ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

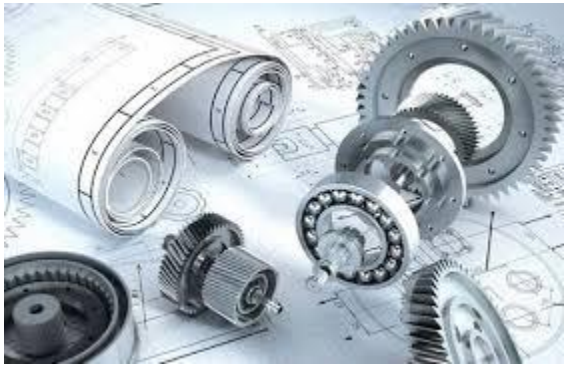
ДОРОЖНЯ МАПА ВИХОДУ НА РИНКИ ГАЛУЗІ МАШИНОБУДУВАННЯ

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ДОРОЖНЯ МАПА
ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

ЗМІСТ

1. Вступ. ЗЕД. Галузевий аналіз.
2. Експортна спроможність компанії та експортний бізнес-план.
3. Маркетингова стратегія та дослідження ринків:
   1) Вибір і ранжування ринків
   2) Ринковий аналіз
   3) Інтернет-ресурси для дослідження ринку
3. Пошук партнера:
   1) Ділова поїздка
   2) Бізнес-місія
   3) Участь в міжнародній виставці
   4) Галузеві асоціації, спілки, об‘єднання
   5) Платформи B2B matchmaking
4. Перевірка надійності партнера.



ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ВСТУП

Зовнішньоекономічна діяльність: поняття, принципи здійснення та види.

Основним законодавчим актом, який закріплює правові засади здійснення зовнішньоекономічної діяльності вітчизняними суб'єктами господарювання, є Закон України від 16 квітня 1991 року "Про зовнішньоекономічну діяльність". Цей Закон визначає основні правові та організаційні засади здійснення ЗЕД в Україні і спрямований на удосконалення правового регулювання усіх видів ЗЕД, включаючи зовнішню торгівлю, економічне, науково-технічне співробітництво, надання послуг відповідно до загальновизнаних засад, принципів, норм і правил міжнародної торгівлі та зобов'язань, взятих Україною в рамках міжнародних угод. У Господарському кодексі України від 16 січня 2003 року загальним положенням про зовнішньоекономічну діяльність присвячена Глава 37.

Зовнішньоекономічна діяльність - це діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на відносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Ознаки ЗЕД:

а) за своєю сутністю вона є господарською діяльністю, тобто "діяльністю суб'єктів господарювання у сфері суспільного виробництва, спрямованою на виготовлення та реалізацію продукції, виконання робіт чи надання послуг вартісного характеру, що мають цінову визначеність" (ч. 1 ст. 3 ГК);

б) ця діяльність побудована на відносинах між суб'єктами господарювання, що перебувають під юрисдикцією різних держав;

в) вона може здійснюватися як на території України, так і за її межами, як з перетином митного кордону України, так і без такого перетину.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ВСТУП

МАШИНОБУДУВАННЯ В УКРАЇНІ

Машинобудування є важливою складовою національного господарства України. В ній зайнята майже третина від усіх працюючих у промисловості. В Україні існує близько 1000 машинобудівних підприємств різного призначення. Основними виробництвами, що формують головну частину вартості продукції, є авіа- та автомобілебудування, сільськогосподарське, енергетичне та важке машинобудування.

Також працюють підприємства тракторо-, верстато-, суднобудування, залізничного машинобудування. Практично повністю припинило існування українське точне машинобудування. Майже 2/3 підприємств перебуває у колективній власності, близько чверті – у державній. Приватних підприємств у машинобудуванні України небагато – лише близько 5 %.

Проблеми і перспективи розвитку підприємств машинобудування в Україні. Машинобудування не оминули кризові явища, які призвели до значного скорочення випуску продукції, розбалансування виробництва, а також погіршення виробничих зв’язків, що роками складалися як наслідок спеціалізації та кооперування. Частина підприємств перейшла на випуск іншої продукції або змінила форми своєї діяльності. Інші, не витримавши конкуренції з іноземними виробниками, взагалі припинили своє існування. Значна частина продукції машинобудування, попит у якій раніше задовольнявся за рахунок власного виробництва, нині надходить із-за кордону. Це стосується передусім автомобілів, побутової техніки. Через скорочення фінансування роботи наукових і конструкторських організацій недостатньо запроваджуються новітні технології, що спрямовані на ресурсозбереження та зменшення кількості відходів.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ЕКСПОРТНА СПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ ТА ЕКСПОРТНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН

Аудит експортної спроможності компанії проводиться за основними показниками:

- управлінський потенціал для реалізації експортних маркетингових ініціатив
- поінформованість про ринок і умови торгівлі на цільовому експортному ринку
- пристосованість продукції та виробничого процесу до вимог цільового ринку
- доступ компанії до ресурсів для підтримки експортної ініціативи
- ступінь володіння знаннями, а також внутрішні процедури, необхідні для здійснення операції експортного продажу
- готовність плану експорту

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ЕКСПОРТНА СПРОМОЖНІСТЬ КОМПАНІЇ ТА ЕКСПОРТНИЙ БІЗНЕС-ПЛАН

Експортний бізнес-план – це основний документ для ведення експортної діяльності підприємства, який до того ж може відкрити доступ до отримання кредитів і формування початкового капіталу підприємства. Експортний бізнес-план слід розглядати як інструмент управління, який може змінюватися залежно від отриманого досвіду, досягнутих результатів, вибору стратегії і досягнення поставлених цілей тощо. Щоб досягти успіху на зовнішньому ринку, компанії слід розробити бізнес-план хоча б на кілька років.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

Маркетингова стратегія складається з кількох етапів:

1. Перший етап - це оцінка експортного потенціалу компанії.
2. Другий етап - це аналіз експортного ринку і порівняння ринків різних країн між собою.

3. Третій етап - це складання експортного бізнес-плану (див. вище).

4. Четвертий етап - покрокова реалізація плану.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

Завдання маркетингового дослідження ринку:

1. Визначити місткість ринку, що допоможе правильно оцінити шанси підприємства на даному ринку і уникнути невиправданих ризиків і втрат;

2. Визначити частку підприємства на ринку як індикатор успіху підприємства;

3. Проаналізувати поведінку споживачів (аналіз попиту). Даний аналіз дасть оцінку ступеня лояльності споживача до продукту і підприємства, допоможе встановити конкурентоспроможні ціни на продукцію, внести зміни в сам продукт, оптимізувати канали просування і рекламну стратегію, тобто скорегувати всі компоненти комплексу маркетингу;

4. Провести аналіз діяльності конкурентів, що необхідно для кращої орієнтації підприємства на ринку і корегування індивідуальної політики ціноутворення і просування продукції на експорт;

5. Проаналізувати канали збуту, що дозволить визначити найбільш ефективний з них і потім сформувати готовий ланцюг оптимального руху продукту до кінцевого споживача.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

ВИБІР І РАНЖУВАННЯ РИНКІВ

Пріоритетні ринки аналізуються у наступних вимірах:

- розмір та потенціал до зростання
- рівень конкуренції над ринком цільового продукту
- легкість (умови) входу (квоти, тарифи, ліцензії, дозволи)
- бар'єри юридичні, митні, фіскальні
- культурна близькість
- географічна близькість (витрати на логістику)

Країни ранжуються за привабливістю і вибирається одна або кілька найкращих

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

РИНКОВИЙ АНАЛІЗ

Ринок обраної країни аналізується детальніше (Export Helpdesk, Eurostat, Trademap, ITA (USA), Euromonitor, Keynote, Mintel, Frost and Sullivan etc.)

- Структура ринку за продуктовими категоріями та каналами продажів
- Ємність ринку, показники зростання (по роках), структура попиту, вплив на ринок, прогнози ринку та тенденції.
- Структура по клієнтським сегментам.
- Глибоке вивчення конкурентів: частки ринку, позиціонування, стратегія просування.
- Детальне дослідження вимог до обраного продукту у вибраній країні, вивчення процедур отримання сертифікатів, ліцензій тощо.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

БАР'ЄРИ ВХОДУ ДО РИНКУ

Тарифи, квоти, необхідність отримання сертифікації та інші обов'язкові регуляторні вимоги та добровільні стандарти

КОНКУРЕНТИ ТА ЦІНА НА РИНКУ

Як конкуренти просувають свою продукцію або послуги, яка ціна на їхню продукцію і чому клієнти віддають перевагу їхній продукції або послугам

ЛОГІСТИКА, ДОДАТКОВІ ВИТРАТИ

Витрати на логістику та додаткові витрати, які будуть потрібні для виходу на вибрані ринки: наприклад, зміна в упаковці або додаткова адаптація товару для обраного ринку.

КУЛЬТУРНІ ВІДМІННОСТІ НАД РИНКОМ

Культурні особливості вибраних країн особливо стануть в нагоді при адаптації продукти або створенні нового бренду, розробці маркетингових матеріалів, а також подальшому переговори з потенційними партнерами

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

- Санітарні та фітосанітарні вимоги *(безпека продовольства та кормів, ветеринарія, фітосанітарна, охорона здоров'я)*
- Екологічні вимоги *(хімічні речовини, озоноруйнівні речовини, парникові гази, відходи, види, що є під загрозою зникнення)*
- Технічні вимоги *(безпека товарів, технічна стандартизація, упаковка, маркування)*
- Ринкові стандарти *(якість продукції)*
- Імпортні обмеження *(сільгосппродукція, вироби із заліза)*

http://exporthelp.europa.eu/

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

Визначення вимог до продукції при експорті до ЄС за допомогою інструменту Access2Markets

Access2Markets - це довідковий інструмент на офіційному сайті ЄС, який містить детальну інформацію про законодавчі вимоги до харчової і промислової продукції в ЄС. Для українського експортера він є корисним тим, що дозволяє визначити вимоги, яким повинна відповідати його продукція для експорту до країн ЄС, а також дізнатись про чинні тарифи, квоти, правила походження, митні процедури тощо.

ZAPORIZHZHYA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

Перший крок у роботі з порталом Access2Markets – вибір критеріїв для пошуку інформації на головній сторінці:

- ❑ Назва продукту або митний код продукту (Product name or HS code). Залежно від продукту, потрібно ввести 8- або 10-значний митний код. *Пошуковий інструмент митних кодів (УКТЗЕД) за обраними товарами – за посиланням https://export.gov.ua/uktzed_search_tool*
- ❑ Країна, звідки планується експорт (Country from - Ukraine).
- ❑ Країна ЄС, куди планується експорт (Country to).

Зверніть увагу, що вимоги до продукції в усіх країнах ЄС є однаковими, проте пошук за конкретною країною дає можливість отримати додаткову інформацію – розмір внутрішніх податків, торговельну статистику, контактні дані регулюючих органів, посилання на місцеві інформаційні ресурси тощо.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

Інтернет-ресурси для дослідження ринку:

Онлайн-ресурси з інформацією про тарифні та нетарифні обмеження:
Market Access Map – тарифні та нетарифні обмеження за країнами світу. Путівник із користування цією міжнародною базою знаходиться на сайті Офісу з просування експорту за посиланням.

Хелпдеск для експортерів до ЄС – це інформаційна веб-сторінка про основні вимоги до продукції на ринку ЄС та послідовність дій щодо виконання цих вимог.
https://trade.ec.europa.eu/access-to-markets/en/content/welcome-access2markets-trade-helpdesk-users

Standards Map – перелік добровільних стандартів, які використовуються в різних країнах.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

П’ять корисних сервісів для бізнесу:

- Google Shopping Ads Grader https://cutt.ly/MGDO21x
Допомагає вивчити як ринок України, так і інших країн:
- які товари найбільше продаються
- хто є ключовими гравцями ринку
- який його загальний обсяг
- які вимоги для виходу на ринок обраної країни

- Google Trends https://cutt.ly/UGDOMQW
Дозволяє вивчити зростання чи падіння попиту конкретний товар країни і навіть конкретному регіоні.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА ДОСЛІДЖЕННЯ РИНКІВ

П’ять корисних сервісів для бізнесу:

- Similarweb (https://cutt.ly/tGDPDIL)

Дозволяє швидко оцінити, що відбувається у вашій ніші на ринку обраної країни:
які ресурси найбільш популярні;
- які маркетплейси є найактуальнішими та що відповідає тематиці вашого продукту;
- який обсяг трафіку у ключових представників вашої сфери, звідки він приходить і яка його динаміка.

- Google Market Finder (https://cutt.ly/yGDSIQW) Аналізує ваш сайт і підказує, ринки яких країн найбільше зацікавлені у вашому продукті.

- Serpstat (https://cutt.ly/NGDDzBd) Допоможе вам відповісти на запитання "Чи є попит на мій продукт?" у будь-якій вибраній країні, аналізуючи кількість запитів на задану тематику в пошукових системах.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА МОДЕЛІ ВИХДУ НА РИНОК

Моделі виходу на ринок. Переваги та недоліки різних моделей:

Модель	Причини вибору	Переваги	Недоліки
Непрямий експорт/торговельна марка	1. Нестача фінансових ресурсів. 2. Відсутність власного бренду/ресурсів щодо його просування на цільовому ринку. 3. Відносно невеликі обсяги виробництва.	1. Низька вартість освоєння нового ринку. Компанія-експортер, по суті, платить тільки за сертифікацію своєї продукції та приведення її у відповідність до стандартів цільового ринку. 2. За умови високої якості продукції знайти партнера неважко.	1. Нижча маржа прибутку порівняно з прямим експортом через партнера або дочірню компанію. 2. Відсутність контролю за стратегією просування та продажу продукції.3. Відсутність власної торгової марки та бренду. Компанія залишається "невпізнанною" на цільовому ринку.
Дочірня компанія	1. Наявність достатніх обсягів фінансових ресурсів. 2. Великий обсяг цільового ринку. 3. Високий потенціал продажу продукції конкретного сегмента. 4. Сприятливий інвестиційний клімат у цільовій країні, відсутність регуляторних бар'єрів для іноземних компаній.	1. Повний контроль за всіма етапами виробництв, експорту, просування, продажу продукції. 2. Ефективна та тривала присутність на цільовому ринку.3. Додаткові можливості для освоєння ринків зі схожими вимогами.	1. Висока вартість та тривалість процесу створення дочірньої компанії. 2. За відносно невисоких обсягів продажу інвестиції в дочірню компанію окуплятимуться довго.

ZAPORIZHZHYA CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

МАРКЕТИНГОВА СТРАТЕГІЯ ТА МОДЕЛІ ВИХДУ НА РИНОК

Партнерство/спільне підприємство	1. Наявність обмежень на імпорт у цільовій країні. 2. Наявність політичних ризиків. 3. Високий потенціал продажів. 4. Несприятливий інвестиційний клімат та регуляторна політика.	1. Наявність обмежень на імпорт у цільовій країні. 2. Наявність політичних ризиків. 3. Високий потенціал продажів. 4. Несприятливий інвестиційний клімат та регуляторна політика.	1. Можуть виникати проблеми у контролі стратегій просування та продажу продукту. 2. Необхідна велика кількість інвестицій. 3. Підвищуються ризики конфліктів управлінського характеру. Партнер може перетворитися на конкурента.
Ліцензування/франшиза	1. Наявність інвестиційних та імпортних бар'єрів. 2. 2. Низький потенціал продажу на цільовому ринку.3. Великі культурні відмінності.	1. Мінімальні інвестиції та ризики. 2. Висока швидкість виходу цільової ринок. 3. Гарна можливість обійти торгові, інвестиційні, регуляторні бар'єри. 4. Високі показники ROI. 5. Адаптацію вашої продукції або бренду проводить контрагент у цільовій країні.	1. Підходить не всім видів підприємств. 2. Покупець ліцензії/франшизи може згодом перетворитися на конкурента. 3. Обмежений термін дії ліцензії/франшизи. 4. Завжди існує ризик припинення/неподовження контракту.
Інвестиції у готове виробництво	1. Наявність бар'єрів з імпорту. 2. Високий потенціал продажів. 3. Сприятливий інвестиційний клімат. 4. Низькі політичні ризики, стабільні державні інституції. 5. Наявність у компанії достатнього обсягу фінансових та інших ресурсів.	1. Повний контроль над виробництвом, просуванням та реалізацією продукції на цільовому ринку. 2. Висока ефективність розуміння особливостей функціонування цільового та подібного до нього ринків. 3. Можливість обійти існуючі бар'єри імпорту.	1. За браком досвіду можуть виникнути значні проблеми з управлінням іноземними активами. 2. Необхідно вливання значних ресурсів, включаючи фінанси та час. 3. Високий ризик втрати інвестицій через незнання особливостей місцевого ринку та бізнес-середовища.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

НАЙБІЛЬШ ЕФЕКТИВНІ СПОСОБИ ОРГАНІЗАЦІЇ ПРЯМИХ ТОРГОВИХ КОНТАКТІВ З ПОКУПЦЕМ:

- ДІЛОВА ПОЇЗДКА
- БІЗНЕС-МІСІЯ
- УЧАСТЬ В МІЖНАРОДНІЙ ВИСТАВЦІ

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ДІЛОВА ПОЇЗДКА

Відвідавши країну з діловим візитом, можна побачити і відчути всі особливості місцевого бізнесу, ознайомитися з традиціями ведення торгівлі, зрозуміти ставлення і рівень довіри до іноземців, побачити культуру країни, уподобання споживачів тощо.

Більш ефективним способом встановлення прямих контактів виступають цільові, організовані поїздки, підготовка яких здійснюється за підтримки посольств і торгових представництв за кордоном або за сприяння торгово-промислових палат, регіональних структур підтримки експортерів, а також через ділові асоціації чи союзи.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

БІЗНЕС-МІСІЯ

Бізнес-місії є важливим інструментом при налагодженні торгово-економічних контактів між країнами. Бізнес-місія – це організований захід, який пов’язаний з проведенням переговорів представників українських ділових кіл з потенційними зарубіжними партнерами з метою початку зовнішньоекономічних проектів.

Ключові параметри:

1. Бізнес-місії направлені на створення зовнішньоекономічних проектів і партнерств
2. Здійснюються відповідно до регламенту
3. Організаторами проводиться моніторинг результатів

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Виставки, семінари, форуми

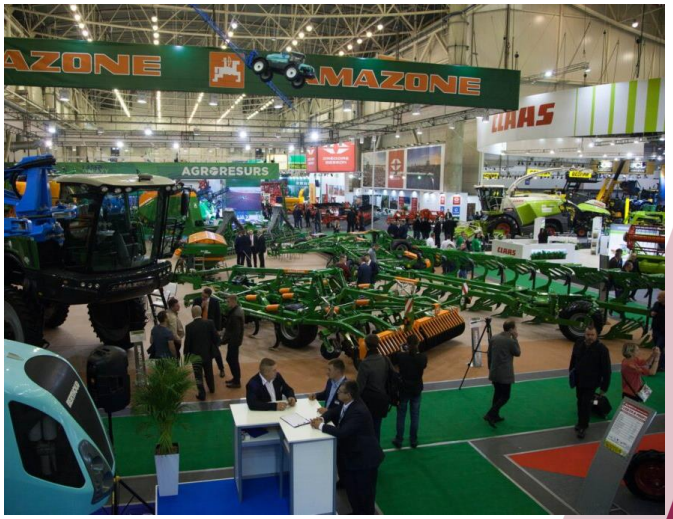
Участь у виставкових заходах також дозволяє підприємству дізнатися більше про клієнтів та їх очікування; отримати негайний відгук про продукцію і реакцію на підприємство; створити або розширити базу даних контактів; вивчити ринок і конкуренцію на ньому; оцінити маркетинговий потенціал підприємства; визначити можливих агентів і дистриб'юторів для подальшої співпраці на конкретному ринку; ініціювати створення альянсів і спільних підприємств.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Критерії, які необхідно врахувати при підготовці до виставки:

1. Тематика і формат виставки
2. Досвід і репутація організаторів виставки
3. Терміни і місце проведення виставки
4. Інфраструктура і площа виставки
5. Рекламна кампанія виставки
6. Кількісний та якісний склад відвідувачів виставки
7. Кількісний та якісний склад учасників виставки
8. Офіційна підтримка виставки
9. Наукова і ділова програма виставки
10. Вартість участі



ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

https://www.tradefairdates.com/ містить регулярно поновлювальну інформацію щодо виставок, ярмарок у Європі та у світі загалом. Цей ресурс дозволяє здійснювати пошук за країною та місцем проведення виставки, а також плановою датою. Окрім цього, експортерам слід звернути увагу ще на декілька ресурсів, які допоможуть йому сформувати правильну стратегію щодо участі у виставках. З інформацією щодо зарубіжних виставок, які проводяться в інших країнах світу, можна ознайомитись за наступними посиланнями:

ToFairs.com (www.tofairs.com)

Виставки (каталоги учасників) https://10times.com/

Ключові світові машинобудівні виставки:

HANNOVER MESSE https://www.hannovermesse.de (Німеччина)

MSV - міжнародна машинобудівна виставка https://www.bvv.cz/en/msv/ (Чехія)

ONS https://www.ons.no/ (Норвегія)

InnoTrans https://www.messe-berlin.de/en/ (Німеччина)

Basra International Oil&Gas Conference&Exhibition https://www.atce.org/welcome (Ірак)

SIMA Paris https://en.simaonline.com/ (Франція)

AGRIBEX https://www.agribex.be/en (Бельгія)

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Галузеві асоціації, спілки, об‘єднання

Система Торгово-промислових палат в Україні забезпечує сприятливе бізнес-середовище в Україні, створює та розширює можливості розвитку бізнесу через відкриття нових ринків для вітчизняного експорту, сприяння динамічній інтернаціоналізації українського бізнесу та активну інтеграцію в світову економіку. Наша мета - розвинений і конкурентоспроможний на світових ринках український бізнес. https://ucci.org.ua/about

Ukrainian Cluster Alliance / Український Кластерний Альянс

УКА – це асоціація українських кластерів. Місія асоціації – прискорити кластеризацію секторів економіки України для їх розвитку відповідно до кращих європейських стандартів https://www.facebook.com/UAClusterAlliance

Асоціація «підприємств промислової автоматизації України» https://appau.org.ua/en/

Ключові торгові асоціації:

- Association of the European Heating Industry (EHI): www.ehi.eu
- Committee for European Construction Equipment (CECE): www.cece.org
- European Association of Internal Combustion Engine Manufacturers (EUROMOT): www.euromot.eu
- European Association of the Machine Tool Industries (CECIMO): www.cecimo.eu
- European Committee of Domestic Equipment Manufacturers (CECED): www.ceced.eu
- European Committee of Manufacturers of Electrical Machines and Power Electronics: www.cemep.eu
- European Electronic Component Manufacturers Association (aisbl): www.eeca.be

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Платформи B2B matchmaking

https://www.b2match.com/explore
Amazon
B2B market place WLW https://www.wlw.de/en/home
GreenTrade Marketplace http://www.greentrade.net/
Retail-Index https://www.retail-index.com/
https://www.europages.com - Найбільша міжнародна платформа пошуку B2B;
https://www.nationmaster.com/
https://eu-ua-solidarity-lanes.seu.b2match.io/

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Платформи B2B matchmaking http://www.iop.kiev.ua/~een/

Європейська Мережа Підприємств (Enterprise Europe Network) це глобальна міжнародна мережа до якої входить 70 країн світу. Мережа налічує понад 600 бізнес-асоціацій, близько 20 000 бізнес-пропозицій та технологічних розробок. Кожен рік EEN проводить близько 700 бізнес-заходів та b2b зустрічей, де підприємці зі всього світу шукають бізнес-партнерів.

За допомогою EEN українські МСП мають можливість:

- Шукати бізнес-партнерів та покупців своєї продукції;
- Розміщувати та відстежувати комерційні пропозиції;
- Просувати свої інноваційні технології на ринки ЄС;
- Шукати та залучати новітні інноваційні технології із-за кордону;
- Шукати інвесторів та партнерів у ЄС для створення спільних підприємств.

EEN-Ukraine consortium | enterprise europe network

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Платформи B2B matchmaking

https://eu-ua-solidarity-lanes.seu.b2match.io/

Шукаєте шляхи підтримки українського експорту? Ваш бізнес пропонує транспортні або складські рішення? Ви український зерновий трейдер і шукаєте логістичного партнера для експорту своєї продукції?

Зареєструйте свій бізнес, щоб зв’язатися з новими партнерами та захистити свій міжнародний ланцюжок поставок! Допомагає компаніям зберігати, реструктуризувати або замінювати існуючі ланцюжки поставок, а також вихідну сировину, частини, компоненти та/або (напів)фабрикати або послуги, які їм необхідні для підтримки виробництва.

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

ПОШУК ПАРТНЕРА

Платформи B2B matchmaking

Європейський Союз та уряд Німеччини надають підтримку українським компаніям у їхніх зусиллях подолати економічні наслідки російського військового нападу на Україну. Ще одним кроком для цього стало відкриття можливості для українських підприємств шукати партнерства для бізнесу на платформі [leverist.de.](leverist.de)

Платформа надає можливість для діалогу та співпраці між європейськими компаніями та підприємствами в країнах-партнерах. Спілка українських підприємців підтримує запуск платформи leverist.de в Україні. Детальніше дізнатися про платформу, критерії для компаній, які можуть бути розміщені на платформі, та подати заявку на представленість на leverist.de можна за посиланням: https://bit.ly/3OzXHjR

ZAPORIZHZHYA
CHAMBER OF COMMERCE AND INDUSTRY

КОНТАКТИ

Запорізька торгово-промислова палата

адреса: бульвар Центральний, 4, м. Запоріжжя, 69005
тел.: (061) 233-11-72 e-mail: oso@cci.zp.ua

Експертні послуги для бізнесу у сфері ЗЕД:

Супровід ЗЕД, Експертиза, Митне декларування Карнети А.Т.А. Сертифікація походження товарів
Бізнес-освіта Іноземні переклади Розробка та сертифікація СМЯ Юридичні послуги

Дорожні мапи підготовлено у межах проєкту «Збереження та відновлення експортного і виробничого потенціалу МСБ Запорізької області в умовах воєнного стану», який реалізує Запорізька торгово-промислова палата в межах Програми ООН із відновлення та розбудови миру за фінансової підтримки Європейського Союзу.
Програму ООН із відновлення та розбудови миру реалізують чотири агентства ООН: Програма розвитку ООН (ПРООН), Структура ООН з питань гендерної рівності та розширення прав і можливостей жінок (ООН Жінки), Фонд ООН у галузі народонаселення (UNFPA) і Продовольча та сільськогосподарська організація ООН (ФАО).
Програму підтримують дванадцять міжнародних партнерів: Європейський Союз (ЄС), Європейський інвестиційний банк (ЄІБ), Посольство США в Україні, а також уряди Данії, Канади, Нідерландів, Німеччини, Норвегії, Польщі, Швейцарії, Швеції та Японії.