідприємництва вказали, що використовували всі або більшість документів в електронному вигляді. Серед них найвища частка підприємців, які не застосовують електронного способу подачі документів. Зокрема, мова йде про 21% мікропідприємств, які використовують лише паперовий документообіг, що є найвищим показником серед усіх типів підприємств за розміром.

**Рис. 38. Використання електронного документообігу у зовнішньоекономічній діяльності (за розміром підприємства)**



У розрізі за секторами запровадження електронного документообігу помітно відстає у сільському господарстві. Лише 36% представників цієї галузі повідомили, що подають виключно в електронному форматі всі або більшість документів. Відповідний показник у торгівлі та сфері послуг становить 47%. При цьому саме в цих двох секторах також найбільша кількість підприємств, які не використовують електронного способу подачі документів (19% та 21% відповідно).

У регіональному вимірі беззаперечним лідером використання електронного документообігу є Київська область, у якій лише 3% підприємств зовсім не використовують електронний формат документів при здійсненні зовнішньоекономічної діяльності. Помітно відстають у застосуванні елек-

тронного формату Чернівецька, Миколаївська та Львівська області, де близько третини (відповідно 33%, 30% та 29%) підприємців не надають органам влади документи у вигляді електронного запису.

### 3.1.2. Пояснення відсутності електронних документів.

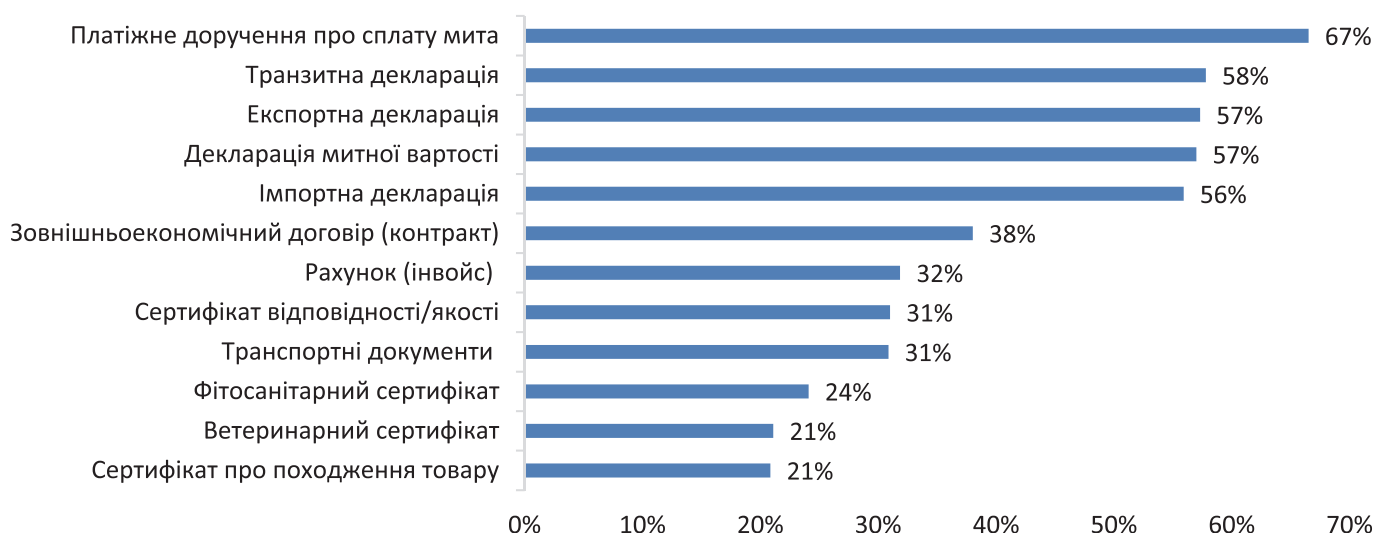
Опитані підприємці виділяють кілька основних причин, які пояснюють відсутність використання електронного документообігу в зовнішньоекономічній діяльності. Перш за все, 15% тих підприємств, які не надають документи в електронній формі, повідомили, що причиною ненадання електронних документів є те, що при деяких процедурах вимагається саме паперовий оригінал. По-друге, 24% підприємців вказали, що в них просто ніхто не вимагає електронної форми. І, нарешті, 22% респондентів пояснюють відмову від електронного документообігу обмеженнями з боку інших контрагентів. Лише незначна кількість опитаних підприємців вказують на законодавчі обмеження (3%), невиконання законодавства органами державної влади (2%) та інші варіанти.

У відповідях на питання відсутності електронних версій документів виділяються малі підприємства, представники яких найчастіше вказували на те, що в них не вимагають електронної форми (30%) або що їх обмежують інші приватні підприємства або митні брокери (30%). Як малі підприємства-експортери, так і імпортери мають справу зі схожою ситуацією.

### 3.1.3. Типи документів

Згідно з даними опитування у вигляді електронного запису підприємці найчастіше подають до органів державної влади експортну декларацію. 57% опитаних використовують лише електронний формат цього документа, а ще 33% - одночасно паперовий та електронний. Найвищий рівень використання виключно електронної версії стосується платіжного доручення про сплату мита – 67%. Також значна частка електронної безпаперової форми при поданні транзитної декларації (58%), експортної декларації (57%), декларації митної вартості (57%) та імпортної декларації (56%). З іншого боку, деякі документи залишаються зі значною часткою паперового документообігу. Зокрема, про використання паперових версій сертифіката відповідності (якості) вказали 36% респондентів, фітосанітарних документів – 46%, ветеринарних сертифікатів – 46%. Окрім цього, 38% респондентів повідомили, що надають зовнішньоекономічний договір в електронному вигляді. 42% опитаних підприємців вказали, що користуються як паперовою, так й електронною формами надання зовнішньоекономічних контрактів, а 20% - лише паперовою.

Рис. 39. Рейтинг документів за часткою виключно електронного формату



Винятково електронну форму зовнішньоекономічних договорів найбільш часто використовують на великих підприємствах (42%), а найменше – на середніх (34%). У секторальному вимірі найвища частка респондентів, які повідомили про застосування електронних контрактів, серед представників сектору послуг – 47%. З іншого боку, тільки 33% представників сектору сільського господарства сказали про використання електронної версії цього документа.

Підприємства-експортери частіше ніж імпортери використовують зовнішньоекономічні контракти в паперовому вигляді. Зокрема, 29% опитаних підприємств, що здійснюють лише експорт, вказали, що подають цей вид документів лише в електронному форматі, у паперовому та електронному – 46%, а в паперовому – 25%. У підприємств, що здійснюють лише імпорт, відповідні показники становлять 42%, 40% та 18% респондентів. На підприємства, які займаються одночасно експортними та імпортними операціями, показники використання електронного або електронного з паперовим дублюванням документообігу становлять 41% кожен, а паперові документи без електронної версії – лише 18%. Схожа ситуація спостерігається також у наданні інвойсів, декларацій митної вартості, транспортних документів, імпортних та транзитних декларацій, де електронний документообіг також має найбільший рівень запровадження.

Великі підприємства лідирують за рівнем використання електронного документообігу серед більшості типів документів. Зокрема, такі суб'єкти господарювання подають у паперовому форматі лише 5% імпортних декларацій та 6% декларацій митної вартості. Окрім цього, великі підприємства на першому місці за часткою електронних версій без паперової серед усіх категорій документів, окрім транспортних, які користуються однаковою популярністю серед фірм усіх розмірів. У випадку сертифікатів якості спостерігається пряма залежність між збільшенням розміру підприємства та зменшенням частки паперового формату (мікропідприємства – 47%, великі – 31%).

У регіональному вимірі лідерами використання зовнішньоекономічних договорів лише в електронному форматі є м. Київ (55%), Харківська (55%), Рівненська (54%) та Київська (52%) області. З іншого боку, за низьким рівнем використання електронного документообігу також виділяються кілька областей. По-перше, на Закарпатті 44% респондентів повідомили про те, що подають зовнішньоекономічний договір лише в паперовому вигляді (проти 20% в середньому по країні). Окрім цього регіону, високі відповідні показники у Вінницькій (32%) та Чернівецькій (29%) областях. Також необхідно зауважити, що Закарпатська область відстає в запровадженні електронних сертифікатів якості (56% документів лише в паперовому форматі).

## **3.2. Дублювання електронних та паперових документів**

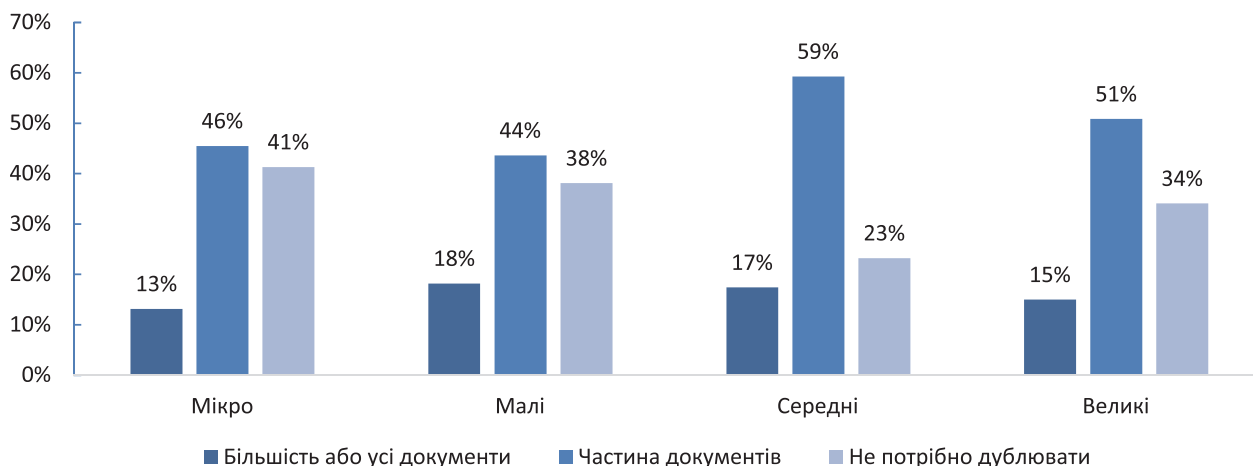
### **3.2.1. Поширеність практики дублювання документів**

Загалом 16% підприємців повідомили, що змушені дублювати всі або більшість документів у паперовому форматі. Окрім цього, 49% опитаних вказали, що в паперовому вигляді потрібно подавати лише частину документів, а 35% - лише в електронній формі без паперової.

Найбільш часто з необхідністю дублювати всі або частину електронних документів у паперовому форматі мають справу середні підприємства (77%). У секторальному вимірі про схожу ситуацію найчастіше повідомляють представники промисловості (71%) та сільського господарства (68%). У сфері послуг усі або частину документів сумарно дублюють 42% підприємств.

Підприємства, які проводять як імпортні, так й експортні операції, найчастіше мають справу з вимогами продублювати в паперовому форматі або всі, або частину електронних документів. Про це повідомили 70% представників цієї групи респондентів. При цьому найменш часто мають таку необхідність підприємства, які здійснюють лише імпорт, 47% яких взагалі не дублюють документи. На противагу цьому відповідний показник серед підприємств, що здійснюють лише експорт, становить 29%.

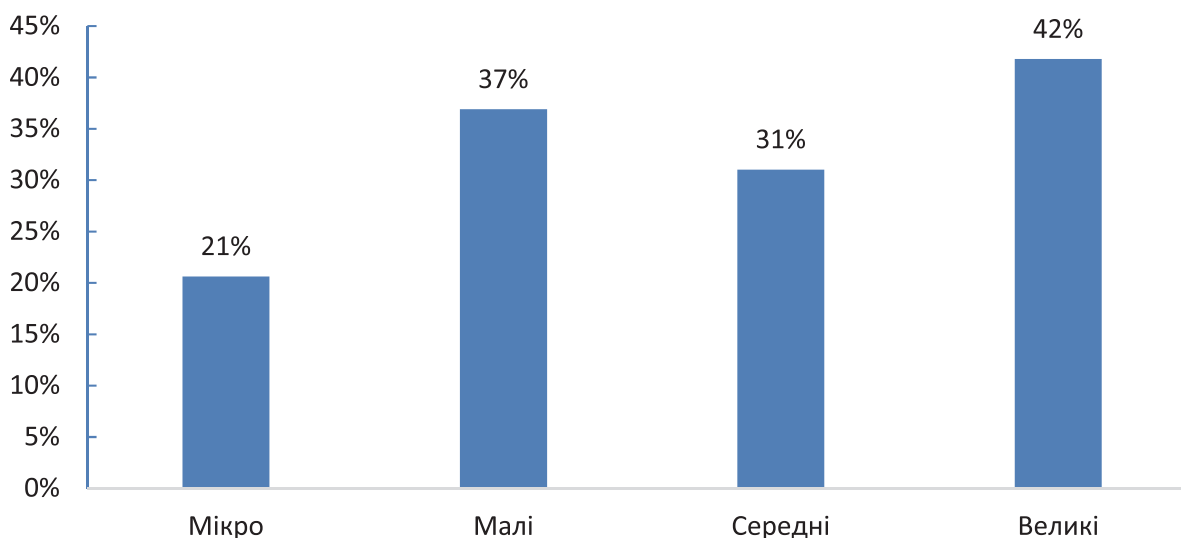
**Рис. 40. Поширеність практики дублювання документів**



### 3.2.2. Причини дублювання документів

Необхідність дублювати електронні документи в паперовому форматі більшість підприємців пояснюють обмеженнями, які встановлені деякими процедурами або законодавством. Зокрема, 33% респондентів вказали, що при деяких процедурах вимагається надати оригінал документів, а 11% повідомили про законодавчі обмеження, які не дозволяють використовувати електронний документообіг повною мірою. Окрім цього, опитані підприємці згадували недовіру до електронних документів, незадовільну організацію документообігу в державних установах та інші причини.

**Рис. 41. Частка підприємств, які пояснюють дублювання документів вимогою про подання оригіналів (за розміром підприємства)**



Найчастіше про проблему процедурних обмежень щодо подання оригіналу документів повідомляють представники великих підприємств (42%). Саме їхні представники найбільшою мірою посилаються на законодавчі обмеження.

У відповідях на це питання не простежується залежності від сектору економіки. Однак представники сфери послуг найчастіше повідомляли, що дублювання електронних та паперових версій пришвидшує проходження митних та інших процедур (11% проти 5% в середньому між усіма опитаними).

Підприємства, які займаються одночасно експортом та імпортом, найбільшою мірою мають справу з вимогами про надання оригіналів документів, а тому змушені дублювати їхні електронну та паперову версії. Про це повідомили 29% опитаних цієї групи респондентів. Подібний показник у підприємств, що здійснюють лише експорт, – 27%. Найменшим чином мають справу з такою вимогою виключно імпортери, про що вказали 22% респондентів цієї групи. Водночас, серед виключно експортерів мікропідприємства рідше, ніж інші суб'єкти господарювання, змушені дублювати електронну та паперову версії через вимогу надати оригінал (15% проти 31% у малих, 32% у середніх та 23% у великих).

Згідно з результатами опитування помітні певні регіональні відмінності пояснень щодо необхідності дублювання документів. Наприклад, у Сумській області аж 20% опитаних підприємців вважають, що змушені подавати як електронну, так і паперову версії через відсутність знань або навичок працівників державних органів вклади. У Донецькій та Тернопільській областях відповідно 15% та 13% підприємців вважають, що дублювання пришвидшує проходження митних та інших процедур. У Рівненській області 17% опитаних пояснюють такі вимоги бюрократією.

*Опитані підприємства частково впровадили електронний документообіг у зовнішньоекономічну діяльність. Великі підприємства лідирують за рівнем використання електронного формату за більшістю типів документів. Більше половини усіх респондентів подають експортну, імпорتنу та транзитну декларації в електронному вигляді. Проте залишається поширеною практика подання документів одночасно в паперовій та електронній формі. Третина респондентів, що дублюють документи в електронному та паперовому форматах, повідомила про необхідність подавати оригінали документів відповідно до деяких процедур та вимог законодавства.*

## 4. Фінансування зовнішньоекономічної діяльності

### 4.1. Інструменти фінансування ЗЕД

Згідно з результатами опитування підприємства-імпортери та підприємства-експортери користуються схожими інструментами фінансування міжнародної торгівлі. 80% опитаних експортерів та 79% імпортерів використовують розрахунок передоплатою, сплачуючи частину або всю суму. Окрім цього, відповідно, 39% та 38% користуються післяплатою. Не так часто опитані експортери та імпортери використовують акредитиви, банківські гарантії та кредити покупця і продавця.

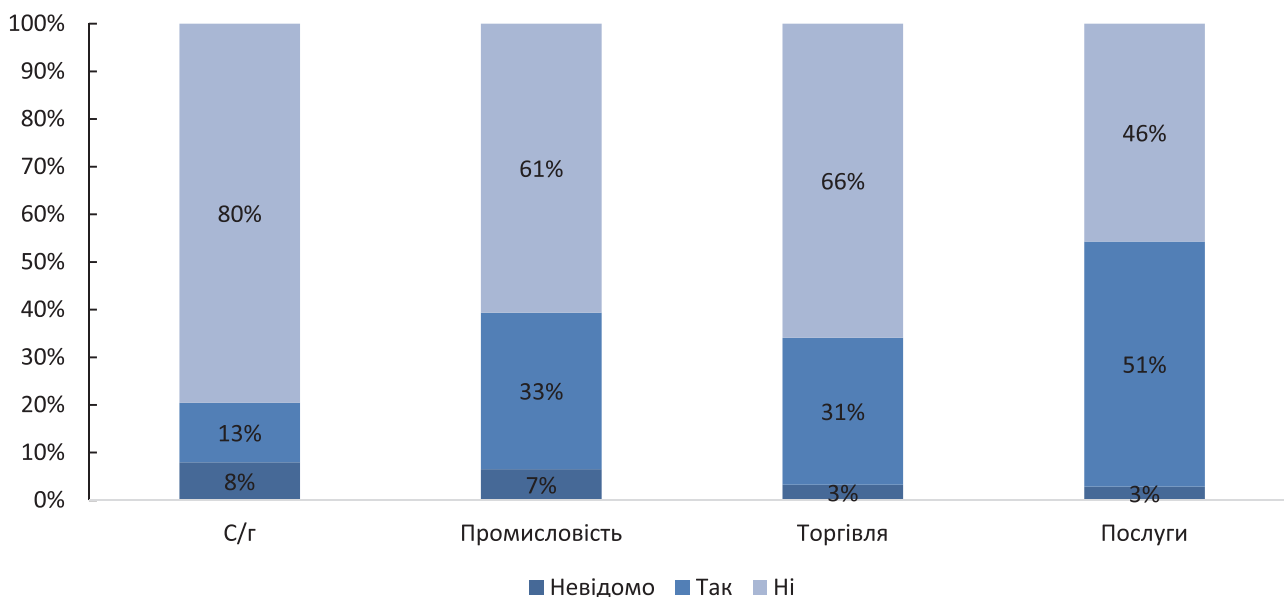
Серед імпортерів простежується пряма залежність між розміром підприємства та використанням акредитивів. Якщо серед опитаних представників мікропідприємництва на акредитиви вказали лише 3% респондентів, малих – 5%, а середніх 11%, то серед великих – 20%. Схожа залежність також у питанні використання банківських гарантії (від 3% у малих до 11% у великих). На противагу цьому, серед мікропідприємців-експортерів, які користуються акредитивами та банківськими гарантіями, відповідні показники знаходяться майже на рівні середніх підприємств, але великі продовжують залишатися на першому місці.

Якщо розглянути секторальний вимір експортерів, у сільському господарстві вони частіше за інші сфери діяльності користуються передоплатою (85% у с/г проти 63% у сфері послуг). Серед імпортерів спостерігається протилежна ситуація: передоплату застосовують найчастіше саме у сфері послуг (83% проти 65% у сільському господарстві). Опитані експортери найменше використовують акредитиви у сфері послуг (6% проти 13% в середньому по країні). В імпортерів показник застосування акредитивів (6%) теж нижчий за середній по всіх секторах (9%). Окрім цього, 16% сільськогосподарських підприємств-імпортерів не використовують жодного з інструментів фінансування міжнародної торгівлі.

### 4.2. Страхування

Згідно з результатами опитування 31% підприємств використовують страхування для здійснення операцій із зовнішньої торгівлі. Серед імпортерів частка таких підприємств перевищує експортерів (33% проти 26%). Серед підприємств, які займаються як експортом, так й імпортом, відповідний показник становить 38%.

**Рис. 42. Використання страхування при здійсненні операцій зі зовнішньої торгівлі (за секторами)**





Найвища частка суб'єктів господарювання, які користуються зовнішньоторговельним страхуванням, — серед великих підприємств (40%). Мікро-, малі та середні підприємства приблизно однаковою мірою використовують страхування експортних та імпорتنних операцій. У секторальному вимірі, найбільш широко використовують страхування у сфері послуг – 51%. Цей показник значно перевищує відповідний у сільському господарстві (13%), представники якого дали найменшу кількість ствердних відповідей серед визначених секторів господарства.

У регіональному вимірі виділяються лідери використання такого виду страхування – це Луганська (52%), Харківська (44%), Київська (41%) області та м. Київ (42%). Водночас найменше ствердних відповідей серед респондентів у Чернівецькій (14%), Тернопільській (16%) та Житомирській (16%) областях.

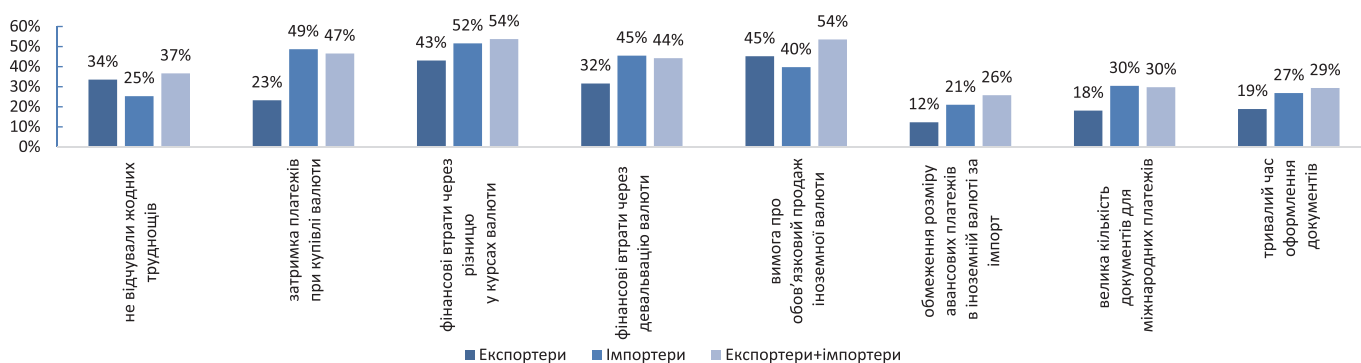
Більшість опитаних підприємств повідомили, що у них не виникає жодних труднощів під час оформлення страхування. Про це вказали 80% представників експортерів та 73% імпортерів. Також експортери та імпортери мають справу з однаковими труднощами під час оформлення страховки. Зокрема, вони часто вказують на значні фінансові витрати при страхуванні (8% експортерів та 6% імпортерів) та негнучкість страхових полісів (6% експортерів та 5% імпортерів).

### 4.3. Міжнародні платежі

Значна частка опитаних підприємств має справу з перешкодами при здійсненні чи отриманні міжнародних платежів. Лише 34% експортерів та 25% імпортерів вказали, що не відчували жодних труднощів. Водночас, серед підприємств, які проводять як експортні, так й імпорتنні операції, цей показник дещо вищий – 37%. Найбільше підприємців поскаржилися на вимогу про обов'язковий продаж валюти та фінансові втрати через різницю між купівлею та продажем валюти. Окрім цього, значна частка респондентів вказали на затримки платежів через необхідність закупівлі іноземної валюти. Також багато опитаних підприємств виділяють проблему фінансових втрат через девальвацію гривні.

Експортери найбільше скаржаться на вимогу про обов'язковий продаж 65% валютної виручки (до червня 2016 року потрібно було продавати 75%). Цю проблему озвучили загалом 45% опитаних відповідної групи респондентів. Окрім цього, 43% експортерів відчувають фінансові втрати через курсову різницю. Проте найчастіше повідомляли про вказані вище труднощі експортери мікропідприємства (відповідно 53% про обов'язковий продаж та 51% – про фінансові втрати). З іншого боку, простежується залежність між труднощами та належністю до певного сектору економіки. Представники сільського господарства найменше скаржилися на різницю в курсах купівлі та продажу валюти (37%) та вимогу про обов'язковий продаж валютної виручки (38%). У сфері послуг відповідні показники становлять відповідно 50% та 63%, а в промисловості тримаються на рівні середніх по країні (43% та 46%).

**Рис. 43. Труднощі під час здійснення чи отримання міжнародних платежів (за видом діяльності)**



Представники підприємств-імпортерів найчастіше повідомляли про труднощі, які обмежують доступ до валюти. З одного боку, це девальвація гривні (вказали 45% опитаних) та фінансові втрати через різницю в курсах між купівлею та продажем валюти (52%). З іншого боку, імпортери вказали на затримку платежів через необхідність купівлі іноземної валюти (49% респондентів). Зокрема, здійсненню міжнародних платежів перешкоджають велика кількість необхідних документів (30%) та тривалий час їх оформлення (27%). На противагу цій ситуації, серед експортерів на схожі проблеми поскаржилися лише близько 18% респондентів.

Мікропідприємці-імпортери, як і мікропідприємці-експортери найчастіше мають виокремлені вище проблеми. Водночас, великі підприємства не так часто мають справу з труднощами. Зокрема, про затримки платежів вказали лише 40% опитаних із цієї групи респондентів, а про девальвацію – 34%. У секторальному вимірі, підприємства-імпортери, які працюють у торгівлі або сфері послуг, найчастіше мають справу з труднощами, а найменше – у сільському господарстві та промисловості. Серед експортерів найбільше труднощів мають представники сфери послуг.

Опитування показує, що частина українських підприємств користується такими інструментами фінансування міжнародної торгівлі як акредитиви, банківські гарантії та кредити покупця і продавця. Однак найбільш поширеними способами розрахунків при міжнародній торгівлі є розрахунок передоплатою та розрахунок післяплатою. Імовірність використання інструментів фінансування збільшується з розміром підприємства.

*Третина опитаних підприємств використовує страхування для здійснення операцій із зовнішньої торгівлі. Лише в частини з них виникають труднощі з оформленням страхування, зокрема через фінансові втрати та негнучкість страхових полісів. На противагу цьому, лише в третини експортерів та імпортерів не виникало проблем при здійсненні чи отриманні міжнародних платежів. Більшість експортерів скаржаться на вимогу про обов'язковий продаж більшої частини валютної виручки, а імпортери повідомляють про труднощі з купівлею іноземної валюти.*

## 5. Захист інтересів бізнесу

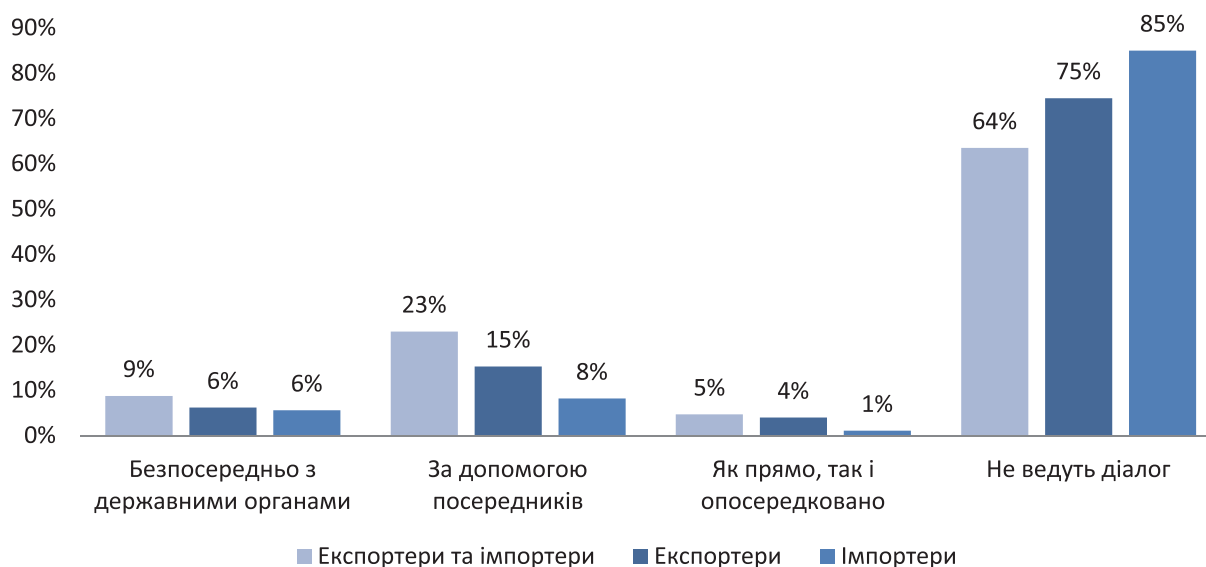
### 5.1. Бізнес-асоціації

#### 5.1.1. Як бізнес веде діалог з політиками щодо спрощення процедур торгівлі

Підприємства, що взяли участь в опитуванні, зазначали, чи вони залучені до діалогу з державними органами щодо спрощення процедур торгівлі, і описували, яким саме чином відбувається цей діалог. Опитування показало, що діалог щодо спрощення процедур торгівлі веде меншість підприємств. Серед усіх опитаних 73% не ведуть діалог зі сприяння торгівлі, 17% відповіли, що ведуть діалог за допомогою посередників, тобто через бізнес-асоціації чи торгово-промислові палати, 7% ведуть діалог безпосередньо з державними органами та 4% підтримують діалог через обидва канали.

Згідно з результатами опитування найчастіше діалог зі сприяння торгівлі ведеться підприємствами, які є водночас експортерами та імпортерами продукції, менше – серед тих, хто є виключно експортерами або імпортерами продукції. Діалог через посередників ведуть 23% підприємств, що займаються експортно-імпортною діяльністю, водночас, серед виключно експортерів це – 15%, а серед виключно імпортерів – 8%. Діалог із державними органами ведуть 9% підприємств, що є одночасно експортерами та імпортерами, 6% виключно експортерів та 6% виключно імпортерів.

**Рис. 44. Ведення діалогу щодо спрощення процедур торгівлі (за видом діяльності підприємств)**

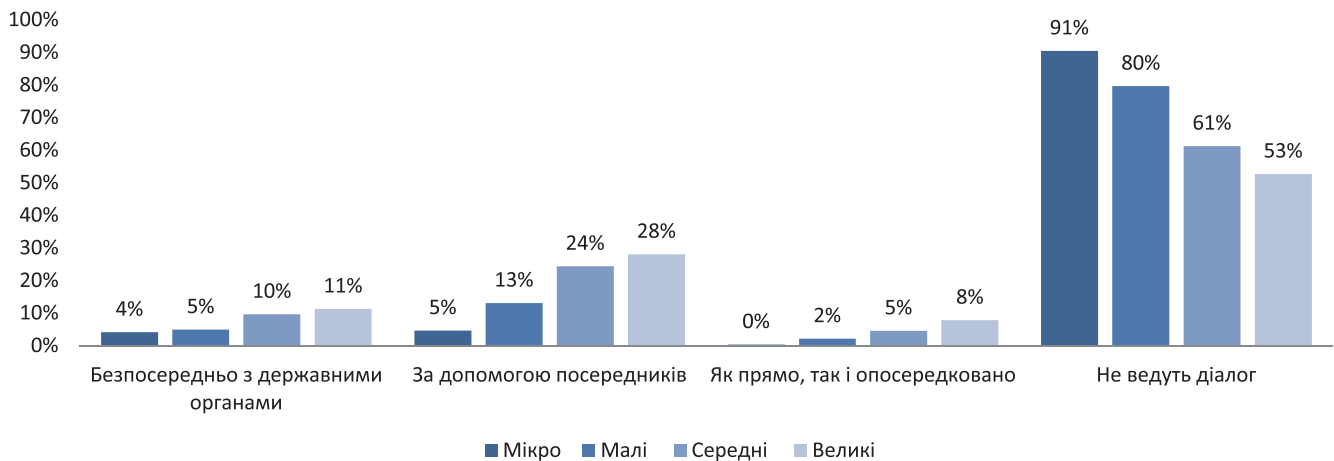


Частка тих, хто підтримує діалог зі спрощення процедур торгівлі, спадає зі зменшенням розміру підприємства. Водночас, більшість веде діалог через посередників: 28% великих підприємств, 24% - середніх, 13% - малих, 5% - мікропідприємств. Для порівняння, діалог безпосередньо з державними органами ведуть 11% великих підприємств, 10% середніх підприємств, 5% малих підприємств та 4% мікропідприємств. Діалог в обох напрямках ведуть 8% великих підприємств, 5% середніх підприємств, 2.2% малих підприємств та 0.4% мікропідприємств.

В галузевому вимірі діалог щодо спрощення процедур торгівлі найбільше підтримується в промисловості – 33%, менше – у галузях сільського господарства (23%), послуг (21%) та торгівлі (19%).

У регіональному вимірі найбільш залученими до діалогу є підприємства Тернопільської (43%), Херсонської (42%), Сумської (38%) та Донецької (38%) областей. Найменше підтримують діалог щодо сприяння торгівлі підприємства Харківської області (9%). Найбільша частка підприємств, які ведуть діалог через посередників, знаходиться в Херсонській області (33%), найменше – в Івано-Франківській (3%).

**Рис. 45. Ведення діалогу зі сприяння торгівлі підприємствами (за розміром підприємств)**



### 5.1.2. Частота заходів у рамках діалогу

Більшість підприємств проводить зустрічі та обговорення в рамках діалогу з державними органами щодо спрощення процедур торгівлі з періодичністю 3-12 місяців. Серед усіх опитаних 33% підприємств організовують зустрічі раз на півроку, 28% підприємств проводять обговорення щоквартально, 22% – щорічно. Середні та великі підприємства проводять обговорення щоквартально та щорічно, малі та мікропідприємства – двічі на рік та щорічно. Розподіл за галузями подібний до загального.

Серед експортерів 40% підприємств проводять зустрічі раз на півроку, 24% підприємств зустрічаються в рамках діалогу щорічно, 19% підприємств – щоквартально. Серед імпортерів обговорення діалогу двічі на рік відбувається в 32% підприємств, щоквартально – в 22% підприємств, щорічно – в 19% підприємств. Рідше ніж раз на рік зустрічі відбуваються в 14% імпортерів – майже вдвічі більше, ніж на інших підприємствах. Серед підприємств, які є одночасно експортерами та імпортерами, 33% респондентів проводять зустрічі щоквартально, 29% – раз на півроку і 22% – щорічно. Частіше ніж щоквартально зустрічаються 9% підприємств, що ведуть експортно-імпортну діяльність, 8% винятково імпортерів та 6% винятково експортерів.

### 5.1.3. Членство в бізнес-асоціаціях

Результати опитування показали, що до бізнес-асоціацій входить менше половини респондентів (45%). Серед них більшість (73% підприємств) є членами однієї бізнес-асоціації, 18% входять до двох, 8% входять до трьох-п'яти асоціацій. Невелика частка опитаних підприємств (0.5% серед тих, що входять до бізнес-асоціацій) є членами більше ніж п'яти асоціацій.

Найбільша частка членів бізнес-асоціацій зафіксована серед великих підприємств (77%), найменша – серед мікропідприємств (20%). Великі підприємства переважно входять до більшої кількості бізнес-асоціацій. Наприклад, серед великих підприємств найбільша частка тих, хто є членом трьох-п'яти асоціацій, – 12%. Для порівняння, для середніх підприємств цей показник становить 7%, для малих – 5%, для мікропідприємств – 5%.

Опитування показало, що найбільший відсоток членів бізнес-асоціацій спостерігається серед підприємств, які займаються експортною та імпортною діяльністю – 60%. Меншим є відповідний показник для винятково експортерів – 45%, ще вдвічі меншим для винятково імпортерів – 23%. Окрім того, підприємства, що одночасно експортують та імпортують товари, переважно є членами більшої кількості бізнес-асоціацій ніж інші.

У галузевому вимірі найчастіше членами бізнес-асоціацій є промислові підприємства (59%). Цей показник більше ніж вдвічі перевищує аналогічні показники в інших галузях: так, у сільському господарстві 25,7% підприємств входять до бізнес-асоціацій, у торгівлі – 26,4%.

У регіональному вимірі найбільше підприємств-членів асоціацій знаходиться в Сумській області (61%), Хмельницькій (60%) та Луганській (59%) областях.

#### 5.1.4. Послуги бізнес-асоціацій

Найбільш поширеними послугами, які отримують підприємства від бізнес-асоціацій, є інформаційні послуги: їх отримують 65% опитаних. Для 51% опитаних бізнес-асоціації проводять тренінги. 34% респондентів повідомили про таку послугу від бізнес-асоціацій як допомога в пошуку нових торговельних партнерів за кордоном, а 26% – в Україні. Для 27% підприємств бізнес-об'єднання допомагають вирішувати конфліктні ситуації, для 19% надають юридичну допомогу, а для 16% – допомагають з адвокацією та відстоюванням інтересів. 12% опитаних вказали, що не отримують жодних послуг від бізнес-асоціацій. При цьому мікропідприємства та малі підприємства отримують послуги від бізнес-асоціацій дещо рідше ніж середні та великі.

Рис. 46. Послуги, що надаються бізнес-асоціаціями



Промислові та сільськогосподарські підприємства отримують більше інформаційних послуг та послуг з пошуку нових торговельних партнерів, натомість торговельні підприємства отримують більше юридичних послуг. Підприємства-імпортери отримують найменше послуг, а підприємства, що займаються експортно-імпортною діяльністю, – найбільше.

Серед усіх регіонів Чернігівська, Донецька та Волинська області є лідерами за кількістю послуг, які отримують підприємства від бізнес-асоціацій, до яких вони входять.

#### 5.1.5. Готовність платити за послуги бізнес-асоціацій

Опитані підприємства зазначали, чи готові платити за послуги бізнес-асоціацій, і перелічували, за які саме послуги вони можуть заплатити. Частина підприємств висловила готовність платити за консультації з питань, пов'язаних з експортом (32,5%), а дещо менша частка опитаних готова пла-

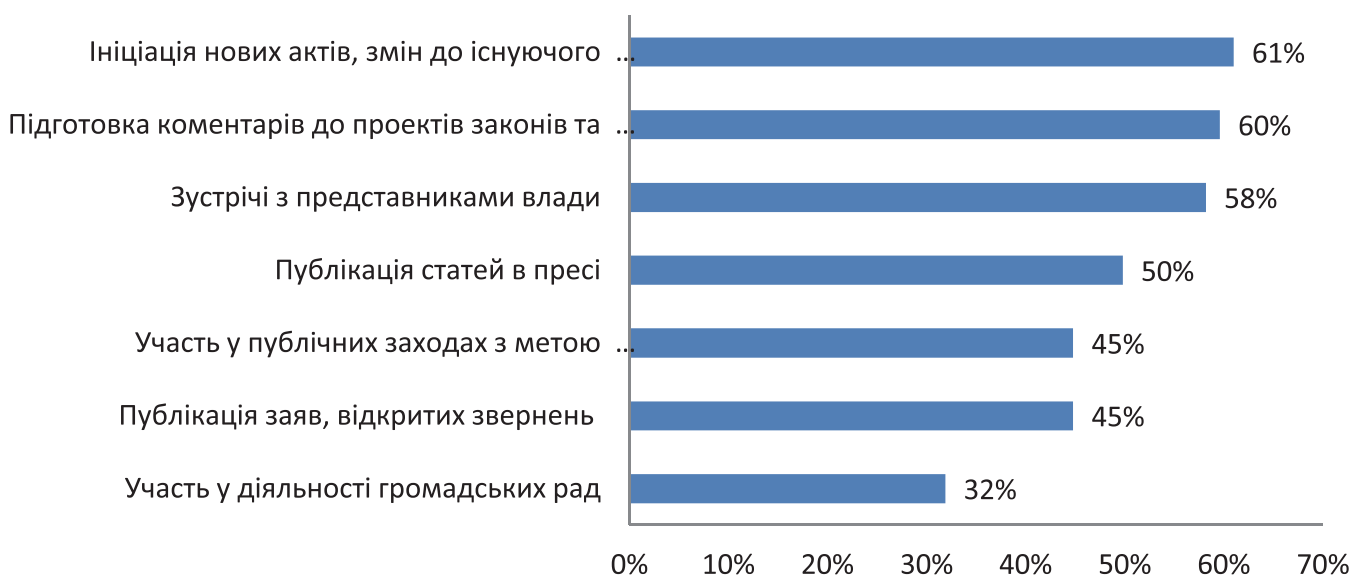
тити за тренінги та навчання з питань, пов'язаних із експортом (23%). Деякі опитані підприємства вказали, що готові платити за консультації та тренінги з питань імпорту.

При цьому 33% підприємств повідомили, що не готові платити за послуги бізнес-асоціацій, а 14,5% не змогли визначитися з відповіддю.

#### 5.1.6. Представлення інтересів бізнес-асоціаціями

Члени бізнес-асоціацій вважають, що представлення інтересів підприємств бізнес-асоціаціями має відбуватися, насамперед, шляхом ініціації та підготовки нових законодавчих актів, змін до існуючого законодавства (61% опитаних підприємств, які є членами бізнес-асоціацій, зазначили цей варіант), підготовки коментарів до проектів законів та нормативних актів (60%) та зустрічей з представниками влади (58%). Половина опитаних (50%) вважає, що бізнес-асоціації повинні представляти інтереси бізнесу через публікацію матеріалів у пресі. Також, на думку опитаних, бізнес-об'єднанням слід представляти інтереси підприємств-учасників через участь в обговореннях (45%), публікацію заяв і відкритих звернень (45%) та участь у діяльності громадських рад (32%).

Рис. 47. Шляхи представлення інтересів підприємств бізнес-асоціаціями



#### 5.2. Громадські ради з питань спрощення торгівлі

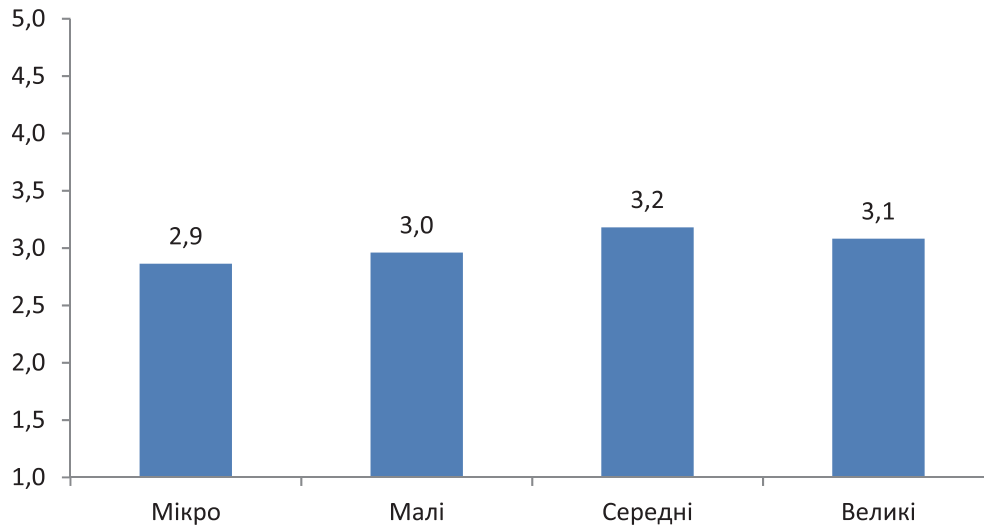
Підприємства оцінили діяльність громадської ради при Міністерстві економічного розвитку й торгівлі (МЕРТ) у питаннях, які стосуються процедур спрощення торгівлі. Кожен опитаний оцінив діяльність цієї ради за п'ятибальною шкалою, де оцінка «1» відповідає негативній оцінці громадської ради, а «5» – позитивній.

Результати оцінки показали, насамперед, що кожен другий представник підприємств не знайомий з діяльністю громадської ради при МЕРТ. Решта підприємств у середньому оцінили діяльність громадської ради при МЕРТ на середньому рівні: на 3,0 балів за шкалою від 1 (негативна оцінка) до 5 (позитивна оцінка). У свою чергу, підприємства, які займаються лише імпортом, у середньому оцінили на 2,9 бали, а ті, що лише експортують, не на багато вище: на 3,2 бали.

Серед представників різних секторів сільськогосподарські підприємства та промислові підприємства найвище оцінили діяльність громадської ради (на 3,1 бали). Підприємства, що працюють у галузях торгівлі та послуг, у середньому оцінили діяльність громадської ради з питань процедур спрощення торгівлі на 2,9 та 2,8 балів відповідно.

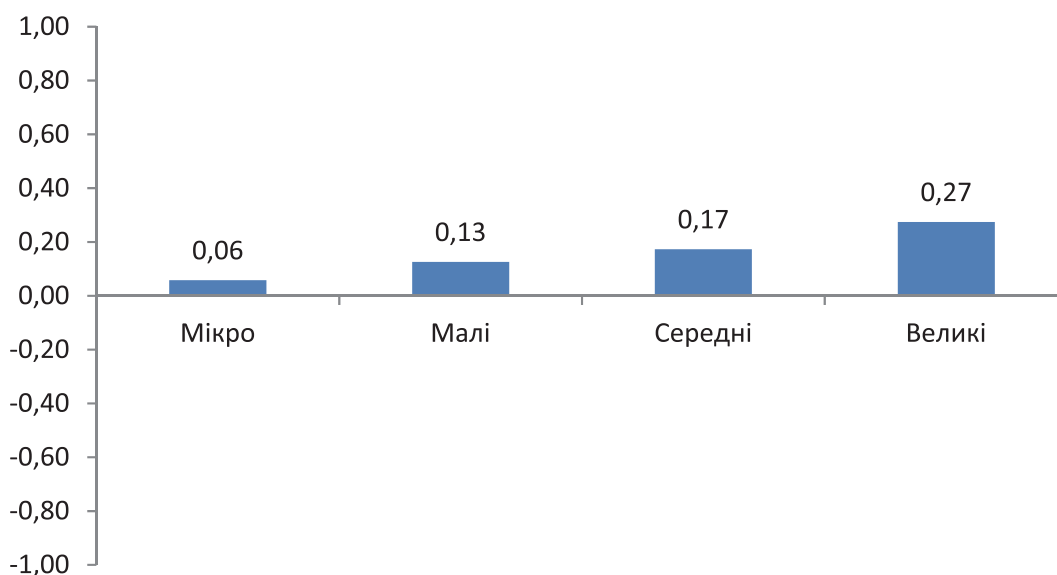
У регіональному вимірі діяльність громадської ради при МЕРТ найвище оцінили в Миколаївській та Херсонській областях (у середньому, на 3,6 бала), а найнижче – у Кіровоградській області (2,5 бала) та у м. Києві (2,6 бала).

**Рис. 48. Оцінка діяльності громадської ради при МЕРТ з питань спрощення процедури торгівлі (за розміром підприємств)**



Крім цього, у кінці 2016 року підприємства оцінили діяльність громадської ради при Міністерстві економічного розвитку й торгівлі в питаннях, які стосуються процедур спрощення торгівлі, у порівнянні з минулим роком. 69% підприємств вважають, що діяльність громадської ради в цих питаннях не змінилась. 23% підприємств оцінили діяльність громадської ради як таку, що покращилась, на противагу 8% підприємств, які повідомили про погіршення діяльності громадської ради при Міністерстві економічного розвитку й торгівлі. Із збільшенням розміру підприємств середня оцінка зміни діяльності громадської ради стає вищою: якщо для мікропідприємств вона знаходиться майже на рівні нуля за шкалою від -1 (що означає погіршення діяльності) до +1 (що відповідає покращенню діяльності), то великі підприємства в середньому оцінили цю зміну на 0,27 бала.

**Рис. 49. Оцінка зміни діяльності громадської ради при МЕРТ у питаннях, які стосуються процедур спрощення торгівлі, за минулий рік**



*Діалог зі спрощення процедур торгівлі підтримується лише кожним четвертим з опитаних підприємств. Більшість ведуть переговори через посередників, тобто через бізнес-асоціації та торгово-промислові палати. Частіше підтримують діалог та частіше стають членами бізнес-асоціацій великі та середні підприємства, а також підприємства, що займаються одночасно експортною та імпортною діяльністю. Серед послуг, які надають підприємствам бізнес-асоціації, найбільш поширена – це надання інформації та проведення семінарів і тренінгів. Більше половини опитаних підприємств вказали, що готові платити за послуги бізнес-асоціацій. Найбільш бажаним шляхом просування інтересів бізнесу асоціаціями є ініціація нових законодавчих актів, зміна та адаптація законодавства, підготовка коментарів щодо проектів законів.*

Половина опитаних не знайома з діяльністю громадської ради при Міністерстві економічного розвитку й торгівлі. Решта оцінює діяльність цієї ради на середньому рівні. При порівнянні діяльності громадської ради за минулий рік більшість респондентів не помітили змін. Серед решти респондентів відсоток тих, хто вважає, що робота ради покращилася, перевищує відсоток тих, хто вважає, що така робота погіршилася.



## 6. Отримання інформації

Для дотримання норм та вимог ведення економічної діяльності, а також адаптації до бізнес-середовища в Україні та країнах-партнерах необхідним є постійне надходження на підприємство інформації нормативного та регуляторного характеру. Це охоплює інформацію про експортно-імпортні процедури, документальні вимоги, технічні регламенти, стандарти на продукцію, транспортні та логістичні послуги тощо.

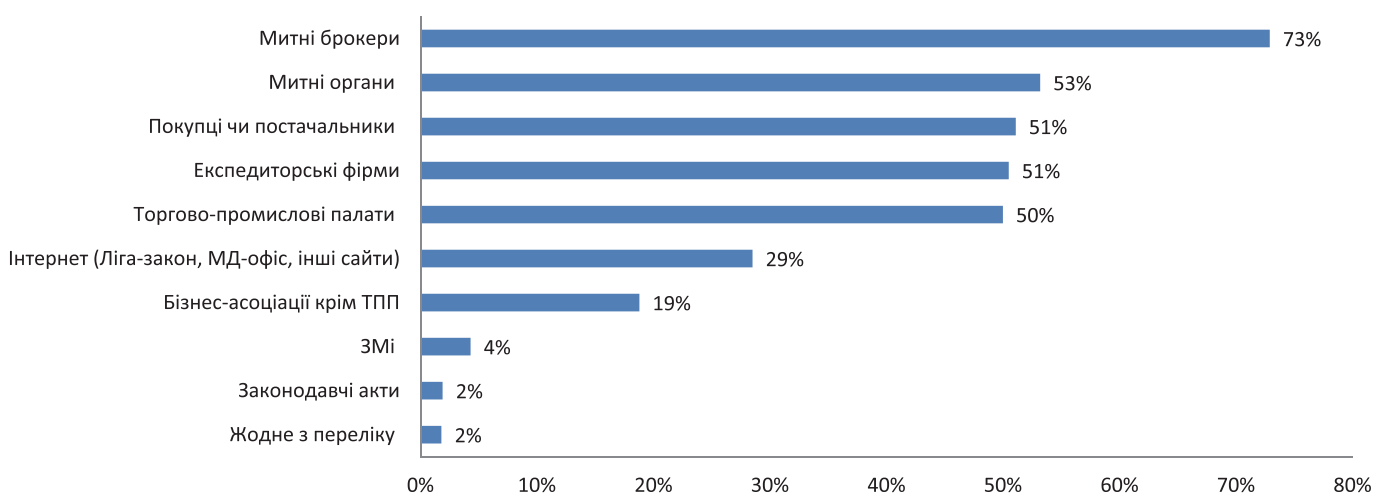
Інформація про ці питання в Україні та інших країнах надходить до підприємств із різних джерел. Опитування показало, що підприємства мають більшу можливість отримати інформацію щодо процедур, вимог та послуг в Україні, ніж у країнах-партнерах.

### 6.1. Отримання інформації в Україні

Найчастіше джерелом інформації про процедури в Україні є не державні органи, а митні брокери – через цей канал отримують інформацію 73% підприємств. Приблизно половина опитаних зазначили, що отримують інформацію від митних органів (53%), покупців або постачальників (51%), експедиторських фірм (51%) та торгово-промислових палат (50%). Менша частка підприємств отримує таку інформацію з інтернет-ресурсів (29%) та від бізнес-асоціацій (19%).

Найрідше бізнес отримує інформацію, що стосується зовнішньої торгівлі, зі ЗМІ (5%) та із законодавчих актів (2%). Близько 2% підприємств взагалі не отримують актуальної інформації через перелічені канали.

Рис. 50. Джерела інформації по Україні



Малі та мікропідприємства отримують інформацію від партнерів та організацій рідше ніж середні та великі підприємства, натомість частіше за інших отримують інформацію з Інтернету, преси, періодичних видань тощо. Підприємства галузі сільського господарства використовують більше каналів отримання інформації, ніж підприємства торгівлі та послуг.

Підприємства, що здійснюють одночасно експортну та імпорتنу діяльність, користуються дещо більшою кількістю каналів отримання інформації, ніж винятково експортери або імпортери. Зокрема, вони частіше отримують інформацію від бізнес-асоціацій, постачальників або покупців, експедиторських фірм та митних органів. Водночас, підприємства-імпортери отримують більше інформації від митних брокерів та менше від торгово-промислових палат, ніж експортери та підприємства, що є експортерами та імпортерами одночасно.

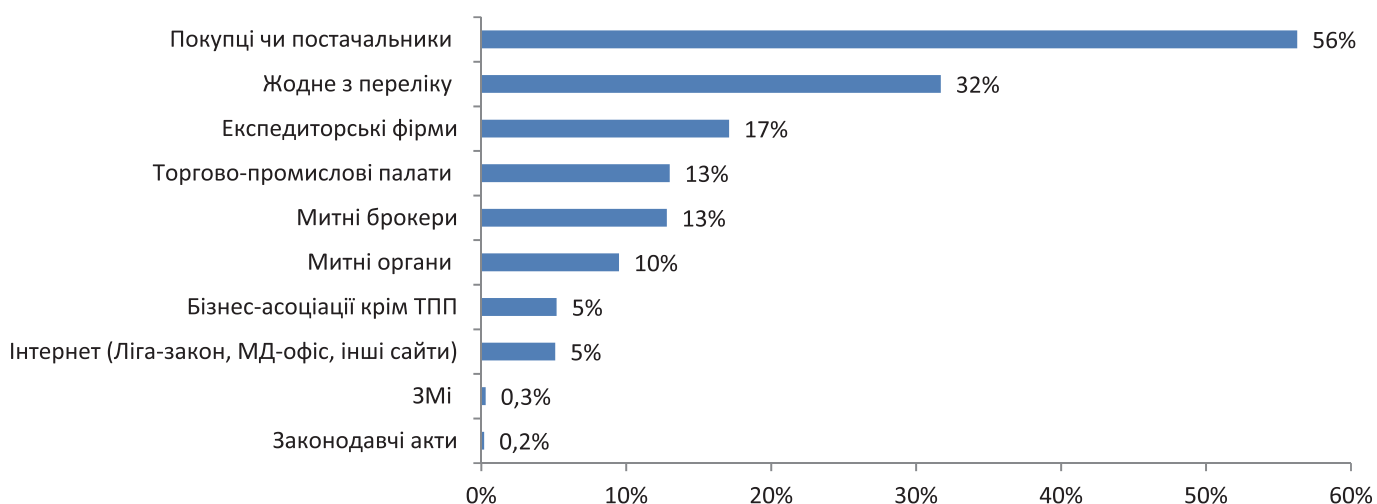
Регіональне порівняння показує, що найбільшу кількість каналів інформації використовують опитані підприємства Тернопільської та Житомирської областей. Найменшою кількістю джерел для отримання актуальної інформації користуються підприємства Одеської та Сумської облас-

тей – відповідно 7% і 6% підприємств не отримують інформацію з перелічених джерел. Для порівняння, у середньому в регіонах близько 2% підприємств не отримують інформації з жодного з вище описаних каналів.

## 6.2. Отримання інформації в країнах-партнерах

Згідно з результатами опитування інформацію щодо експортно-імпортних процедур, документальних вимог та інших питань, що стосуються торгівлі в країнах-партнерах, підприємства отримують переважно від покупців чи постачальників (56%). Інформацію від експедиторських фірм отримують 17% підприємств, від торгово-промислових палат та митних брокерів – по 13%, від митних органів – 10%, а від бізнес-асоціацій та з Інтернету – по 5%. Близько третини підприємств (32%) зовсім не отримують інформації щодо торгівлі в країнах-партнерах через перелічені канали.

Рис. 51. Джерела інформації у країнах-партнерах



Великі підприємства, а також підприємства, що є водночас експортерами та імпортерами, використовують більше джерел інформації про експортно-імпортні процедури та регулювання в країнах-партнерах. У галузевому представленні промислові підприємства використовують більше каналів отримання інформації, ніж підприємства інших галузей.

У регіональному розрізі найбільше різними джерелами інформації про торговельні правила в країнах-партнерах користуються підприємства Тернопільської, Чернівецької та Житомирської областей. Найменшу кількість джерел для отримання інформації використовують підприємства Сумської та Івано-Франківської областей – по 43% підприємств (середній показник у регіонах становить близько 31%).

## 6.3. Використання урядових порталів

Опитані підприємства вказували, чи вони користуються урядовими інтернет-порталами для отримання актуальної інформації, що стосується ведення бізнесу. Найчастіше інформацією з урядових сайтів користуються підприємства, які ведуть одночасно експортну та імпортну діяльність. Водночас, винятково експортери більше використовують урядові інтернет-ресурси в порівнянні з винятково імпортерами.

У галузевому представленні найширше коло відвідувачів урядових порталів – у промисловості, а найбільша кількість регулярних користувачів – у галузі сільського господарства. Найменше інформацію з урядових сайтів використовують підприємства галузі послуг.

Згідно з результатами опитування підприємства найбільше відвідують сайт Державної фіскальної служби України, Кабінету Міністрів України та Міністерства економічного розвитку й торгівлі

України – ними користуються більше половини підприємств. Найменшим за обсягом користувачів є сайт «Державна підтримка українського експорту» – лише 17% компаній використовують його для отримання актуальної інформації.

Найширше коло користувачів сайту Державної фіскальної служби зафіксовано в Луганській області – 83% підприємств використовують сайт для отримання інформації (38% використовують його регулярно). Лідером за кількістю частих відвідувань порталу є Закарпатська область – 43% підприємств часто відвідують портал. Сайтом Кабінету Міністрів України також найбільше користуються в Луганській області – 75% підприємств (13% відвідують часто). За кількістю регулярних відвідувачів лідером є Хмельницька область, де 25% зазначили, що використовують цей портал часто. Сайт Міністерства економічного розвитку й торгівлі України найбільше користувачів має в Херсонській області – 71% підприємств (15% отримують інформацію регулярно). Найбільший відсоток респондентів, які використовують інформацію регулярно, зафіксовано в Хмельницькій (23%) та Чернігівській областях (21%). Найменш активними в регіональному вимірі користувачами урядових порталів є підприємства Волинської та Миколаївської областей.

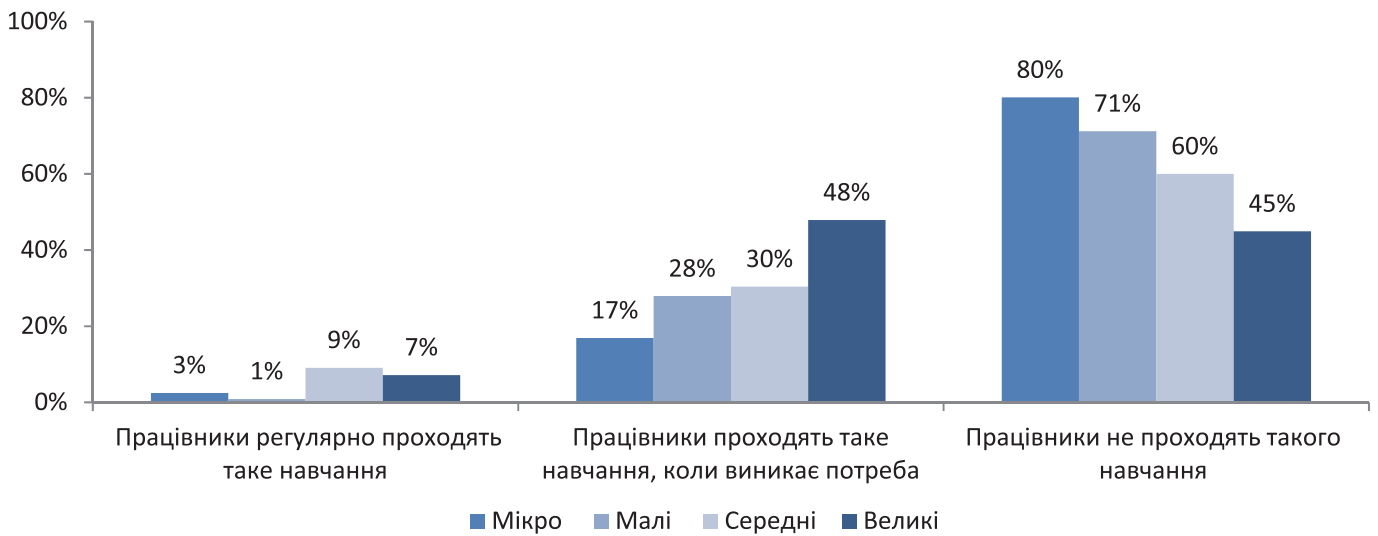
*Отже, отримання необхідної інформації про регуляторні процедури в Україні для підприємства є значно легшим процесом, ніж отримання аналогічної інформації про країну-партнера. Найчастіше каналом такої інформації щодо України є митні брокери, а щодо країн-партнерів – постачальники або покупці. Більшу кількість джерел інформації використовують великі компанії та підприємства, що є одночасно експортерами та імпортерами.*

## 7. Тренінги та навчання

### 7.1. Практика навчання працівників підприємств щодо ЗЕД

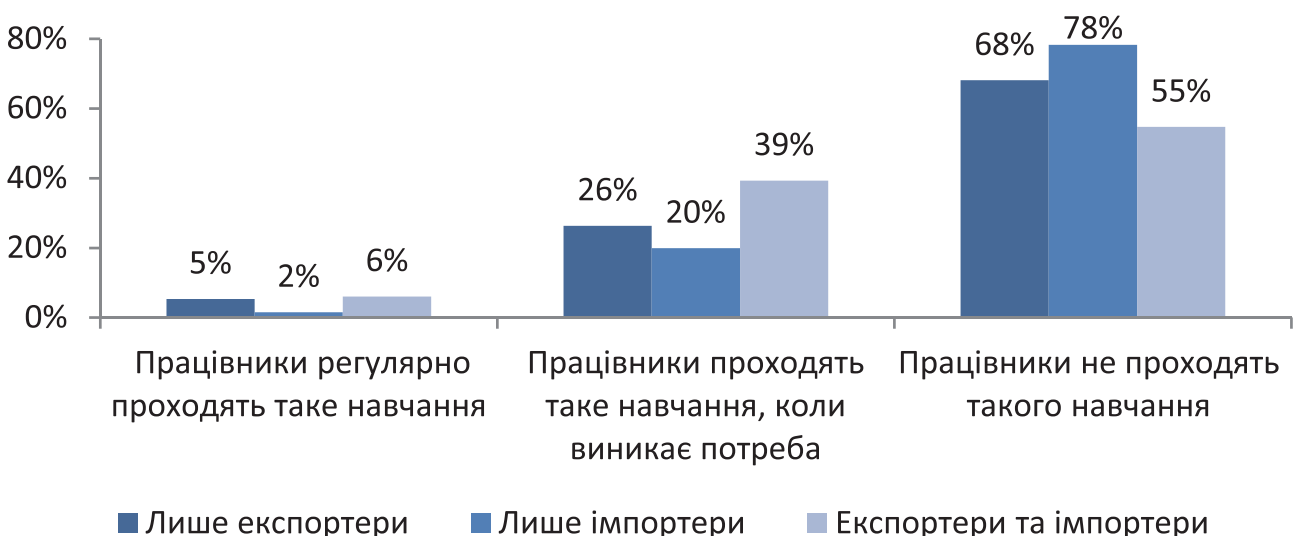
Працівники двох третин опитаних підприємств не проходили навчання з питань, які стосуються здійснення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема спрощення процедур торгівлі. А саме, 65% підприємств повідомили, що їхні працівники не проходять навчання із зазначених питань. 31% підприємств вказали, що працівники проходять навчання, яке стосується здійснення зовнішньоекономічної діяльності, коли виникає потреба. Решта 5% підприємств повідомили, що їхні працівники регулярно проходять навчання, що стосується здійснення зовнішньоекономічної діяльності.

**Рис. 52. Проходження навчання щодо зовнішньоекономічної діяльності (за розміром підприємств)**



Із збільшенням розміру підприємств збільшується відсоток тих, де працівники проходять навчання з питань зовнішньої торгівлі. Так, майже половина великих підприємств (48%) повідомили, що їхні працівники проходили таке навчання, коли виникала потреба. А частка тих підприємств, працівники яких не проходили такого навчання, становила 45% серед великих підприємств, що значно менше за відповідні частки середніх (60%), малих (71%) та мікропідприємств (80%).

**Рис. 53. Проходження навчання щодо зовнішньоекономічної діяльності (за видом діяльності підприємств)**



Працівники підприємств, що займаються експортом та імпортом, проходять навчання з питань зовнішньоекономічної діяльності більшою мірою, ніж працівники підприємств, які тільки експортують чи тільки імпортують. Так, 45% підприємств, які мають експорт та імпорт, повідомили, що їхні працівники проходять таке навчання регулярно чи в разі виникнення потреби, у той час як для лише експортерів частка таких підприємств становила 31% та для лише імпортерів – 22%.

40% промислових та 34% сільськогосподарських підприємств повідомили, що їхні працівники проходять навчання щодо ЗЕД регулярно чи коли виникає потреба. Серед підприємств, які займаються торгівлею та надають послуги, відсоток таких становив 27% та 32%.

## 7.2. Хто проводить навчання

Найчастіше тренінги та навчання для працівників підприємств із питань ЗЕД проводиться торгово-промисловими палатами (ТПП). Так, 62% опитаних підприємств, працівники яких проходили навчання із ЗЕД, зазначили, що таке навчання для них проводили ТПП. Для 35% опитаних тренінги проводилися Державною фіскальною службою. Для 26% підприємств це навчання проводили незалежні експерти, а для 23% – бізнес-асоціації.

Серед інших інституцій, які проводили для їхніх працівників навчання з питань міжнародної торгівлі, опитані підприємства також називали органи місцевого самоврядування, Міністерство економічного розвитку й торгівлі, громадські та міжнародні організації та інші організації та державні органи.

**Рис. 54. Інституції, які проводили навчання підприємств щодо зовнішньоекономічної діяльності**



Кожне друге з трьох опитаних підприємств вказали, що їхні працівники не проходять навчання з питань, які стосуються здійснення зовнішньоекономічної діяльності, зокрема спрощення процедур торгівлі. Із зменшенням розміру підприємств зменшується ймовірність проходження такого навчання їхніми працівниками. Навчання з питань торгівлі найчастіше проводять для підприємств торгово-промислові палати. Крім того, таке навчання проводять державні органи, зокрема Державна фіскальна служба, а також бізнес-асоціації, громадські організації та незалежні експерти.