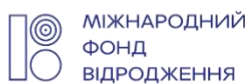


П'ята хвиля щорічного опитування українських експортерів та імпортерів

Тема 3. СПРОЩЕННЯ ПРОЦЕДУР ТОРГІВЛІ В УКРАЇНІ:
Угода про асоціацію, перешкоди ЗЕД та роль бізнес-асоціацій
Короткий виклад основних результатів

Дослідження проведено Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій в рамках реалізації проекту Підтримка Громадської Ініціативи «За чесну та прозору митницю» за фінансової підтримки Європейського Союзу, МФ «Відродження» та Atlas Network



Зміст

ГОЛОВНЕ	3
1. Структура опитаних підприємств.....	4
2. Вплив Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС	5
2.1. Оцінка впливу Угоди про асоціацію	5
2.2. Очікуваний вплив Угоди про асоціацію	8
3. Перешкоди при ЗЕД.....	12
3.1. Перешкоди при експорті	12
3.2. Перешкоди при імпорті	14
4. Оцінка діяльності Офісу з просування експорту.....	15
5. Джерела інформації для учасників ЗЕД	18
5.1. Використання джерел інформації про регулювання ЗЕД.....	18
5.2. Використання урядових сайтів учасниками ЗЕД	22
6. Роль бізнес-асоціацій.....	23
6.1. Членство в бізнес-асоціацій	23
6.2. Готовність платити за послуги бізнес-асоціацій.....	26
Методологія.....	27

ГОЛОВНЕ

Результати опитування 2020 року свідчать, що серед бізнесу зростає частка тих, хто відчув позитивний вплив Угоди про асоціацію між Україною та ЄС на діяльність підприємства. 39,3% керівників підприємств вважають, що їх підприємство виграло від запровадження Угоди. Це найвищий показник за весь час проведення дослідження з 2016 року (!).

Про наявність перешкод при здійсненні експортної та імпорتنної діяльності повідомили найменше опитаних за всі хвили щорічного дослідження. Причому в 2020 році порівняно до 2018 року, частка експортерів, які повідомили, що стикались з проблемами скоротилась втричі — з 23,6% до 7,9%.

Основними перешкодами, на думку опитаних експортерів, є відсутність спрощених правил визначення походження товару та тривале очікування оформлення експорту на митниці. Для імпортерів, головними перешкодами є непрозорість визначення митної вартості товарів, складність митного і податкового законодавства, високі ставки митних платежів.

Інтернет залишається найбільш популярним джерелом інформації про регулювання ЗЕД в Україні та закордоном. Однак при пошуку інформації про регулювання ЗЕД в країнах-партнерах важливими є персональні зв'язки (інформація від покупців та постачальників). Експортери та імпортери також користуються урядовими порталами. Про більшість урядових сайтів поінформовані близько 98-99% опитаних. Найчастіше опитані підприємці користуються сайтами ДМС та ДПС.

У 2020 році експортерам вдруге було запропоновано оцінити діяльність Офісу з просування експорту України, який у 2018 році трансформовано з проекту підтримки експорту/консультативно-дорадчого органу в державну установу. Згідно з отриманими результатами, рівень поінформованості експортерів про Офіс з просування експорту зріс від 27,8% у 2018 році до 34,1% у 2020 році. Середня оцінка діяльності Офісу з просування експорту становить 3,4 бала (у 2018 році — 3,3 бала).

У 2020 році майже третина (30,9%) підприємств-учасників ЗЕД були членами хоча б одного ділового об'єднання, включаючи торгово-промислові палати, спілки роботодавців, спілки малих підприємств тощо. Переважна більшість підприємств беруть участь лише в одному діловому об'єднанні. Лише 13,2% опитаних повідомили, що не готові платити за жодні послуги бізнес-асоціацій.

1. Структура опитаних підприємств

Серед 1045 підприємств, опитаних у 2020 році, представлені мікропідприємства (42,3%), малі (28%), середні (21,4%) та великі (8,2%) підприємства.

Підприємства-учасники ЗЕД, які взяли участь в опитуванні, поділяються на три групи за видом ЗЕД:

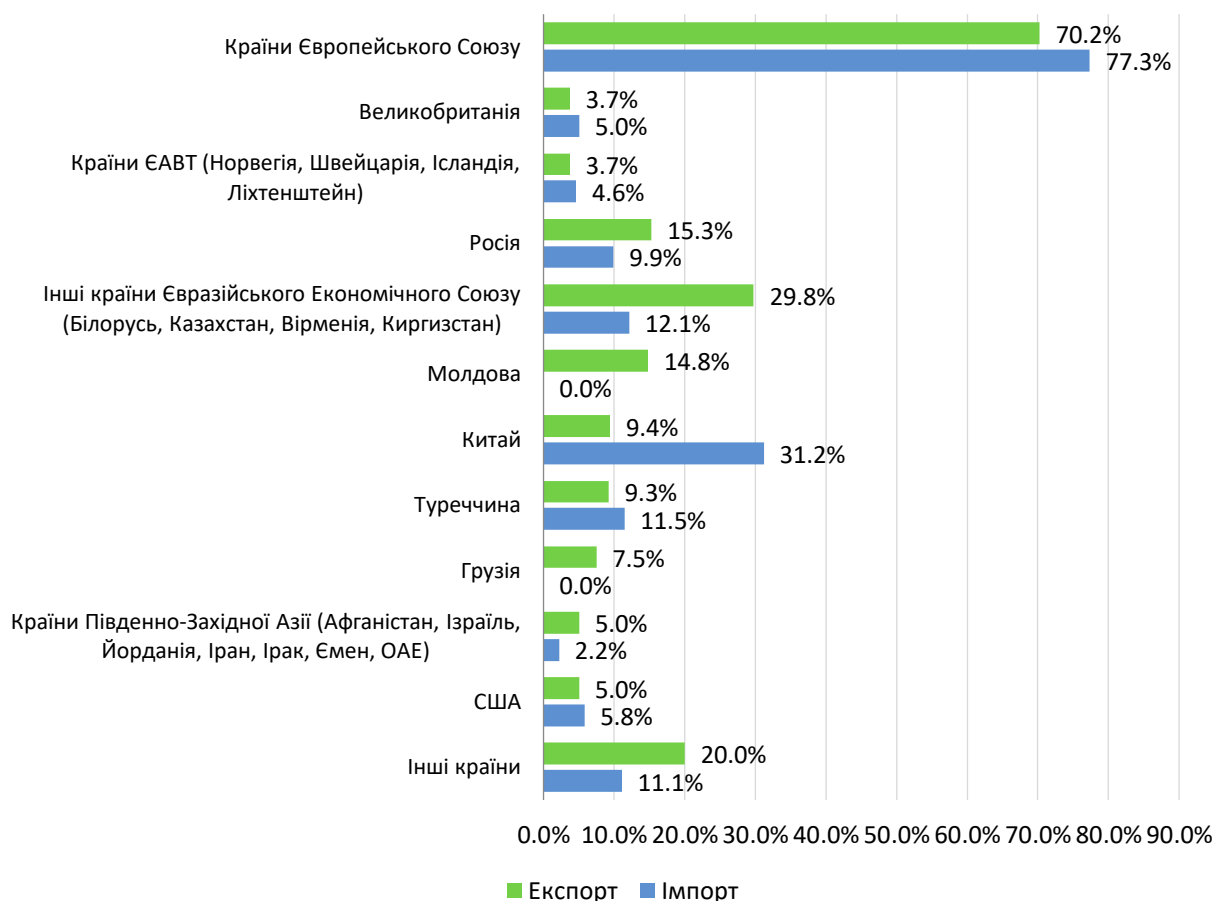
- ті, які лише експортують (24,4%) – далі «виключно експортери»,
- ті, що лише імпортують (40,8%) – далі «виключно імпортери»,
- підприємства, що здійснюють як експорт, так і імпорт (34,8%).

Опитані підприємства-учасники ЗЕД працюють у секторах сільського господарства, промисловості, торгівлі та інших секторів послуг (далі «послуг»).

86,8% підприємств повідомили, що працюють з митними брокерами.

Європейський Союз є найпоширенішим напрямком як експорту, так і імпорту для опитаних підприємств.

Рис. 1. Напрями торгівлі за експортом та імпортом, % опитаних



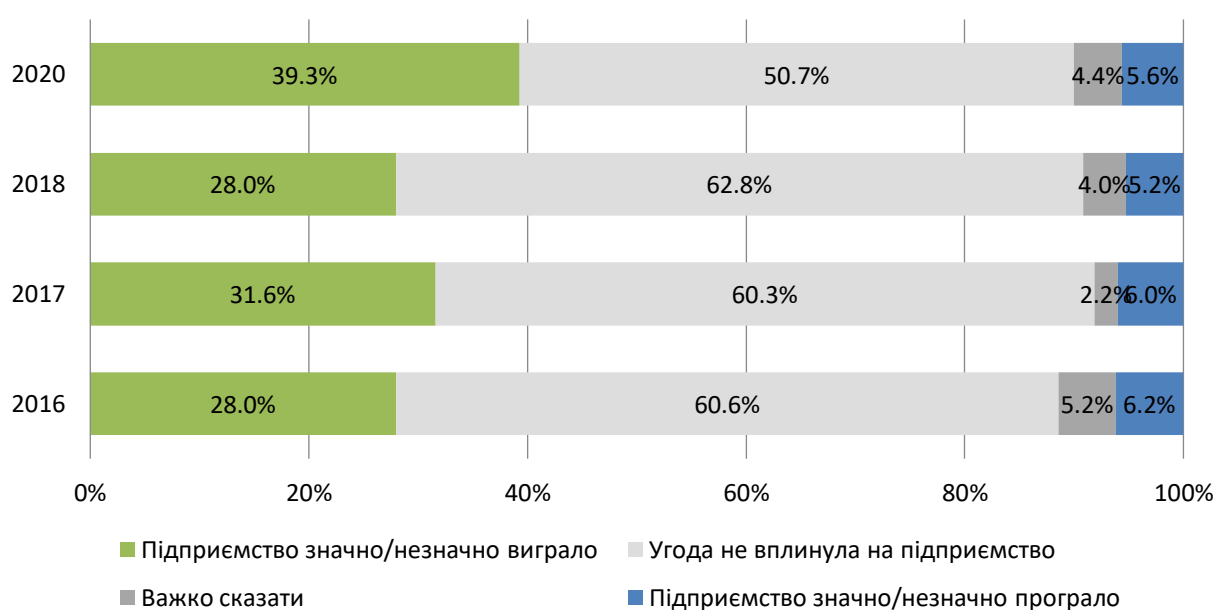
67,5% респондентів склали чоловіки, 32,5% – жінки.

2. Вплив Угоди про Асоціацію між Україною та ЄС

2.1. Оцінка впливу Угоди про асоціацію

- У 2020 році, порівняно з попередніми хвилями опитування, спостерігається найвища частка підприємств, які позитивно оцінили вплив Угоди про асоціацію між Україною та ЄС (у тому числі створення зони вільної торгівлі з ЄС) – 39,3%. У 2016-2018 роках цей показник залишався приблизно близько 30%.
- Лише майже 6% опитаних вказують, що їхнє підприємство значно або незначно прогало. Частка респондентів, котрі відчули негативний вплив, залишається майже незмінною з 2016 року.
- Кожен другий респондент вважає, що Угода не вплинула на підприємство.

Рис. 2. Оцінка впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, за роками (% опитаних)



- Підприємства, що поєднують експорт та імпорт або лише імпортують, найбільшою мірою відчули позитивний вплив.
- Згідно з результатами дослідження, серед експортерів продовжує залишатися найнижчий рівень позитивних оцінок.
- Результати опитування вказують, що у 2020 році майже дві третини експортерів досі не відчували впливу Угоди. Однак частка негативних оцінок експортерів зменшилася майже вдвічі порівняно з 2016 роком.
- У 2020 році, порівняно з 2016 роком, зросла частка позитивних оцінок для всіх видів ЗЕД.
- Згідно з результатами дослідження, великий бізнес більшою мірою відчуває позитивний вплив Угоди порівняно із сектором МСП. Серед великого бізнесу також менша частка підприємств, які не можуть оцінити вплив Угоди.
- У 2020 році рівень позитивних оцінок вищий серед підприємств усіх розмірів порівняно з 2016 роком. При цьому частка позитивних оцінок мікро та малого бізнесу зросла майже вдвічі.

Рис. 3. Оцінка впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2020 році, за видом ЗЕД (% опитаних)

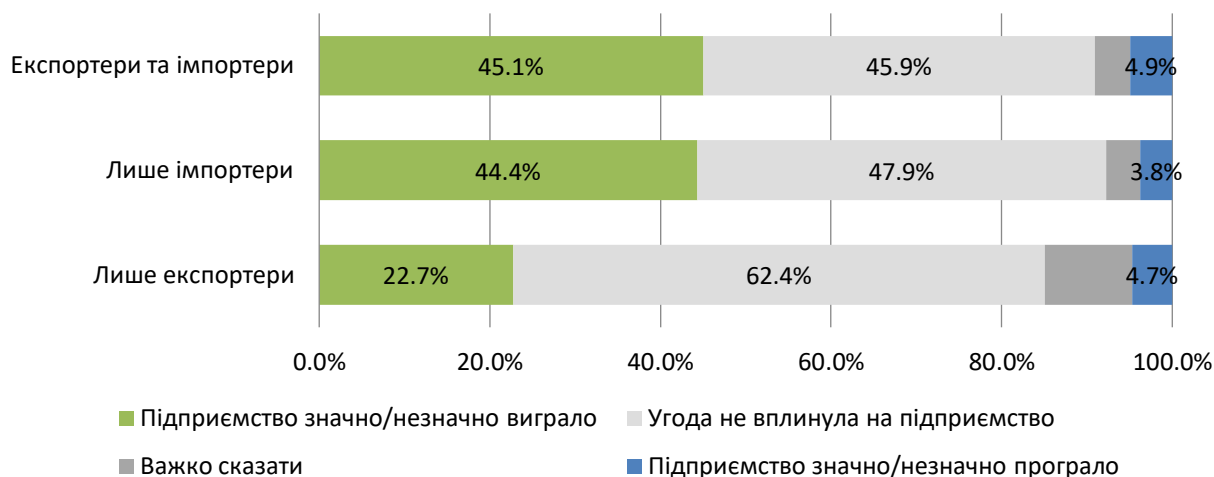
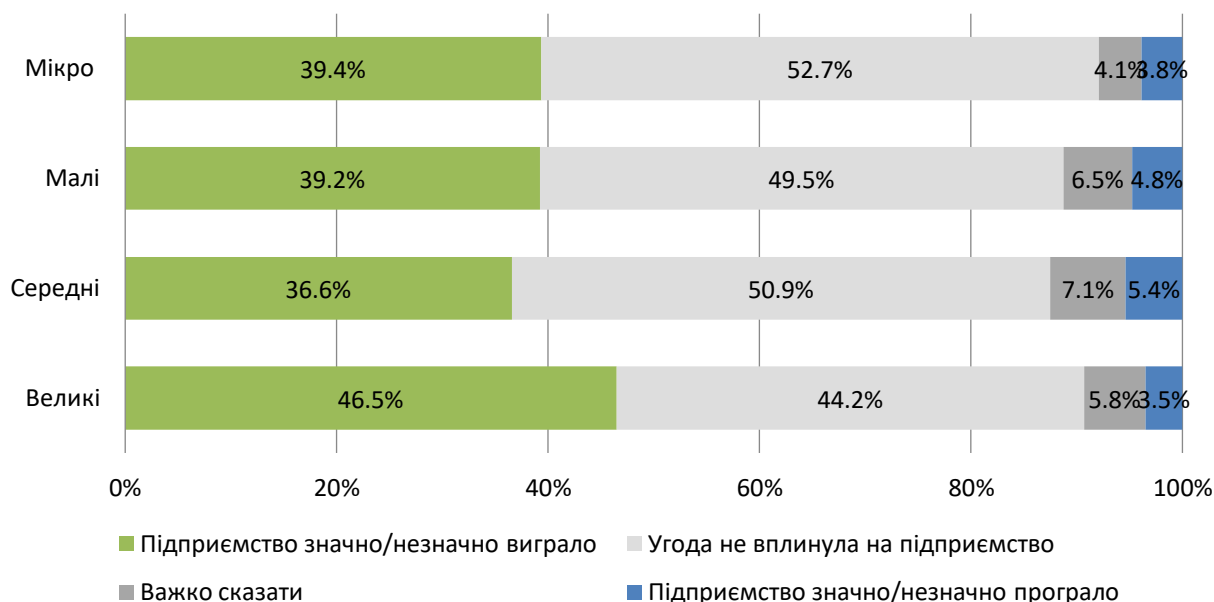


Рис. 4. Оцінка впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, за розміром підприємств (% опитаних)



- Сектор торгівлі найбільшою мірою відчув позитивний вплив Угоди про асоціацію. На противагу цьому, серед сільськогосподарських підприємств найнижча частка позитивних оцінок.
- У сфері послуг найвища частка респондентів, котрі вказують про програш від впливу Угоди. Зокрема про значні або незначні втрати вказує кожен десятий респондент.
- Порівняно з 2016 роком, майже в півтора рази зросли частки позитивних оцінок промислових та торговельних підприємств. Водночас майже не змінився рівень позитивних оцінок підприємств сільського господарства та сфери послуг.

Рис. 5. Оцінка впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, за сектором (% опитаних)

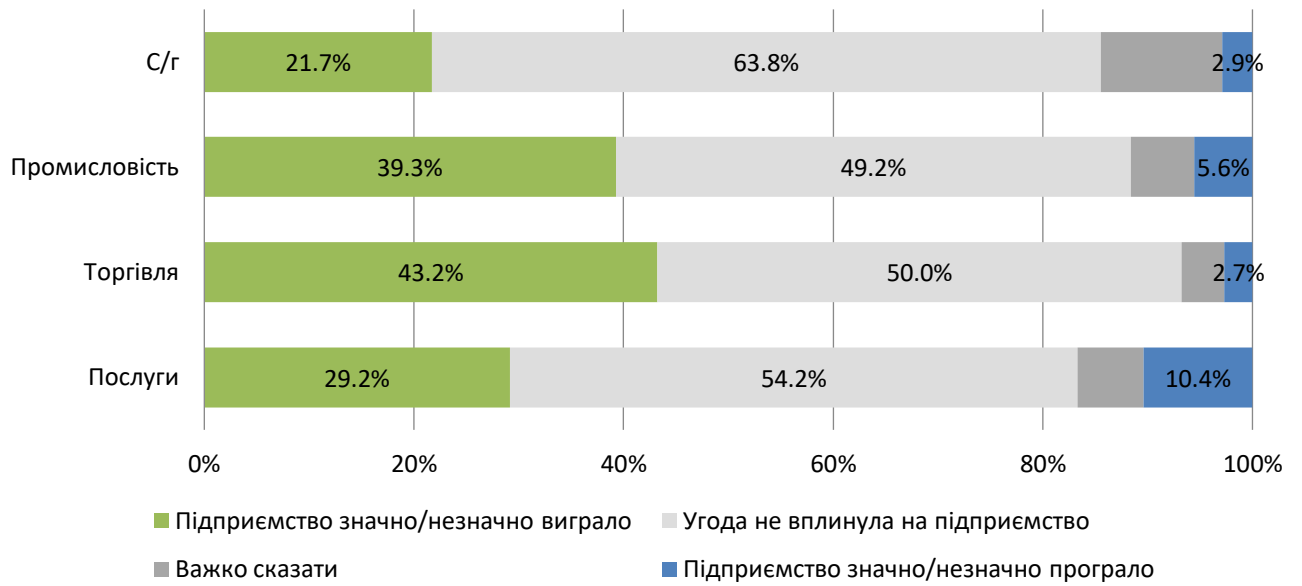


Рис. 6. Балансовий показник оцінок впливу Угоди про асоціацію в регіонах¹



¹ Для Луганської області неможливо розрахувати балансовий показник через недостатню наповнюваність підвибірки.

- Львівська область – лідер позитивних оцінок, єдиний регіон, де такі оцінки переважають (більше 50%). Майже кожен другий респондент дає позитивні оцінки у Рівненській (48,3%), Тернопільській (48,0%) та Чернівецькій (47,6%) областях.
- Згідно з результатами опитування, найнижча частка позитивних оцінок спостерігається в Херсонській області, лише кожен п'ятий опитаний (18,2%)
- У шести регіонах відсутні респонденти, котрі відчули негативний вплив на їхнє підприємство. Також у більш як в половині регіонів негативні оцінки вплив Угоди становлять менше 4%.
- У Херсонській області також найвища частка респондентів, які вважають, що їхнє підприємство прогало від Угоди (13,6%).

В рамках дослідження також було підраховано показник оцінок впливу Угоди про асоціацію – різниця між позитивними та негативними оцінками щодо впливу Угоди про асоціації:

- Найвищий балансовий показник – у Львівській області (+51). Результати дослідження вказують, що високі значення балансового показника переважно у західних та центральних регіонах.
- Найнижчий показник – у Херсонській області (+0,05). Тобто у Херсонській області позитивні оцінки лише на 5 в. п. перевищують негативні.

2.2. Очікуваний вплив Угоди про асоціацію

- **Частка підприємств, які вважають, що їхнє підприємство виграє від Угоди про асоціацію (у тому числі зони вільної торгівлі з ЄС) впродовж найближчих п'яти років, у 2020 році (44,9%) зроста порівняно з 2018 роком (41,1%).** Однак підприємства досі залишаються менш оптимістичними порівняно з результатами 2016 та 2017 років (очікування останнього були найбільш оптимістичними).
- Частка респондентів, котрі очікують негативний вплив, залишається майже незмінною з 2016 року.
- Четверть опитаних учасників ЗЕД не може визначити яким буде вплив Угоди на підприємство за п'ять років. Найнижчий рівень невизначеності щодо майбутнього впливу Угоди був у 2017 році (лише кожен п'ятий з опитаних тоді не міг визначитися з цього питання).
- Згідно з результатами дослідження, майже кожен другий керівник підприємств, що імпортують, або водночас експортують та імпортують, мають позитивні очікування. Рівень позитивних очікувань підприємств, які імпортують, або поєднують експорт та імпорт, нижчий ніж у 2016 році.
- Підприємств, які займаються лише експортом, мають найменш позитивні очікування (лише кожен третій опитаний). Однак у 2020 році частка позитивних очікувань експортерів перевищує показник 2016 року.
- Серед експортерів найвища частка респондентів, котрі не очікують впливу Угоди на підприємство та тих, хто не зміг визначитися буде вплив чи ні.

Рис. 7. Оцінка очікуваного впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, за роками (% опитаних)

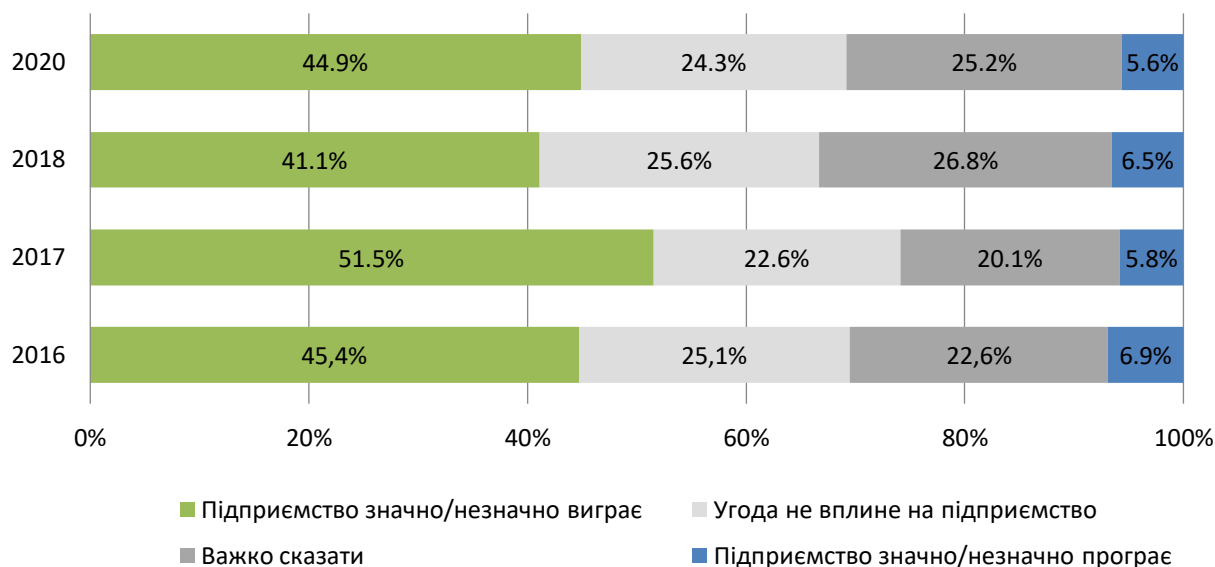
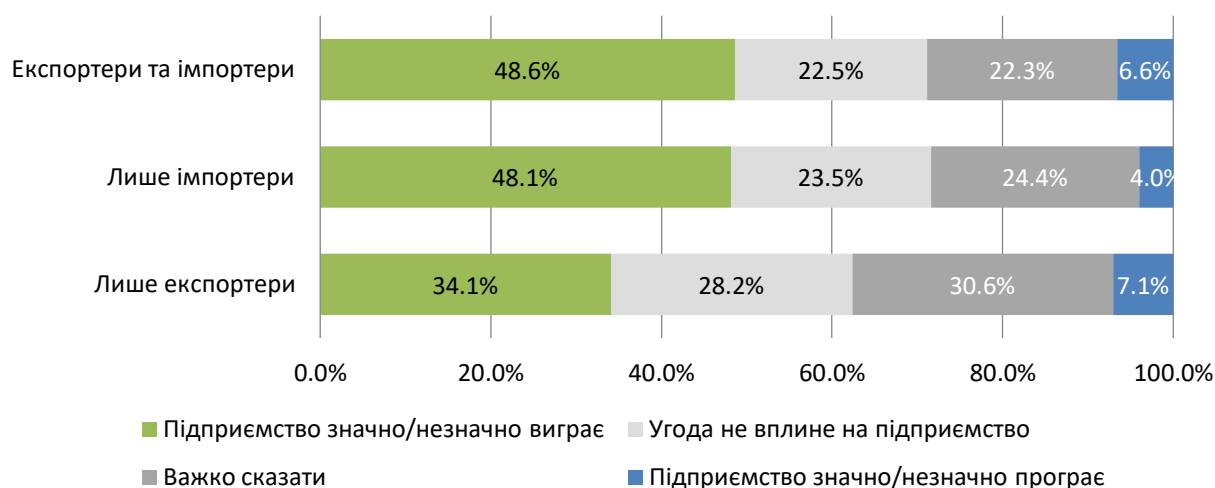


Рис. 8. Оцінка очікуваного впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС, за видом ЗЕД (% опитаних)



- Результати дослідження свідчать, що підприємства великого розміру мають найбільш оптимістичні очікування щодо впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС.
- Частка позитивних очікувань є майже однаковою серед мікро-, малих та середніх підприємств.
- Зі збільшенням розміру підприємств, рівень невизначеності щодо впливу Угоди зменшується. Згідно з отриманими даними, серед представників МСП рівень невизначеності вищий ніж серед великих підприємств.
- Порівняно з 2016 роком, зменшилася частка позитивних очікувань серед великого та середнього бізнесу, однак зросла серед малого та мікро.

Рис. 9. Оцінка очікуваного впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2020 році, за розміром підприємств (% опитаних)

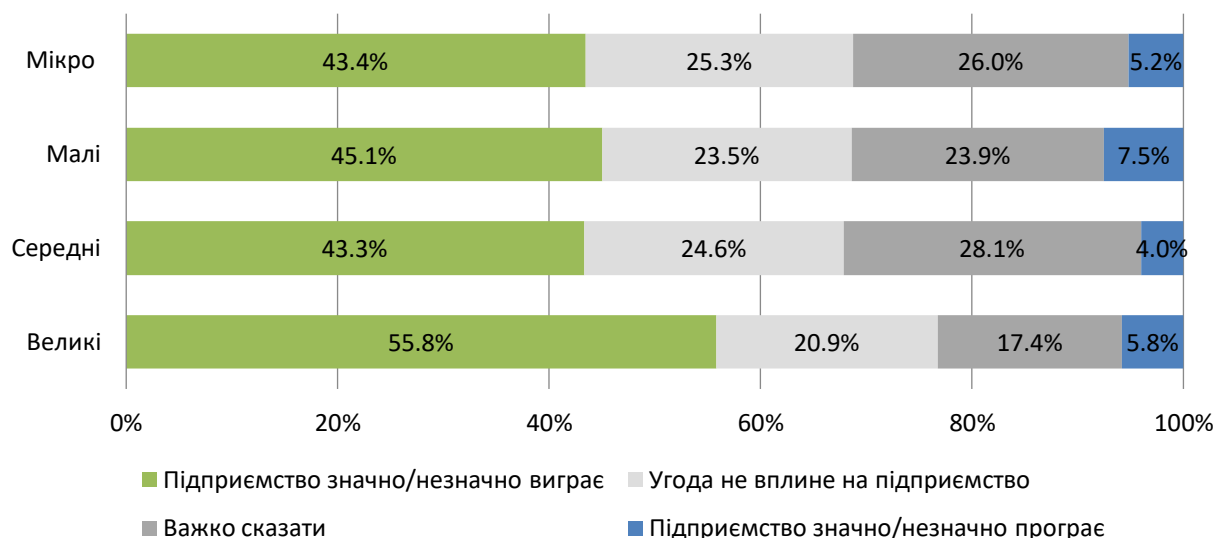
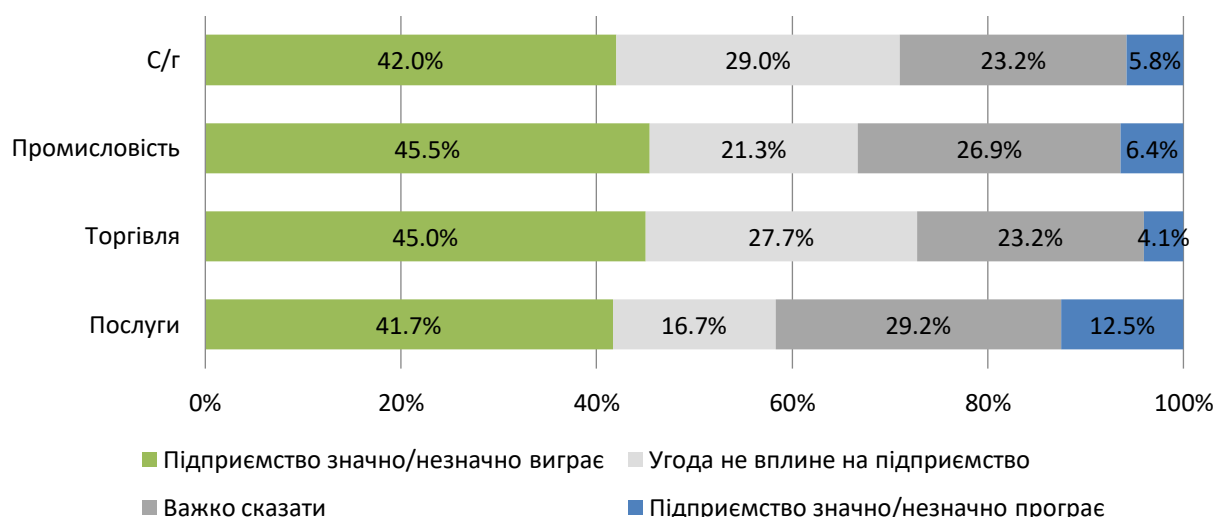


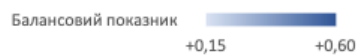
Рис. 10. Оцінка очікуваного впливу Угоди про асоціацію між Україною та ЄС у 2020 році, за сектором (% опитаних)



- Згідно з отриманими даними, у 2020 році частка позитивних оцінок майже не відрізняється між секторами, однак частка позитивних оцінок вища у промисловості та торгівлі.
- Дані дослідження свідчать, що у сільському господарстві найвища частка опитаних, котрі вважають, що Угода не вплине на їхні підприємства в найближчі п'ять років.
- У сфері послуг найвища частка респондентів, котрі мають негативні очікування. Результат перевищує в декілька разів показник для інших секторів.
- Порівняно з 2016 роком, майже не змінилася частка позитивних очікувань у послугах, торгівлі та промисловості. У сільському господарстві частка позитивних очікувань зменшилася майже на 7 в. п.

- Найбільша невизначеність щодо того, яким буде вплив Угоди серед підприємств сфери послуг.

Рис. 11. Балансовий показник оцінок очікуваного впливу Угоди про асоціацію в регіонах²



- Учасники ЗЕД з Черкаської (62,5%), Львівської (60,3%) та Тернопільської (60,0%) областей мають найбільш позитивні очікування щодо впливу Угоди. У цих регіонах про можливий позитивний вплив повідомили майже 2/3 опитаних.
- Найменша частка підприємств, які очікують позитивних результатів, у Кіровоградській (30,0%), Запорізькій (31,7%) та Чернігівській (34,5%) областях. Лише близько третини опитаних надали позитивні оцінки.
- У Тернопільській, Житомирській та Сумській області відсутні респонденти, котрі б передбачали негативний вплив на їхні підприємства. При цьому в половині регіонів негативні очікування мають 5% і менше респондентів.
- У Кіровоградській області найвища частка респондентів, які очікують негативного впливу – 15,0%. Також висока частка негативних оцінок у Чернівецькій (14,3%), Херсонській (13,6%) та Одеській областях (12,3%).

² Для Луганської області неможливо розрахувати балансовий показник через недостатню наповнюваність підвибірки.

В рамках дослідження також було підраховано показник оцінок впливу Угоди про асоціацію – різниця між позитивними та негативними оцінками щодо очікуваного впливу Угоди про асоціації:

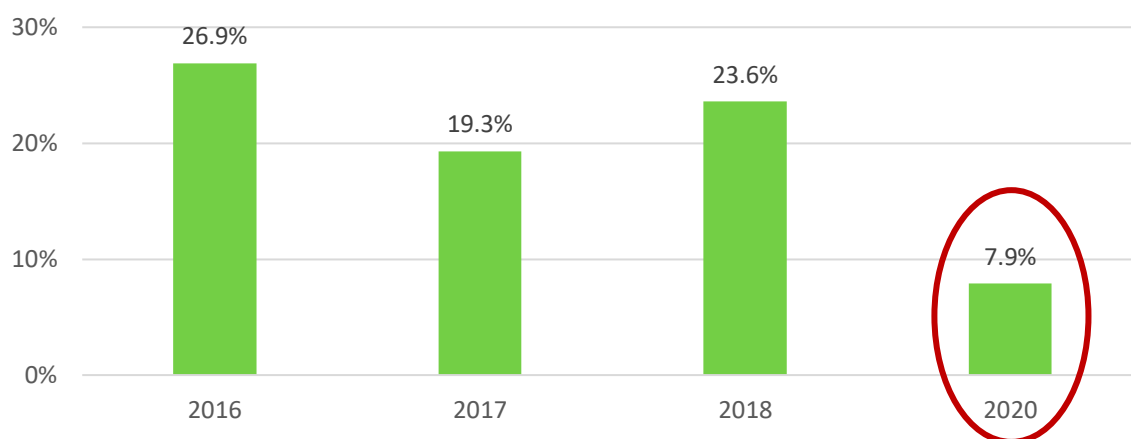
- Найвище значення балансового показника очікувань у Тернопільській області (+0,60). Також високі результати продемонстровані у Львівській та Черкаській областях (відповідно по +0,58).
- Найнижчий показник балансового показника виявлено у Кіровоградській області – лише +0.15.
- Згідно з отриманими результатами, високі значення балансового показника переважно у західних та центральних регіонах. Така ситуація відповідає розподілу високих значень балансового показника для оцінок наявного впливу Угоди.

3. Перешкоди при ЗЕД

3.1. Перешкоди при експорті

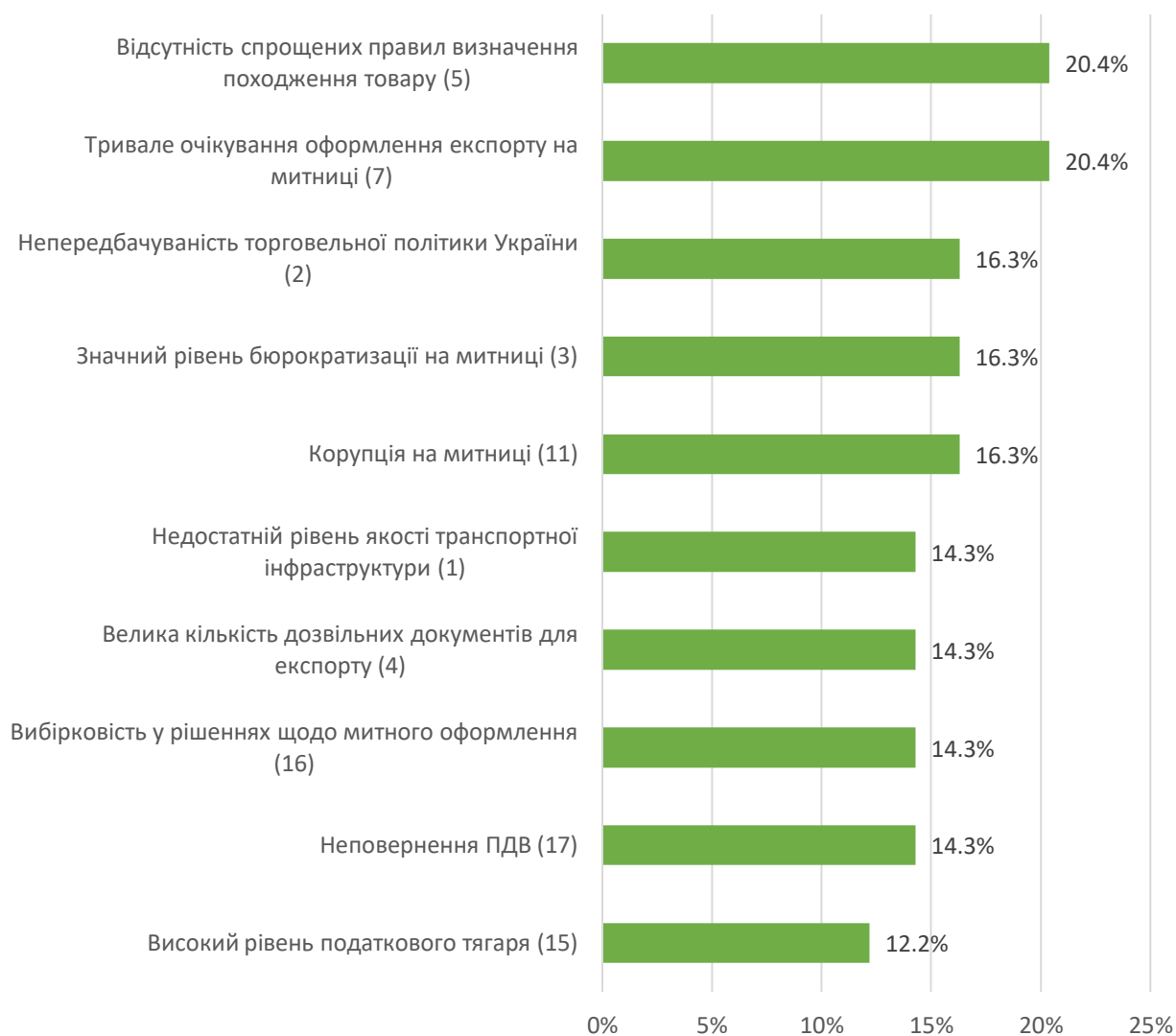
- Згідно з результатами дослідження, у 2020 році показник наявності перешкод при експорті найнижчий за всі хвили дослідження з 2016 року.
- Наявність перешкод майже не відрізняється для підприємств, які лише експортують, або поєднують експорт та імпорт.
- Отримані результати свідчать, що великі та малі підприємства (10,4% та 10,7%) частіше повідомляють про перешкоди при експорті порівняно з мікро (8,1%) та середніми (4,1%).
- У галузевому розрізі найчастіше мають справу з перешкодами при здійсненні експорту підприємства сфери послуг (22,6%).

Рис. 12. Частка експортерів, що стикалися з перешкодами, % опитаних експортерів



- У чотирьох регіонах відсутні скарги на наявність перешкод (Чернівецька, Тернопільська, Житомирська та Донецька області).
- На противагу цьому, найчастіше про наявність перешкод повідомляють експортери з Рівненської, Сумської, Кіровоградської, Івано-Франківської та Полтавської областей (кожен п'ятий опитаних)

Рис. 13. Топ-10 перешкод серед тих, у кого були перешкоди при експорті



Примітка: В дужках позначено позицію перешкоди у рейтингу 2018 року

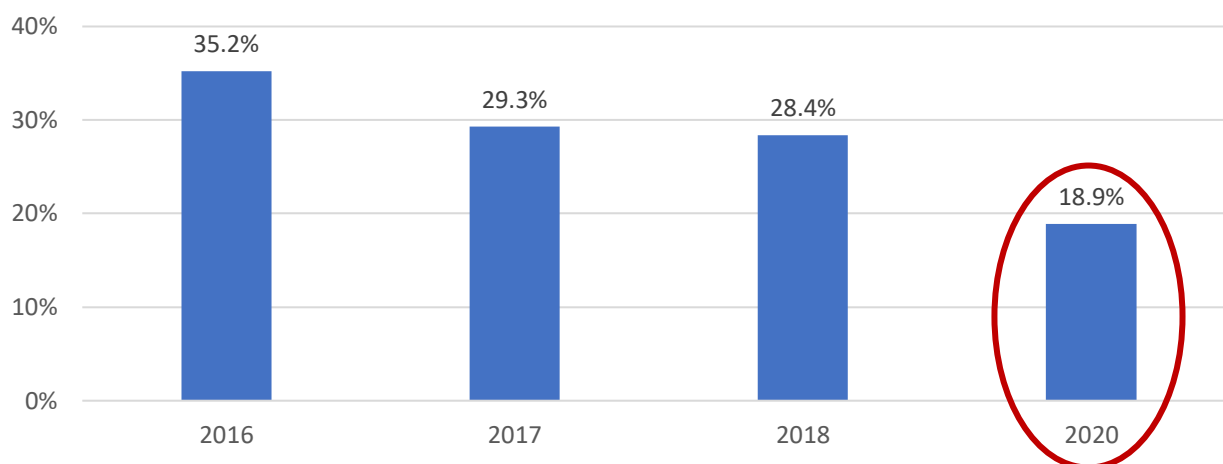
- Згідно з отриманими результатами, головними перешкодами при експорті є відсутність спрощених правил визначення походження товару та тривале очікування оформлення експорту на митниці.³ Вказані проблеми вперше посіли першу сходинку у рейтингу перешкод при експорті.
- Проблема неякісної інфраструктури стала менш актуальною (7-ме місце), хоча у 2017 та 2018 роках посідала першу сходинку.
- Корупція вперше увійшла до топ-5 перешкод при експорті. Відповідний показник зростав під час кожної хвили опитування, починаючи з 2016 року.

³ Порівняння перешкод за секторами та розміром підприємств неможливе через недостатню наповнюваність підвбірок.

3.2. Перешкоди при імпорті

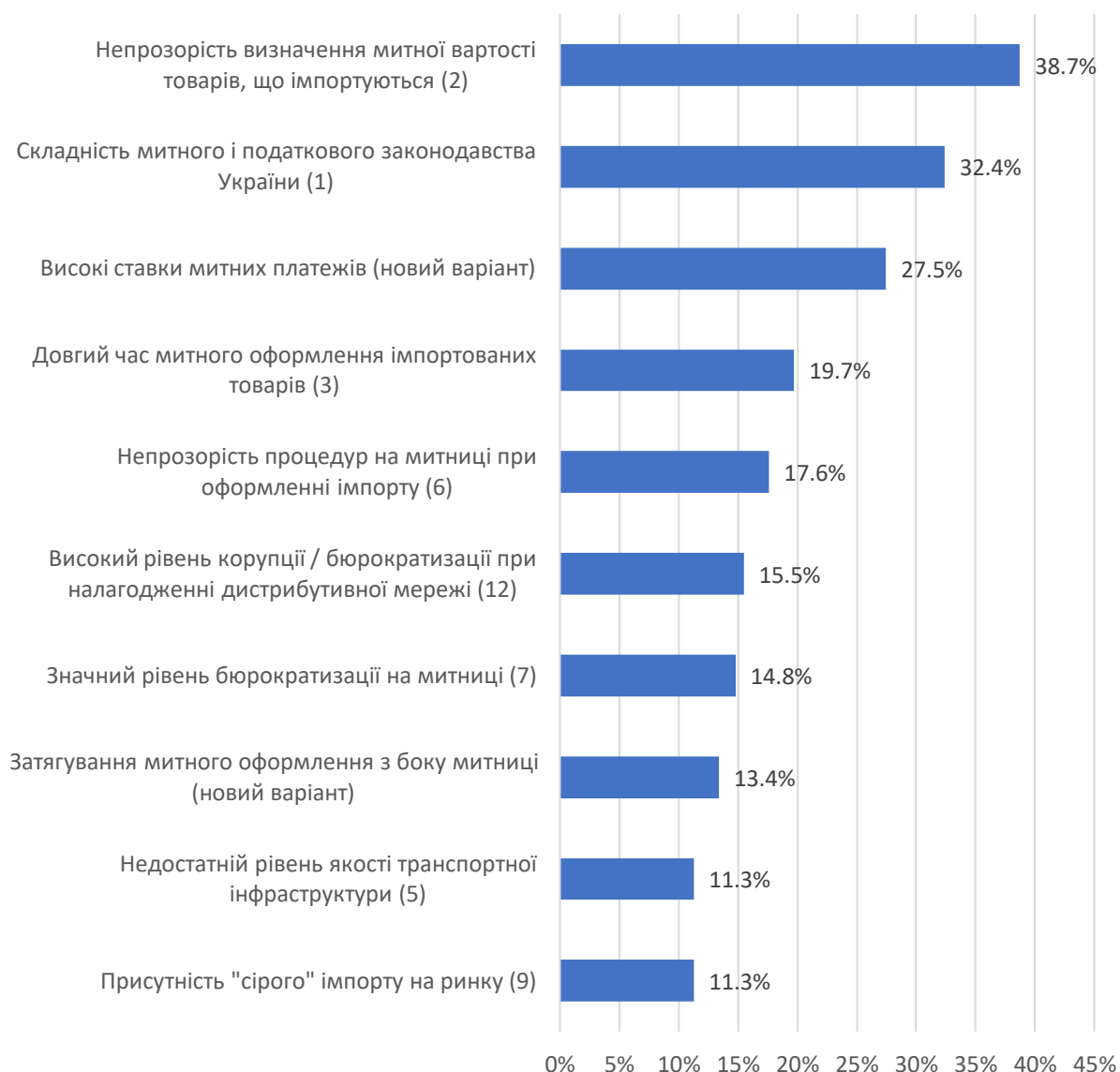
- Згідно з результатами дослідження, у 2020 році показник наявності перешкод при імпорті найнижчий за всі хвили дослідження з 2016 року.
- Наявність перешкод майже не відрізняється для підприємств, які лише імпортують, або поєднують експорт та імпорт.
- Великі та середні підприємства (13,9% та 15,2% відповідно) менш часто повідомляють про проблеми при імпорті порівняно з малими та мікро (22,2% та 19,4%).
- Підприємства сфери послуг найчастіше повідомляють про перешкоди при здійсненні імпорту (30,8%).

Рис. 14. Частка імпортерів, що стикалися з перешкодами, % опитаних імпортерів



- Згідно з отриманими результатами, Черкаська область – єдиний регіон, де відсутні скарги на перешкоди при імпорті.
- Найчастіше повідомляють про перешкоди при імпорті підприємства з Миколаївської області (кожен третій опитаний). У Рівненській, Полтавській та Івано-Франківській області на перешкоди при імпорті скаржаться більше чверті опитаних.
- Головною перешкодою при здійсненні імпортової діяльності є непрозорість визначення митної вартості товарів, що імпортуються (у 2018 році – топ-2 перешкода).
- Майже третина опитаних скаржаться на складність митного і податкового законодавства, що розташувало перешкоду на другій позиції (у 2018 році – головна перешкода).
- На третьому місці рейтингу перешкод – високі ставки митних платежів (мити, ввізні платежі, ПДВ). Проблему вперше включено до рейтингу у 2020 році.
- Проблема корупції не входить в топ-10 рейтингу перешкод. Про неї повідомляє кожен десятий, що є майже незмінним результатом починаючи з 2016 року.

Рис. 15. Топ-10 перешкод серед тих, у кого були перешкоди при імпорті, %



Примітка 1: В дужках позначено позицію перешкоди у рейтингу 2018 року

Примітка 2: Порівняння перешкод за секторами та розміром підприємств неможливе через недостатню наповнюваність підвбірок

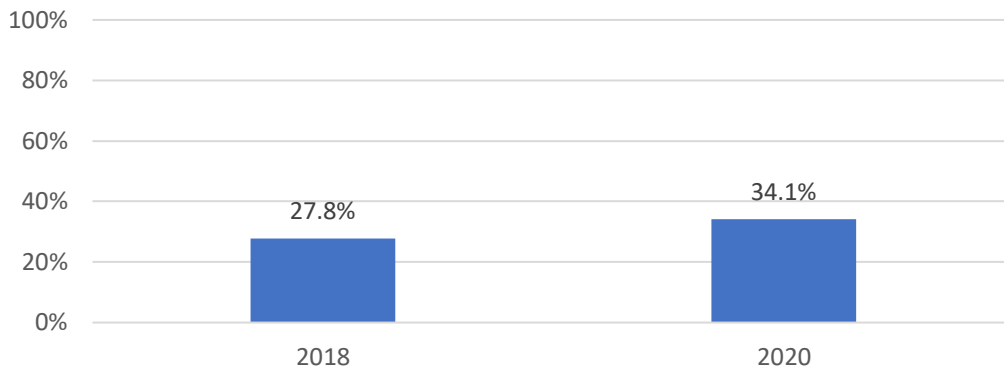
4. Оцінка діяльності Офісу з просування експорту

У 2020 році експортерам вдруге було запропоновано оцінити діяльність Офісу з просування експорту України, який у 2018 році було трансформовано з проекту підтримки експорту/консультативно-дорадчого органу в державну устанovu.

- У 2020 році дві третини (65,9%) експортерів не знали про існування Офісу з просування експорту.

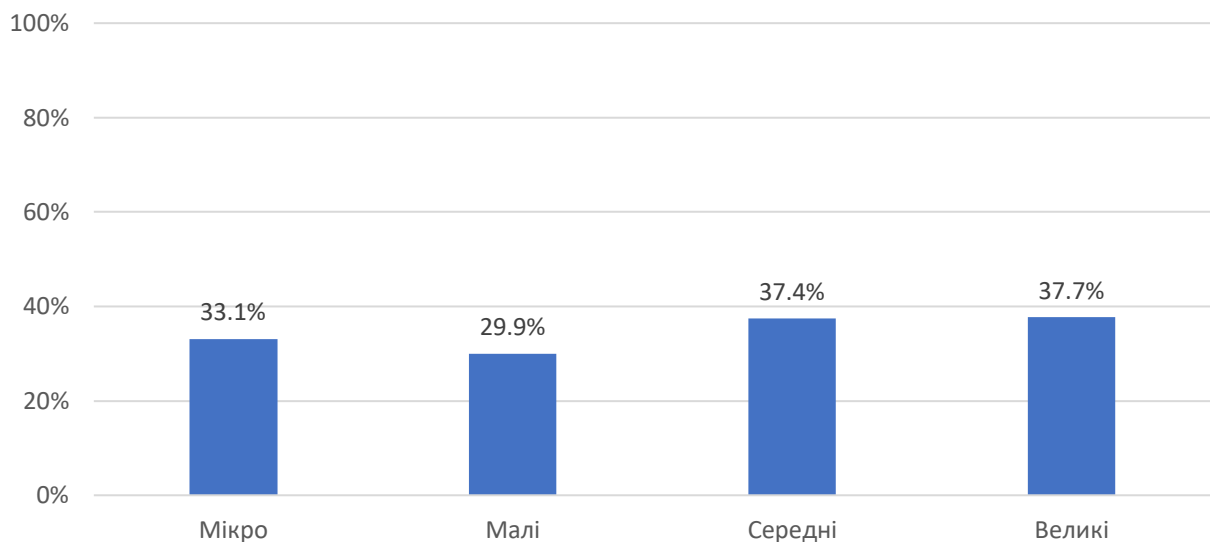
- Рівень поінформованості експортерів про Офіс з просування експорту зріс від 27,8% у 2018 році до 34,1% у 2020 році.
- Підприємства, які займаються виключно експортом, краще поінформовані (36,9%) про Офіс, ніж підприємства, які поєднують експорт та імпорт (32,1%).

Рис. 16. Знають про існування Офісу, % опитаних



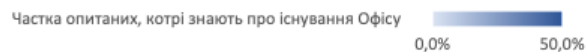
- Великі та середні підприємства краще поінформовані про існування Офісу з просування експорту порівняно з мікро- та малими.
- Серед представників сільського господарства найвища частка опитаних, котрі знають про існування Офісу – 45,8%.
- Підприємства з промисловості та сфери послуг поінформовані про Офіс гірше ніж всі експортери в цілому.

Рис. 17. Знають про існування Офісу, за розміром підприємства, % опитаних



- Згідно з результатами дослідження, у Черкаській, Закарпатській, Львівській, Чернівецькій та Одеській областях майже кожен другий експортер поінформований про існування Офісу з просування експорту.
- Однак в Донецькій області поінформовані лише кожен десятий, а Рівненській – кожен п'ятий

Рис. 18. Частка опитаних, котрі знають про існування Офісу з просування експорту⁴



Респондентам було запропоновано також оцінити діяльність Офісу від 1 (негативно) до 5 (позитивно) балів.

- Згідно з результатами дослідження, майже половина респондентів оцінили діяльність Офісу на 4 або 5 балів. Лише кожен десятий респондент поставив діяльності Офісу 1 бал.
- **У 2020 році середня оцінка діяльності Офісу з просування експорту становить 3,4 бала (у 2018 році — 3,3 бала) за п'ятибальною шкалою.**
- Середня оцінка є однаковою як серед підприємств, які займаються виключно експортом, так і серед тих, які поєднують експорт та імпорт.
- Великі підприємства найнижче оцінюють діяльність офісу – в середньому на 2,9 бала. Водночас найкращі оцінки Офісу – серед малих та середніх підприємств (3,5 бала).
- У секторальному розрізі, підприємства сфери послуг найкраще оцінюють діяльність Офісу з просування експорту – в середньому на 3,8 бала. Найнижчі оцінки поставили сільськогосподарські підприємства-експортери – в середньому 3,0 бала.

⁴ Для Луганської області неможливо розрахувати показник через недостатню наповнюваність підвибірки.

Рис. 19. Розподіл оцінок діяльності Офісу з просування експорту, % опитаних

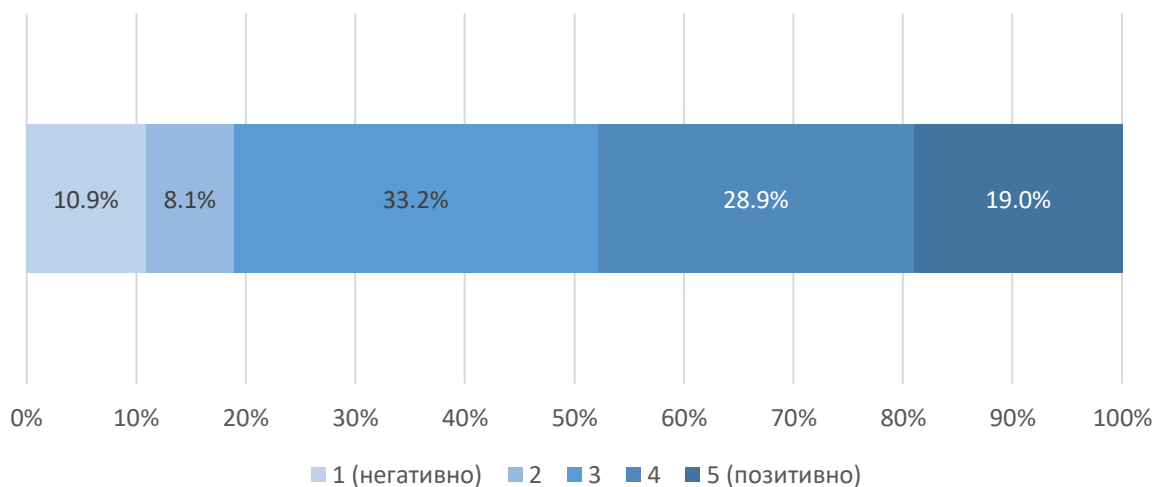
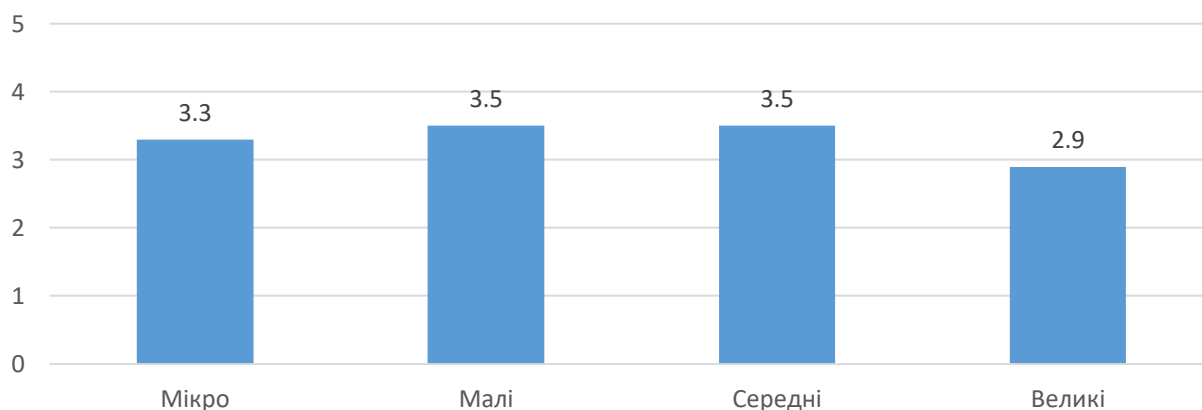


Рис. 20. Оцінки діяльності Офісу з просування експорту, за розміром підприємств (бали)



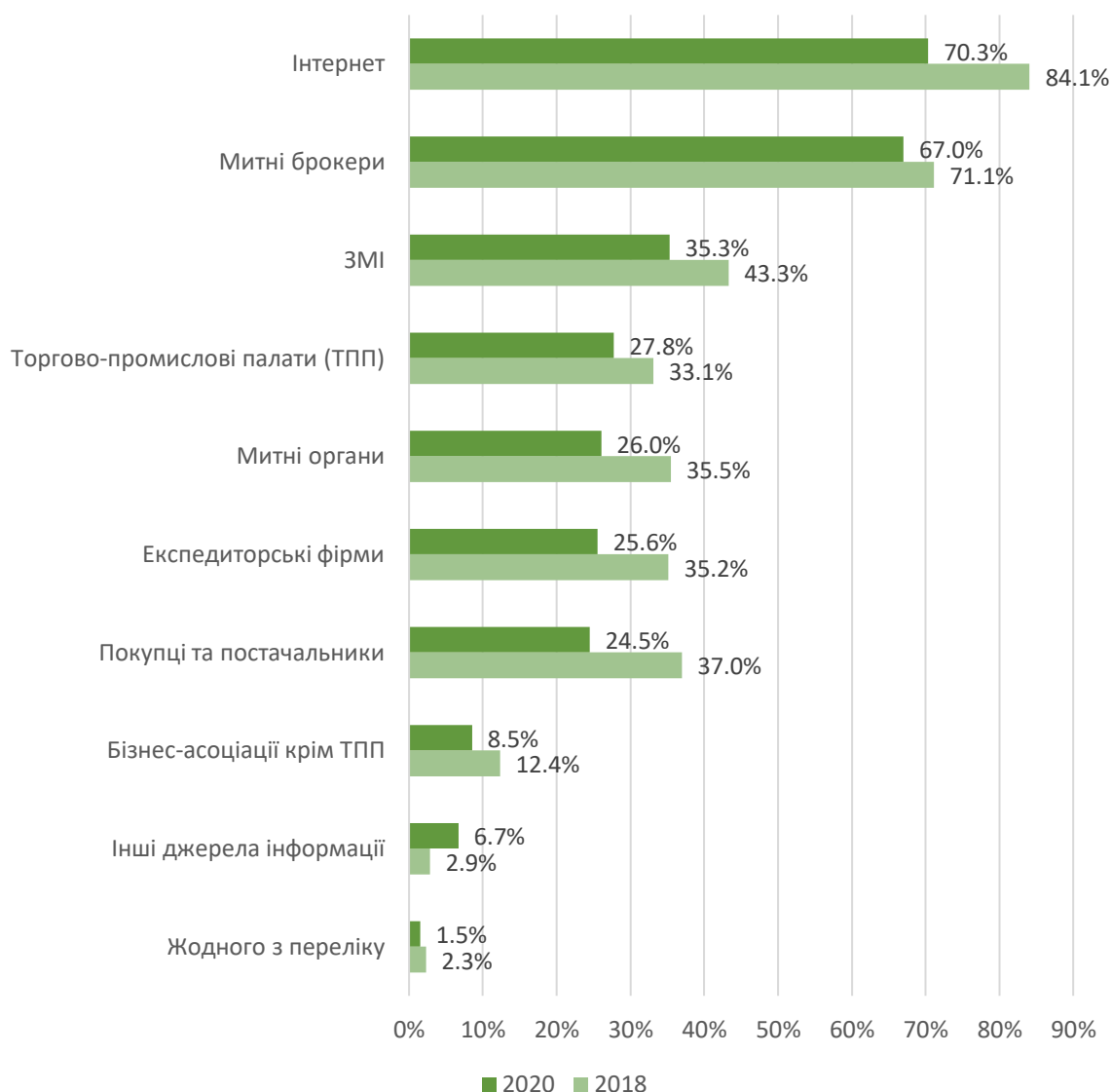
5. Джерела інформації для учасників ЗЕД

5.1. Використання джерел інформації про регулювання ЗЕД

Інтернет залишається найбільш популярним джерелом інформації про ведення бізнесу в Україні (як і у 2017 та 2018 роках). Інтернет є головним джерелом інформації для підприємств більшості типів. Окрім цього:

- Митні брокери є єдиним джерелом, яке найбільш популярне саме серед імпортерів.
- Зі збільшенням розміру підприємства зростає популярність усіх джерел інформації (окрім митних брокерів).
- Жодним із джерел не користуються лише 1,5% опитаних.

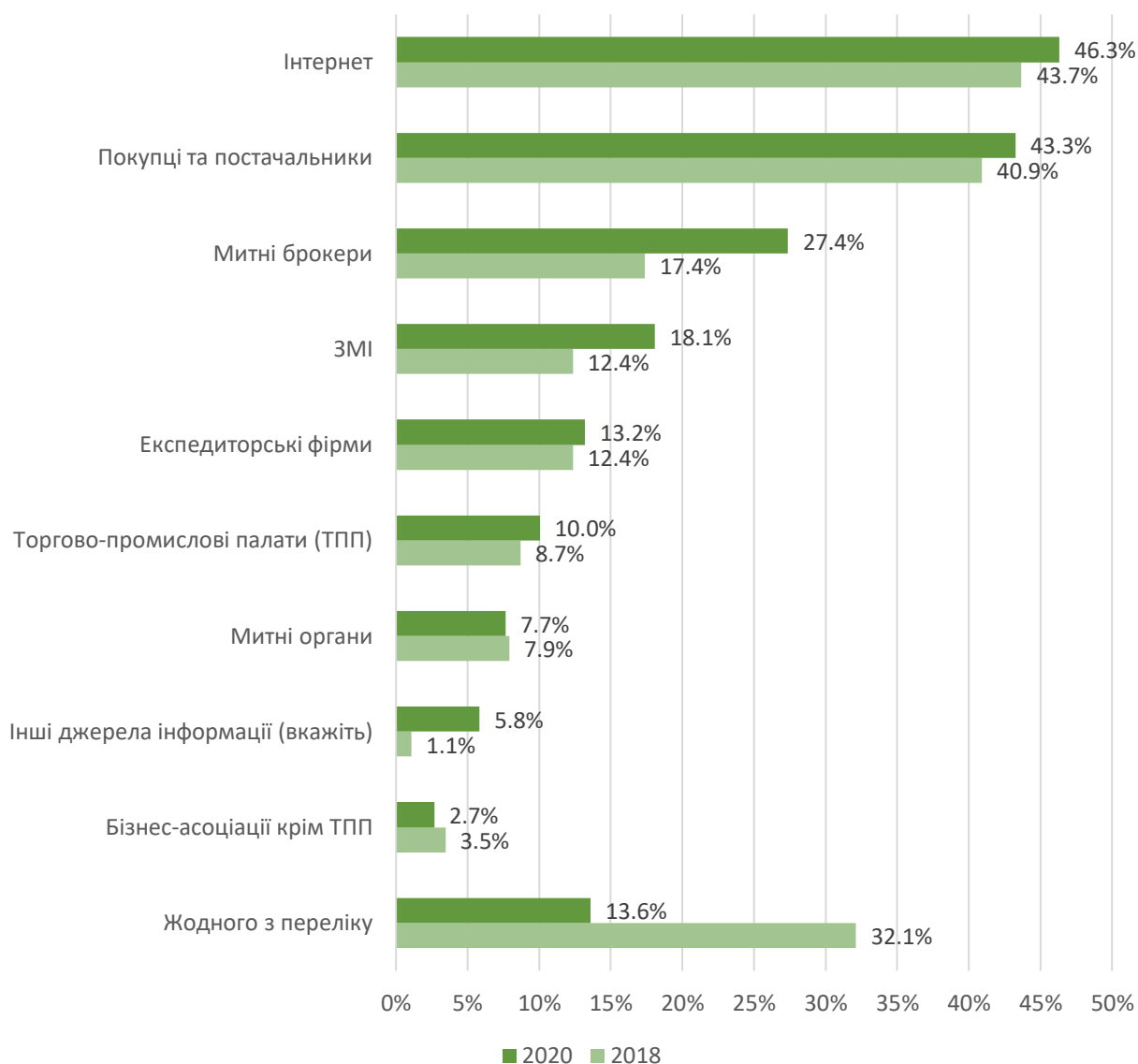
Рис. 21. Джерела інформації про регулювання ЗЕД в Україні, % опитаних



Інтернет є також головним джерелом для отримання інформації про ведення бізнесу в країнах-партнерах. Також:

- Також майже кожен другий респондент отримує інформацію від покупців та постачальників. Це свідчить, що при пошуку інформації про регулювання ЗЕД закордоном, важливими є налагоджені персональні зв'язки.
- Серед експортерів експортери найчастіше використовують інформацію від покупців та постачальників, інтернет лише на другій позиції.
- Зі збільшенням розміру підприємства зростає популярність більшості джерел інформації (окрім митних брокерів).
- У секторі торгівлі найпопулярнішим джерелом інформації є покупці та постачальники.
- 13,6% респондентів не користуються жодним зі зазначених джерел інформації.

Рис. 22. Джерела інформації про регулювання ЗЕД в країнах-партнерах, % опитаних



У дослідженні також було порівняно використання джерел інформації щодо регулювання ЗЕД в Україні та в країнах-партнерах:

- Учасники ЗЕД найчастіше використовують Інтернет, однак більш активно — для пошуку інформації про регулювання ЗЕД в Україні.
- Митні брокери на другому місці за популярністю при пошуку інформації про регулювання ЗЕД в Україні.
- Покупці та постачальники є другим найбільш важливим джерелом інформації про регулювання ЗЕД закордоном.
- Учасники ЗЕД більш часто використовують ЗМІ, ТПП, бізнес-асоціації та експедиторські фірми при пошуку інформації про ведення ЗЕД в Україні, ніж закордоном.
- При пошуку інформації про регулювання ЗЕД закордоном, респонденти більш часто не використовують жодних з переліку джерел.

В рамках дослідження також було проаналізовано середню кількість джерел, які використовуються підприємствами при пошуку інформації.

- В середньому учасники ЗЕД користуються більшою кількістю джерел для отримання інформації про регулювання ЗЕД в Україні ніж в країнах-партнерах.
- Порівняно з 2018 роком, учасники ЗЕД почали використовувати в середньому меншу кількість джерел для отримання інформації. Така зміна може свідчити про більш концентроване використання перевірених джерел.
- Середня кількість джерел про ЗЕД в Україні зменшилася з 3,6 одиниць у 2018 році до 3 одиниць у 2020 році. Водночас середня кількість джерел щодо ЗЕД в країнах-партнерах зменшилася з 2,2 до 2 одиниць

Рис. 23. Кількість джерел, які припадають на 1 респондента, котрий використовує джерела, за роками (од.)

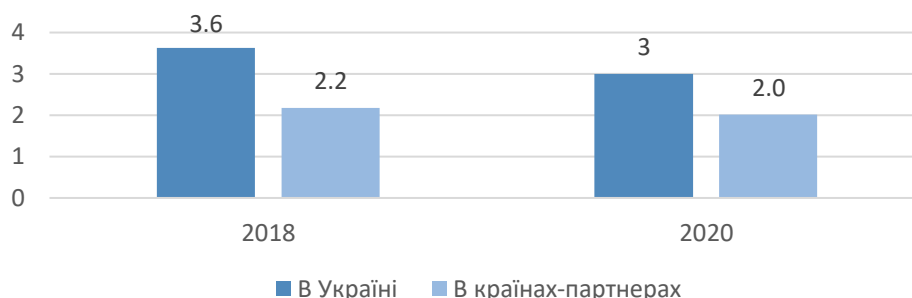
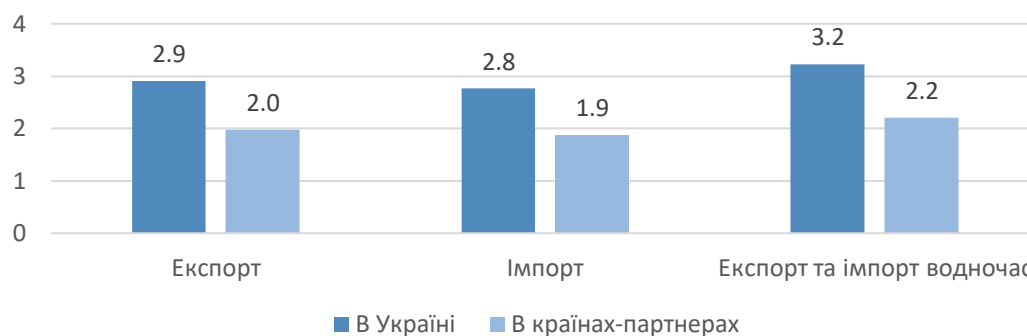


Рис. 24. Кількість джерел, які припадають на 1 респондента, котрий використовує джерела, за видом ЗЕД (од.)

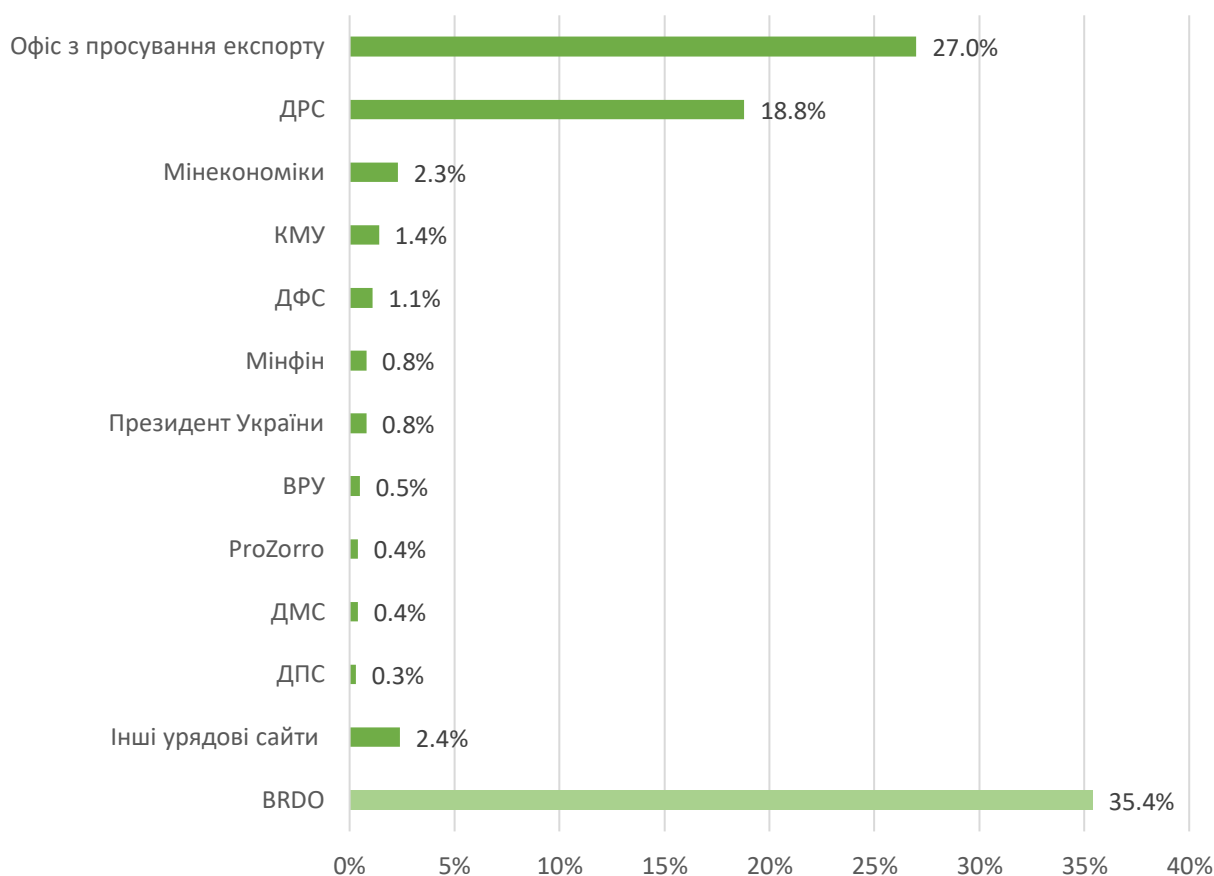


- Підприємства, які поєднують експорт та імпорт, в середньому користуються більшою кількістю джерел для пошуку інформації.
- Зі зростанням розміру підприємства зростає кількість джерел, які використовуються.
- Промислові підприємства більш активно використовують різні види джерел ніж представники інших секторів.

5.2. Використання урядових сайтів учасниками ЗЕД

- Згідно з отриманими результатами, про більшість урядових сайтів не знають лише 1-2% опитаних. Таким чином респонденти добре поінформовані про існування більшості урядових сайтів.
- Необхідно звернути увагу, що кожен п'ятий опитаних не знає про сайт Державної регуляторної служби (ДРС), а кожен четвертий – про сайт Офісу з просування експорту.
- Водночас дві третини опитаних не знають про існування Офісу з просування експорту. Можливо не всі респонденти готові визнати, що непоінформовані про існування окремих веб-сайтів органів влади.

Рис. 25. Частка респондентів, котрі не знають про існування урядових сайтів, % опитаних⁵

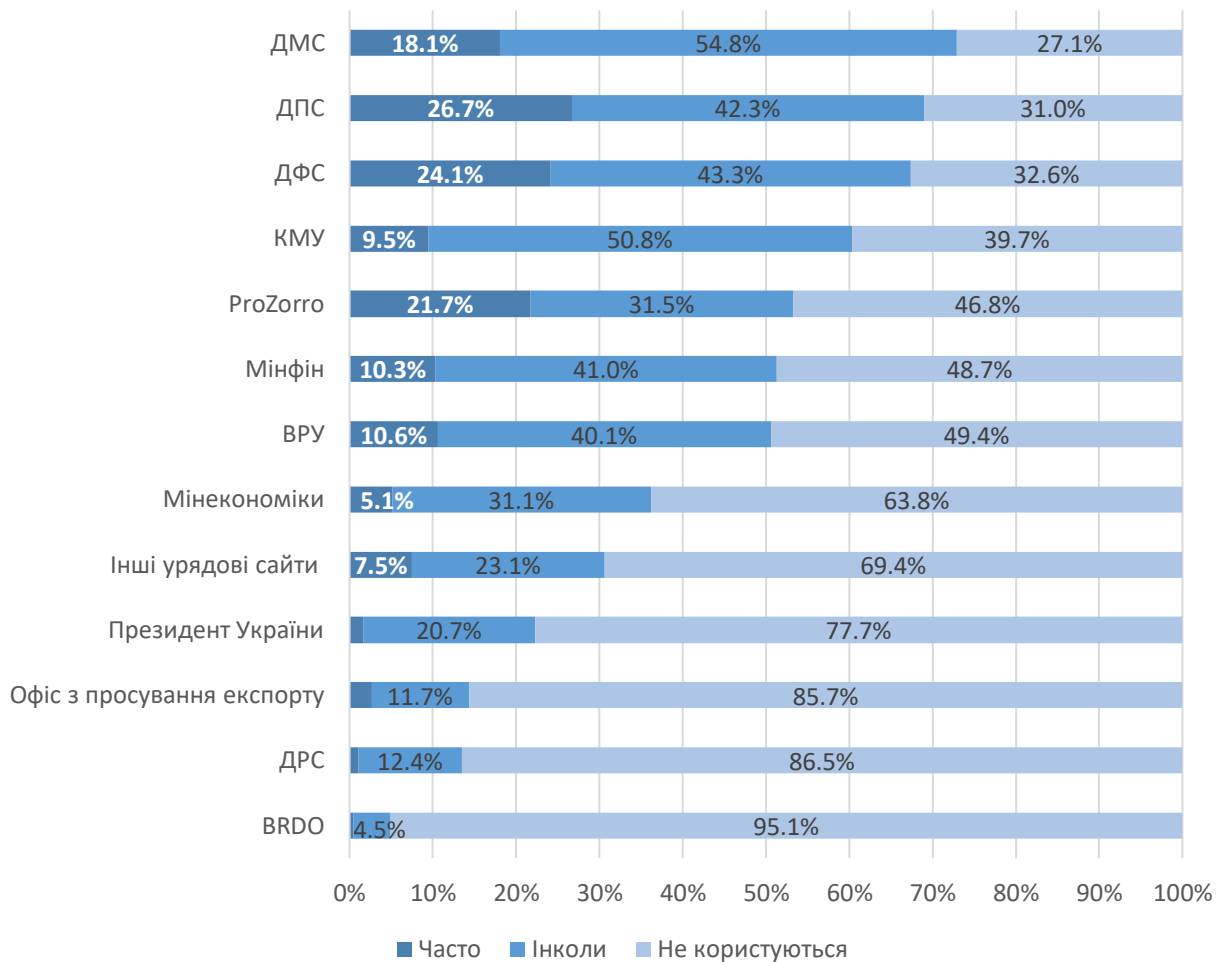


- Результати дослідження свідчать, що експортери та імпортери найчастіше користуються сайтами Державної митної служби (ДМС) та Державної податкової служби (ДПС).
- Водночас найменш популярними є сайти ДРС та Офісу з просування експорту
- Підприємства великого та середнього розміру частіше користуються більшістю урядових сайтів.

⁵ Для аналізу також включено сайт Офісу ефективного регулювання (BRDO), який є неурядовою структурою, націленою на покращення умов ведення бізнесу, але був створений за ініціативою Мінекономіки

- Сайт ProZorro більше популярний серед малого та мікробізнесу

Рис. 26. Використання урядових сайтів серед тих, хто про них знає



6. Роль бізнес-асоціацій

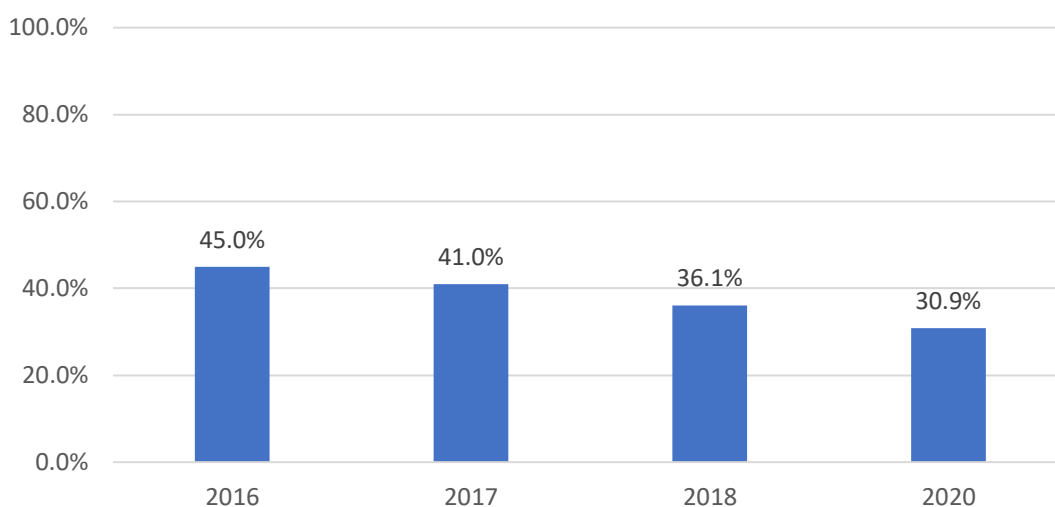
6.1. Членство в бізнес-асоціації

Підприємствам було поставлено питання про те, чи є вони членами хоча б однієї бізнес-асоціації, включаючи торгово промислові палати, спілки роботодавців, спілки малих підприємств тощо.

- Згідно з отриманими результатами, у 2020 році майже третина (30,9%) підприємств-учасників ЗЕД були членами хоча б однієї бізнес асоціації.
- Частка підприємств, які є членами бізнес-асоціацій, зменшувалася під час кожної хвили дослідження. Порівняно з 2016 роком, частка підприємств, які є членами бізнес-асоціацій, зменшилася на третину.
- Експортери та імпортери більш активно беруть участь в бізнес-асоціаціях ніж інші підприємства. Згідно з результатами дослідження Індекс конкурентоспроможності міст 2019/2020, проведеного в рамках Програми USAID "Конкурентоспроможна економіка України", членами бізнес-асоціацій були 11,5% респондентів⁶.

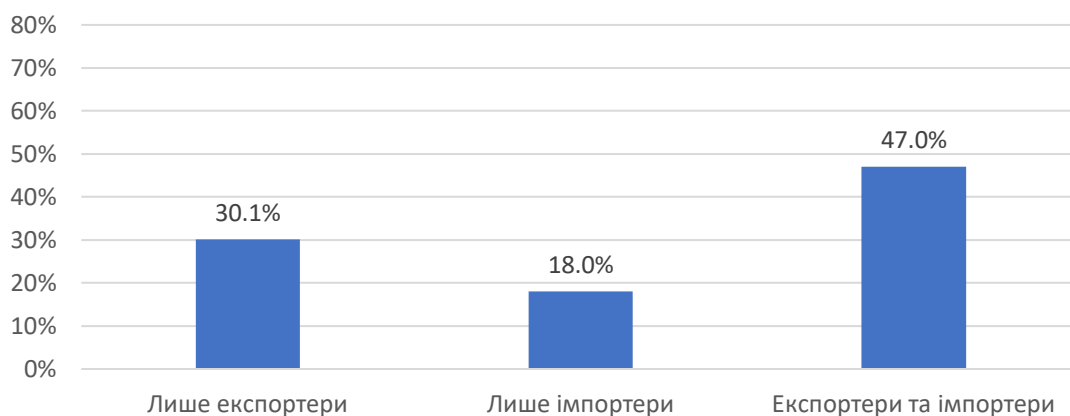
⁶ Індекс конкурентоспроможності міст України 2019/2020, Київ 2020
http://www.ier.com.ua/ua/mci/Report_19-20

Рис. 27. Членство в бізнес-асоціаціях за роками, % опитаних



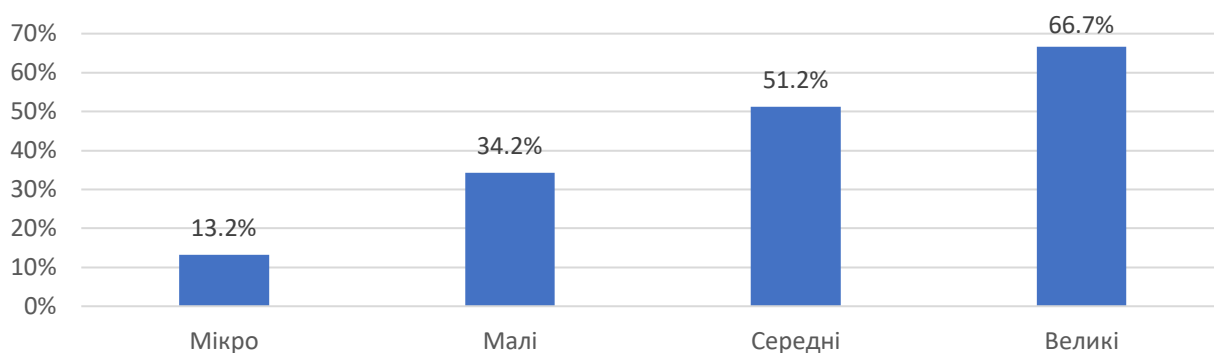
- У 2020 році майже третина (30,9%) підприємств-учасників ЗЕД були членами хоча б одного ділового об'єднання, включаючи торгово-промислові палати, спілки роботодавців, спілки малих підприємств тощо.
- Ймовірність членства в бізнес-асоціаціях зростає зі збільшенням розміру підприємства.
- Промислові підприємства найчастіше є членами бізнес-асоціацій: майже кожен другий респондент.

Рис. 28. Членство в бізнес-асоціаціях, за видом ЗЕД, (% опитаних)



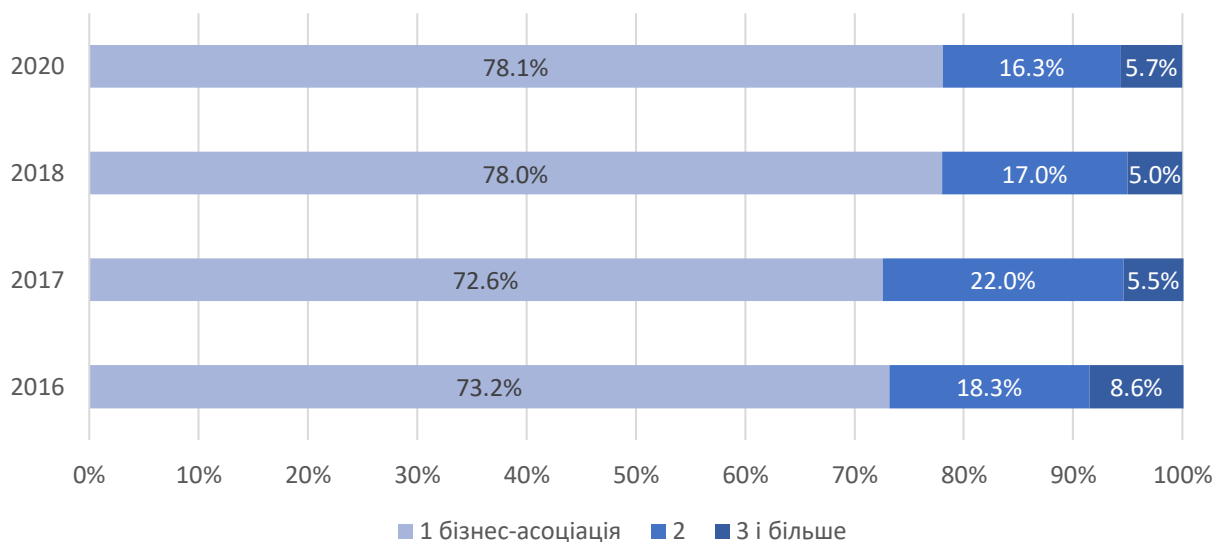
- Підприємства, які поєднують експорт та імпорт, частіше є членами бізнес-асоціацій (кожне другий респондент). Водночас лише кожен п'ятий імпортер та кожен третій експортер є членами бізнес-асоціацій.
- Зі зростанням розміру підприємства зростає частка підприємств, які інформують про членство в бізнес-асоціаціях. Наприклад, членами бізнес-асоціацій є лише 13,2% мікропідприємств та 66,7% великих.
- Промислові підприємства є членами бізнес-асоціацій в декілька разів частіше ніж підприємства інших секторів.

Рис. 29. Членство в бізнес-асоціаціях, за розміром підприємств, (% опитаних)



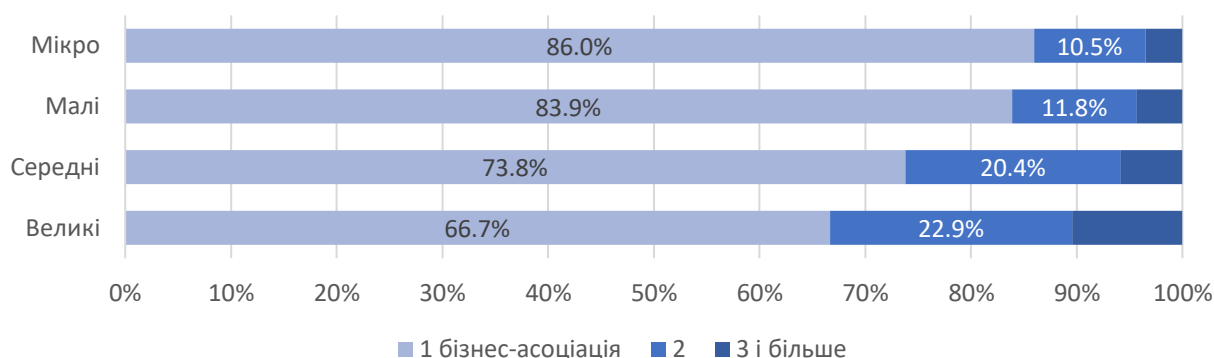
- Більшість підприємств беруть участь лише в одному діловому об'єднанні, включаючи торгово-промислові палати, спілки роботодавців, спілки малих підприємств тощо (як і в попередні роки).
- Порівняно з 2016 роком, учасники ЗЕД частіше є членами лише однієї бізнес-асоціації.
- Експортери беруть участь в середньому в 1-2 асоціаціях, тоді як імпортери (як ті, які виключно імпортують, так і поєднують експорт та імпорт, є членами в середньому 3 і більше бізнес об'єднань).

Рис. 30. Кількість бізнес-асоціацій, в яких беруть участь підприємства, за роками (% опитаних)



- Підприємства більшого розміру частіше є членами декількох ділових об'єднань. Зокрема серед великих підприємств до декількох бізнес-асоціацій входить третина опитаних, серед малих – лише кожне десяте.
- Сільськогосподарські підприємства найчастіше входять до більш ніж однієї бізнес-асоціації (третина опитаних у секторі).
- У торгівлі до декількох ділових об'єднань входить менш ніж п'ята частина опитаних у секторі.

Рис. 31. Кількість бізнес-асоціацій, в яких беруть участь підприємства, за розміром підприємств (% опитаних)

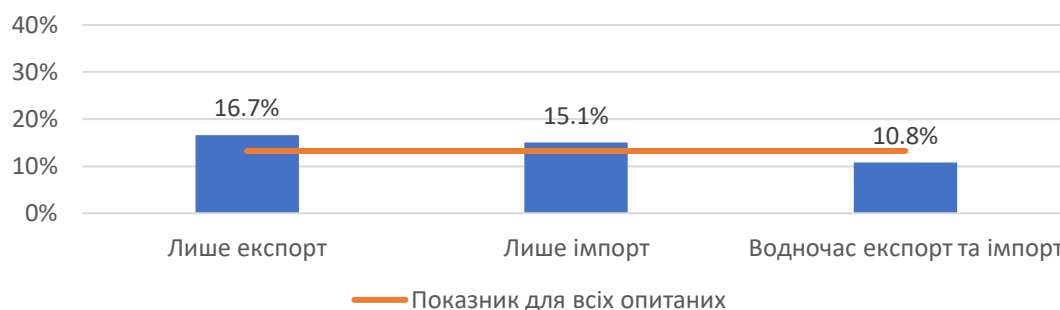


- Найбільше залученими до діяльності ділових об'єднань є учасники ЗЕД Закарпатської (67,9%) та Херсонської (66,7%) областей (дві третини опитаних). Однак результати свідчать, що в більшості регіонів показник не перевищує 40%.
- Найменш активно беруть в діяльності ділових об'єднань у Хмельницькій області (17,2%), Миколаївській області (21,1%) та місті Києві (21,6%).

6.2. Готовність платити за послуги бізнес-асоціацій

- В рамках опитування, у 2020 році лише 13,2% опитаних повідомили, що не готові платити за жодні послуги.
- У 2018 році не були готові платити 29% підприємств. Однак перелік можливих послуг, запропонований для відповіді включав в два рази менше варіантів відповіді. Таким чином, зростання переліку можливих платних послуг можливо збільшує готовність бізнесу платити за їхнє отримання.
- Серед великих підприємств найвища частка респондентів, які не готові платити за послуги.
- Третина сільськогосподарських підприємств не готова платити – найвищий показник серед секторів.

Рис. 32. Частка респондентів, які не готові платити за послуги бізнес-асоціацій, за видом ЗЕД (% опитаних)



- Пошук нових торговельних партнерів за кордоном є найбільш популярною послугою.
- Послуги, пов'язані з просуванням експорту, користуються більшою популярністю, ніж послуги для імпортерів.

- Мікро та малий бізнес більше готовий платити за захист прав та юридичні консультації.
- Великий бізнес більше готовий платити за консультації з питань щодо експорту та імпорту, тренінги і навчання про імпорт.

Рис. 33. Послуги бізнес-асоціацій, за які готові платити підприємства (% опитаних)



Методологія

Для того, щоб вивчити умови здійснення зовнішньоекономічної діяльності в Україні, проблем, які постають перед бізнесом, та реформ і заходів з політики, які потрібні для того, щоб вирішити наявні проблеми, важливо почути думку бізнесу, який займається ЗЕД – імпортерів та експортерів. Інститут економічних досліджень та політичних консультацій проводять регулярний моніторинг думки бізнесу з цих питань за допомогою опитування експортерів та імпортерів, яке відбувається раз на рік. Таке опитування дозволяє отримати «зворотній зв'язок» безпосередньо від представників бізнесу, які займаються імпортом та експортом та можуть зі свого досвіду розповісти про специфіку та проблеми цієї діяльності в Україні.

У 2015-2016 році ІЕД вперше провів такий моніторинг в рамках проекту «Діалог зі сприяння торгівлі». Ця хвиля опитування була експериментально-розвідувальною і охопила 381 підприємство, що здійснює ЗЕД. Польовий етап збору інформації проходив у квітні-серпні 2015 року. У наступні роки в рамках проекту «Діалог зі сприяння торгівлі» ІЕД провів ще три хвилі цього моніторингу:

- Друга хвиля моніторингу у 2016-2017 роках. Збір інформації для відбувся у жовтні-грудні 2016 року. Було опитано 1044 підприємства-учасники ЗЕД.
- Третя хвиля моніторингу у 2017-2018 роках. Збір інформації відбувся в листопаді 2017 року – лютому 2018 року. Було опитано 1019 підприємств-учасників ЗЕД.
- Четверта хвиля моніторингу була проведена у 2018-2019 роках. Збір інформації відбувся у жовтні-грудні 2018 року. Було опитано 1012 підприємств-учасників ЗЕД.

П'ята хвиля цього опитування відбулася у 2020 році в рамках проєкту «Громадська ініціатива «За прозору та чесну митницю»». Польовий етап опитування проходив з 14 квітня до 9 червня 2020. Було опитано 1045 підприємств-учасників ЗЕД.

Польові етапи другої, третьої та четвертої хвиль опитування було здійснено компанією GfK Україна, а польовий етап п'ятої хвилі у 2020 році – дослідницькою агенцією Info Sapiens. Вибірki другої, третьої, четвертої та п'ятої хвиль опитування є репрезентативними в національному вимірі.

Опитування 2020 року було проведене методом кількісного телефонного опитування за допомоги комп'ютера (CATI – computer assisted telephone interviews). Усі інтерв'ю були проведені з представниками підприємства, які можуть оцінити економічне становище підприємства та умови здійснення зовнішньоекономічної діяльності (власники, директори, заступники директора, головні бухгалтери, керівники відділу або заступники керівника відділу, пов'язаного зі здійсненням експорту чи імпорту).

В опитуванні взяли участь підприємства зі всієї України за винятком тих, які знаходяться на території тимчасово окупованих Автономної Республіки Крим та м. Севастополя, а також окремих регіонів Донецької та Луганської областей, що не контролюються урядом України.

На етапі аналізу даних контролювалася кількість спостережень для кожного параметра вибірки. Якщо кількість спостережень була недостатньою для проведення статистичного аналізу, такий аналіз не проводився і, відповідно, не наводиться у звіті.

Для проведення моніторингу ІЕД розробив стандартизовану анкету для опитування підприємств. У цьому звіті наведено порівняння результатів опитувань різних хвиль за рядом запитань, формулювання яких у п'ятій хвилі опитування не змінилося у порівнянні з попередніми хвилями опитування у 2016-2018 року. Разом з цим, за окремими запитаннями наведено також порівняння з результатами першої хвилі опитування у 2015-2016 роках, однак, потрібно враховувати, що вибірка цієї хвилі опитування була відмінною від наступних, що може впливати на різницю у показниках.