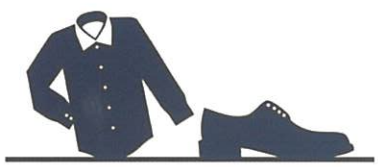
Kingdom of the Netherlands

Дорожня карта до практичного посібника

до Європейського Союзу:

одяг та взуття



MINISTRY
OF ECONOMIC DEVELOPMENT
AND TRADE OF UKRAINE

EXPORT
PROMOTION
OFFICE

ЯКІ КРОКИ НЕОБХІДНО ЗРОБИТИ ДЛЯ ЕКСПОРТУ?

1. Визначте, чи готова ваша компанія до експорту
(див. стор. 9)

2. Проведіть маркетингове дослідження та оберіть найбільш перспективні ринки
(див. стор. 16)

4. Знайдіть партнера на зовнішньому ринку
(див. стор. 36)

3. З'ясуйте вимоги та правила
(див. стор. 24)

5. Виберіть оптимальну бізнес-модель
(див. стор. 44)

6. Вирішіть питання транспорту та логістики
(див. стор. 53)

8. Де можна знайти підтримку? Як їм це вдалося?
(див. стор. 66)

7. Знайдіть шляхи зниження експортних ризиків
(див. стор. 57)

1. Визначте, чи готова ваша компанія до експорту

(див. стор. 9)

Етапи аудиту експортного потенціалу

01 **Готовність продукції та виробничих процесів**
Оцініть, чи ваша продукція та виробничі процеси відповідають вимогам ринку, на якому ви плануєте продавати товари

02 **Ресурси компанії**
Переконайтеся, що маєте достатньо ресурсів (фінансових і людських) для забезпечення експортної діяльності

03 **Поточний план розвитку компанії**
Проаналізуйте існуючі стратегії та плани підприємства (зокрема стратегію маркетингу та продажів) з метою розробки реалістичної експортної стратегії

04 **Тенденції та структура продажів**
Визначте недоліки поточних експортних продажів з метою усунення «слабких місць» та розробки маркетингової стратегії

05 **Маркетинговий досвід**
Вивчіть минулий досвід експорту вашої компанії або ж досвід роботи на міжнародних ринках для того, щоб спланувати наступні маркетингові заходи компанії

06 **Маркетингова інфраструктура**
Оцініть готовність до експорту маркетингової інфраструктури вашої компанії, а також готовність та відданість команди ідеї реалізації експортної ініціативи

07 **Сильні та слабкі сторони компанії**
Сформулюйте найбільш важливі сильні та слабкі сторони, які ваша компанія повинна взяти до уваги для виходу на зовнішні ринки

2. Проведіть маркетингове дослідження та оберіть найбільш перспективні ринки

(див. стор. 16)

Етапи маркетингового дослідження

Огляд потенційних ринків

Крок 1. Зберіть експортну та імпортну статистику за товарами та країнами

Крок 2. Визначте потенційні ринки

Крок 3. Серед ринків, що зростають, оберіть менш розвинуті, тобто ті, на яких менше конкурентів

Крок 4. Виявіть від трьох до п'яти найбільш статистично перспективних ринків для подальшого вивчення

Оцінка цільових ринків

Крок 1. Вивчіть тенденції ринку для продуктів компанії

Крок 2. Дослідіть конкурентне середовище

Крок 3. Оцініть фактори, що впливають на маркетинг і особливості споживання продукту на кожному ринку

Крок 4. Визначте чинні імпортні бар'єри (тарифні та нетарифні) для вашого продукту

Крок 5. Визначте, чи є ціна вашого продукту конкурентоспроможною з урахуванням витрат на упаковку, транспортування, маркетинг, комісійні з продажу, податки та інші пов'язані з цим витрати

Підбиття підсумків

Крок 1. Для початку оберіть один або два ринки. Це дозволить зосередити ресурси, не ставлячи під загрозу продажі на внутрішньому ринку. Ваш вибір повинен базуватися на проведеному раніше аудиті експортного потенціалу компанії

Крок 2. Почніть розробку маркетингової стратегії вашої компанії

3. Які ж правила?

(див. стор. 24)

Документи, які підтверджують статус "made in Ukraine"

УПОВНОВАЖЕНИЙ ЕКСПОРТЕР

Статус уповноваженого експортера надається митними органами за умови відповідності таким критеріям:

· здійснення експорту товару преференційного походження протягом одного року;
· відсутність порушень правил щодо визначення преференційного походження;
· товар, що експортується, відповідає правилам преференційного походження;
· експортер забезпечує моніторинг виробництва товару.

СЕРТИФІКАТ EUR. 1

Сертифікат EUR. 1 видається митними органами на кожну партію продукції та діє протягом чотирьох місяців. Для його отримання експортер повинен надати митниці:

· заяву;
· заповнений бланк сертифікату;
· документи, що засвідчують походження товару з України.

ДЕКЛАРАЦІЯ-ІНВОЙС

Декларація-інвойс складається самостійно:

· уповноваженим експортером, або
· експортером невеликої партії товару, що за вартістю не перевищує 6000 євро. Експортер, який заповнює декларацію-інвойс, повинен бути готовим у будь-який час на вимогу митних органів надати всі документи, що підтверджують статус походження товарів з України. Бланк декларації-інвойс міститься у Додатку IV до Протоколу про походження товарів.

3. Які ж правила?

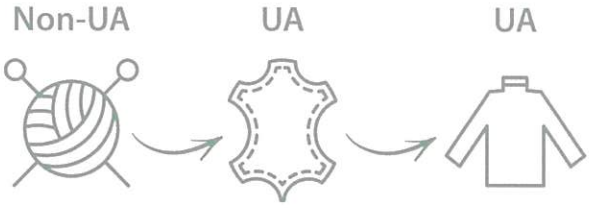
(див. стор. 24)

Правила походження: одяг

Виробництво з пряжі

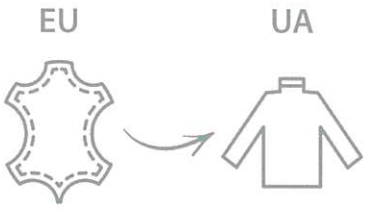
↓

Правило подвійної трансформації



- сировина може імпортуватись з будь-якої країни;
- виробництво тканини та одягу повинно мати місце в Україні.

Виняток 1: Двостороння кумуляція
(тканина імпортується з ЄС)



Двостороння кумуляція:
товари є такими, що походять з України, якщо вони вироблені на її території з використанням матеріалів, які походять з Європейського Союзу.

Виняток 2: «правило восьми відсотків»

Згідно з даним винятком, якщо застосовується правило «виробництво з пряжі»:

1. вартість тканини з третіх країн (не з України чи ЄС) не може перевищувати 8%;
2. не дозволено використовувати підкладки і додаткові підкладки з третіх країн;
3. ґудзики, кнопки, застібки можуть використовуватись у виробництві одягу без обмежень, незалежно від того, чи містять вони текстильні матеріали; при цьому вартість даних матеріалів має бути врахована для розрахунку вартості матеріалів іншого походження в складі товару.

Виняток 3: «правило десяти відсотків»

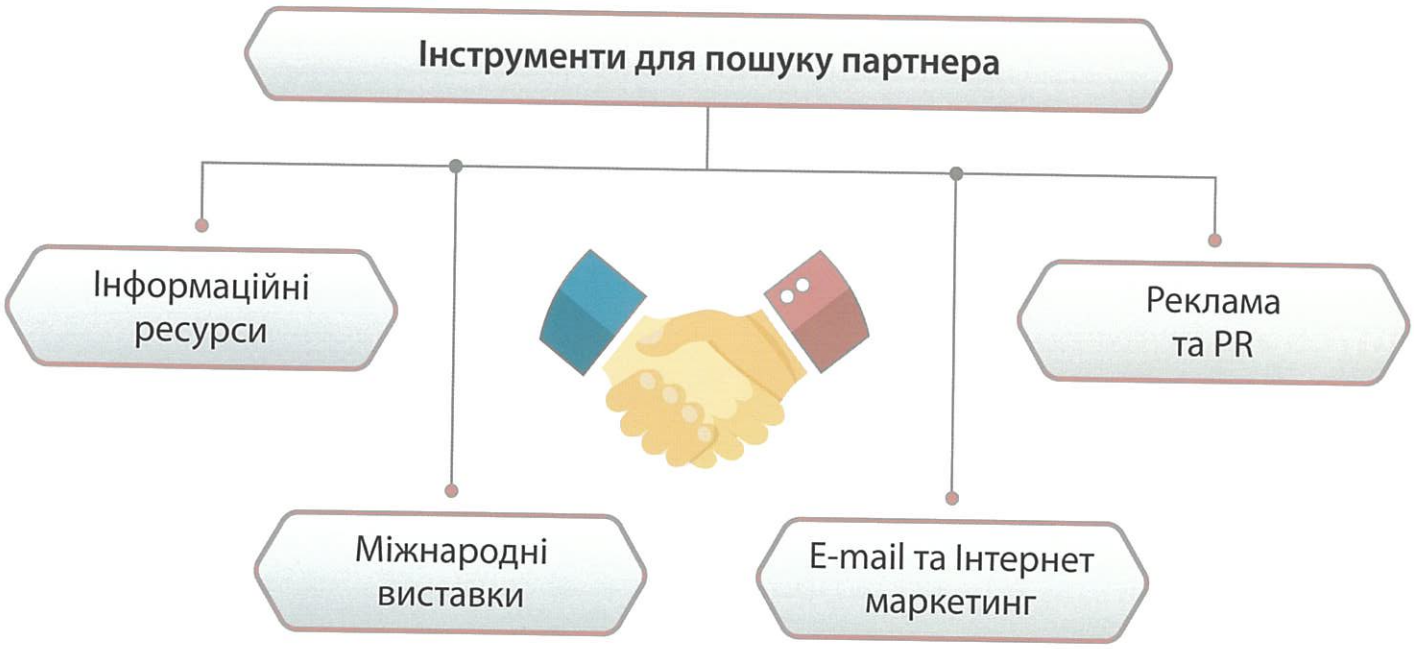
Відповідно до зазначеного винятку, правило «виробництво з пряжі» не застосовується:

1. до одягу, що пошитий з двох чи більше «основних текстильних матеріалів»;
2. якщо вага основних текстильних матеріалів з третіх країн становить не більше 10% від загальної ваги всіх основних текстильних матеріалів, що використані для пошиття одягу.

Основні текстильні матеріали:
шовк, вовна, грубий волос тварин, тонкий волос тварин, кінський волос, бавовна, льон, справжнє прядиво та ін.

4. Знайдіть партнера на іноземному ринку

(див. стор. 36)



5. Знайдіть оптимальну бізнес-модель

(див. стор. 44)

6. Вирішіть питання транспорту та логістики

(див. стор. 53)

Орієнтовний перелік кроків щодо вибору перевізника

Складіть список прийнятних перевізників:
Дослідіть, яким чином доставляють товари, аналогічні вашим, в Україну з-за кордону. Хто є перевізником-експедитором? Чи є аналогічні продажі з України за кордон? Хто є перевізником?

Оберіть спосіб доставки (авто, авіа, інший) в залежності від вантажу

Зробіть остаточний вибір транспортної або експедиційної компанії-посередника: обговоріть всі умови співпраці, можливі ризики та їх страхування, а також процедуру митного очищення в країні призначення

Розробіть оптимальний маршрут слідування, включіть вартість доставки у ціну товару

Домовтеся про разове, пробне відправлення товару

Замитніть вантаж

Надішліть пробну партію товару

Отримайте відгуки від одержувача (своєчасність, цілісність упаковки, стан самого товару тощо)

За відсутності претензій підпишіть з перевізником договір на постійній основі

7. Знайдіть шляхи для зменшення ризиків

(див. стор. 57)

Зовнішньоекономічні контракти

Форма контракту: письмова

У тексті контракту має бути вказано наступне:

- Назва, дата, місце укладення
- Предмет контракту (назва товарів, якість, кількість, асортимент)
- Застосовне право
- Умови поставки: Інкотермс
- Застереження щодо вирішення спорів
- Ціна, загальна вартість контракту та валюта платежу

8. Де можна знайти підтримку? Як їм це вдалося?

(див. стор. 66)

Ви можете знайти інформацію щодо програм підтримки малого та середнього бізнесу та історії успіху в останніх главах Посібника

Ця Дорожня карта розроблена в рамках проекту за підтримки Посольства Королівства Нідерландів в Україні і доповнюється Посібником для українських експортерів одягу і взуття в ЄС. Ви можете знайти посилання на відповідні сторінки Посібника у відповідних розділах цієї карти.

Всі права захищені. Жодна частина цієї Дорожньої карти не може бути відтворена, передана або скопійована в будь-якій формі або будь-якими засобами без посилання на цю Дорожню карту

Виконавці проекту:

ITFC INVESTMENT&TRADE FACILITATION CENTER

UEX

Запрошені експерти:

UKRAINIAN E-COMMERCE EXPERT

Fashion Global Ukraine
НАЦІОНАЛЬНЕ ГАЛУЗЕВЕ ПАРТНЕРСТВО В ЛЕГКІЙ ПРОМИСЛОВОСТІ УКРАЇНИ