



Огляд закордонних практик із надання інституційної підтримки торгівлі

Автор: Наталія Козачук

Зміст

I. Вступ	2
II. Чинна модель інституційної підтримки торгівлі в Україні	3
III. Обґрунтування вибору держав для огляду	5
IV. Огляд функціонування моделей інституційної підтримки торгівлі:	6
IV. 1. Швейцарія	6
IV.2. Польща	9
IV. 3. Швеція	12
IV. 4. Сполучені штати Америки	15
IV. 5. Коста-Ріка	19
IV. 6. Південна Корея	22
V. Висновки	23

I. Вступ

Контекст: В Експортній стратегії України (“дорожній карті” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки зазначено, що «на сьогодні існуюча в Україні мережа інституцій з підтримки торгівлі не спроможна забезпечити належний рівень якості та спектр послуг, необхідних для ефективної підтримки українських експортерів на міжнародних ринках».¹ Відповідно, Експортна стратегія окреслює (і) недоліки, притаманні існуючій моделі інституційної підтримки торгівлі в Україні, (ii) пропозиції щодо створення додаткових інституцій для покращення ефективності існуючої моделі інституційної підтримки торгівлі в Україні.²

Мета: Експерти Центру аналітики зовнішньої торгівлі Trade+ при Київській школі економіки (надалі Trade+) зробили огляд світових практик надання інституційної підтримки торгівлі для інформування Міністерства економічного розвитку і торгівлі та мережі пов'язаних інституцій, визначених в Експортній стратегії відповідальними за покращення моделі надання такої підтримки в Україні. Задля надання зазначеної інформації було вирішено обрати для огляду шість з 20-ти найбільш перспективних для українського експорту країн, ідентифікованих як такі за методологією Trade+: Швейцарію, Польщу, Швецію, США, Коста-Ріку* та Південну Корею³.

* Коста Ріка посіла місце серед найперспективніших для українського експорту ринків за методологією Trade+, оскільки є статистичним викидом за зростанням експорту з України. Однак, з огляду на те, що в останньому десятиріччі Коста-Ріка суттєво інтенсифікувала та лібералізувала торгівлю, зокрема, через укладення преференційних торговельних угод,⁴ а також

¹ Розпорядження КМУ № 1017-р «Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки» [2017], [С. 11].

² Розпорядження КМУ № 1017-р «Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки» [2017]

³ Центр аналітики зовнішньої торгівлі Trade+ при Київській школі економіки. «Перспективні напрями українського експорту: Країни та Товари», [2019]. Повний текст дослідження надається за запитом.

⁴ Costa Rica. List of notified RTAs in force

<<http://rtais.wto.org/UI/PublicSearchByMemberResult.aspx?MemberCode=188&lang=1&redirect=1>> accessed 24 May 2019

шляхом побудови інституційної системи підтримки експортно орієнтованої моделі,⁵ Коста-Ріку було включено до аналізу.

II. Чинна модель інституційної підтримки торгівлі в Україні

Чинна модель інституційної підтримки торгівлі в Україні включає Верховну Раду, яка є законотворчим органом та окрім прийняття законів відповідає за ратифікацію міжнародно-правових договорів, включаючи торговельні угоди,⁶ Кабінет Міністрів України (КМУ), який приймає програми економічного та соціального розвитку, а також політики щодо зовнішньоекономічної діяльності, митної та податкової служби, інвестицій, ціноутворення, фінансового регулювання, займається розробкою та впровадженням державного бюджету,⁷ деякі пов'язані з торгівлею обов'язки належать й іншим установам, зокрема, Національному банку України, Державній фіскальній службі, Антимонопольному комітету, іншим органам виконавчої влади⁸, однак головною інституцією, відповідальною за реалізацію торговельної політики України, є Міністерство економічного розвитку і торгівлі (МЕРТ) разом зі своїми агентствами.

Одним з органів, що здійснює оперативне державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні, є Міжвідомча комісія з міжнародної торгівлі. Вона приймає рішення про порушення та проведення антидемпінгових, антисубсидійних або спеціальних розслідувань, за результатами проведення яких можуть бути застосовані відповідні заходи.⁹

⁵ Trade Policy Reviews. Costa Rica: May 1995 <https://www.wto.org/english/tratop_e/tptr_e/tp007_e.htm> accessed 24 May 2019

⁶ Trade Policy Review. Ukraine [para. 2.2, Table 2.2]

⁷ Trade Policy Review. Ukraine [para. 2.5]

⁸ Trade Policy Review. Ukraine [para. 2.6]

⁹ Розпорядження КМУ № 1017-р «Про схвалення Експортної стратегії України («дорожньої карти» стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки» [2017], [СС. 11-12]

У 2013 році при МЗС було утворено Раду експортерів та інвесторів України з метою сприяння реалізації національних зовнішньополітичних і зовнішньоекономічних пріоритетів, виходу українських експортерів на зовнішні ринки, захисту економічних і торговельних інтересів закордоном та залучення прямих іноземних інвестицій в економіку України.

Створений у 2014 році Офіс Торгового представника, який за посадою є заступником Міністра економічного розвитку та торгівлі, забезпечує проведення аналізу стану та тенденцій міжнародної торгівлі, розроблення пропозицій щодо пріоритетів, основних напрямів розвитку та формування торговельної політики України, а також займається питаннями організації та координації роботи торгових представництв у складі закордонних дипломатичних установ України.¹⁰ Регіональні програми щодо торгівлі впроваджуються місцевими адміністраціями в області, районі чи місті.

Після 2017 року, з метою виконання Експортної стратегії України, було створено наступні інституції з підтримки торгівлі: Офіс з просування експорту України, Раду з міжнародної торгівлі, Експортно-кредитне агенство.

Офіс з просування експорту – це державна установа, яка надає допомогу експортерам за напрямками експортного консалтингу, освіти для експортерів, інформації та аналітики, бізнес можливостей та можливостей для конструктивного діалогу між бізнесом, владою та експертами.¹¹ Враховуючи, що питання експорту розглядає не лише Мінекономрозвитку, а й інші центральні органи виконавчої влади, а на рівні виконавчої влади в Україні не існувало органу для обговорення і координації всього багатовекторного спектра питань міжнародної торгівлі, виникла необхідність створення Ради з міжнародної торгівлі як єдиної платформи для координації дій з розвитку міжнародної торгівлі в

¹⁰ Постанова КМУ № 550 «Про затвердження положення про торгового представника України» [2014].

¹¹ Офіс з просування експорту України. Про нас < <https://epo.org.ua/pro-nas/> > accessed 24 May 2019.

Україні.¹² Рада з міжнародної торгівлі – консультативно-дорадчий орган КМУ, очолюваний Міністром економічного розвитку і торгівлі України, заступником якого є Торговий представник, створений для координації дій міністерств, інших центральних органів виконавчої влади, та органів місцевого самоврядування у сфері розвитку міжнародної торгівлі України, підтримки зростання експорту та спрощення процедур міжнародної торгівлі. Експортно-кредитне агентство – приватне акціонерне товариство, основною метою діяльності якого є стимулювання масштабної експансії експорту товарів (робіт, послуг) українського походження.¹³ Наразі триває розробка та затвердження відповідної нормативної бази діяльності агентства.¹⁴

III. Обґрунтування вибору держав для огляду

При виборі країн, структура надання інституційної підтримки торгівлі в яких могла би бути корисною для покращення наявної в Україні моделі, експерти Trade+ ставили за мету навести найрізноманітніші (позитивні) приклади. Таким чином, в документі пропонується огляд моделей інституційної підтримки торгівлі держав з різних частин земної кулі: Європи, Північної та Центральної Америки, Азії.

Також обрані країни відрізняються за рівнем розвитку: хоча, відповідно до класифікації Світового банку, Україна належить до країн з нижчим середнім доходом (англ. lower middle income countries)¹⁵, в огляді представлені країни з

¹² Розпорядження КМУ № 1017-р «Про схвалення Експортної стратегії України (“дорожньої карти” стратегічного розвитку торгівлі) на 2017-2021 роки» [2017], [С. 12].

¹³ Постанова КМУ №65 «Питання утворення експортно-кредитного агентства» [2018].

¹⁴ Експортно-кредитне агентство: поточний стан < <http://www.me.gov.ua/Documents/Detail?lang=uk-UA&id=2bc9cad0-7dcc-4e80-b3d4-824f92b9a720&title=EkspornokreditneAgentstvo-PotochniiStan> > accessed 24 May 2019.

¹⁵ The World Bank. Data. Lower middle income <<https://data.worldbank.org/income-level/lower-middle-income>> accessed 24 May 2019

вищим середнім доходом (англ. upper middle income countries, такі як Коста-Ріка¹⁶, а також країни з високим доходом (англ. high income countries), такі як США, Швейцарія, Швеція, Польща та Південна Корея.

Однак, було визначено, що всі потенційно цікаві для огляду моделі мають функціонувати у країнах з демократичною формою правління і розвиненою торгівлею (країнах-лідерах з експорту). Так відповідно до EUI Democracy Index, шість країн обраних для огляду є демократіями (повними, або ж із недоліками):¹⁷ Швеція, Швейцарія та Коста-Ріка є повними демократіями, у той час як Південна Корея, США та Польща є демократіями із недоліками. Також, за даними СОТ станом на 2017 рік, країни ЄС (ми досліджуємо моделі Швеції та Польщі), США, Південна Корея та Швейцарія належать до топ-15 країн за обсягами торгівлі (включаючи експорт та імпорт).¹⁸ Коста-Ріка, хоча і не посідає високе місце у рейтингу країн за обсягами торгівлі, як для країни з середнім доходом, має високий показник торгівлі на душу населення: 3736 USD¹⁹, який втричі перевищує відповідний показник в Україні: 1213 USD²⁰.

IV. Функціонування моделей інституційної підтримки торгівлі:

IV. 1. Швейцарія

Оскільки Швейцарія не є країною-членом ЄС, хоча і має особливі глибоко інтегровані відносини з ЄС, зокрема, є членом спільного ринку, країна зберегла суверенітет у формуванні своєї торговельної політики, що позначилося на особливостях її інституційної системи. Компетенція щодо укладення

¹⁶ World Bank in Costa Rica. Overview <<http://www.worldbank.org/en/country/costarica/overview>> accessed 24 May 2019

¹⁷ Democracy Index 2018: Me too? Political participation, protest and democracy. A report by the Economist Intelligence Unit [2019], [PP. 36-37].

¹⁸ https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/E28_e.pdf
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/US_e.pdf
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/KR_e.pdf
https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/CH_e.pdf

¹⁹ https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/CR_e.pdf

²⁰ https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/trade_profiles/UA_e.pdf

торговельних угод покладається на двокамерну Федеральну асамблею, однак ці питання можуть виноситися на консультативний референдум за умови достатньої підтримки громадянами Конфедерації.²¹

У рамках виконавчої гілки влади питання формування торговельної та експортної політики покладаються на Федеральний департамент з питань економіки (англ. FDEA), у структурі якого Державний секретаріат з економічних питань (англ. SECO) є головним органом, що займається питаннями економічної політики. Обов'язки SECO включають розробку та реалізацію торговельної політики, а також представництво у міжнародних інституціях, таких як Світова організація торгівлі (СОТ).²² На національному рівні SECO забезпечує взаємозв'язки між бізнесом, профспілками, громадськими організаціями та урядом. До повноважень SECO належить співробітництво в галузі економічного розвитку за допомогою діяльності з технічної допомоги, пов'язаної з торгівлею.

Частину повноважень SECO було делеговано іншим урядовим агентствам. Наприклад, ключовим у питаннях просування експорту є урядове агентство Швейцарські глобальні підприємства (англ. S-GE), яке діє від імені та підконтрольне SECO, до компетенції якого належать (i) просування експорту, (ii) просування інвестицій, (iii) просування експорту, який стосується чистих технологій. У сфері просування експорту, S-GE допомагає малим та середнім підприємствам (МСП) виявляти і використовувати можливості для продажу закордоном і просувати конкурентноспроможність швейцарських експортерів на зовнішніх ринках. На стадії первинної консультації МСП безкоштовно надається попередня інформація про бачення експортних можливостей, залежно від ступеня інтернаціоналізації підприємства, у межах яких МСП отримують вигоду від багаторічного експортного досвіду консультантів S-GE. Більш детальні консультації включають індивідуальні поради щодо планів інтернаціоналізації

²¹WT/TPR/S/355/Rev.1 (22 September 2017) [paras. 2.1].

²²WT/TPR/S/355/Rev.1 (22 September 2017) [paras. 2.1 – 2.5].

МСП, аналіз та оцінку ринку, контакти з діловими партнерами, участь у великих міжнародних ярмарках закордоном як частина Павільйону SWISS.²³ У рамках діяльності Павільйону SWISS консультанти з S-GE щорічно проводять 20-25 виставок, де вони надають послуги з перевезення товарів та організації стендів виставок. Окремим напрямком діяльності S-GE з просування експорту є просування експорту чистих технологій, де цілеспрямоване позиціонування продукції в цьому сегменті ринку та їх маркетинг під маркою «чисті технології» (англ. cleantech) дають перспективні можливості для їх продажу швейцарськими компаніями закордон.²⁴

Для забезпечення діяльності S-GE у сфері просування експорту на базі посольств та генеральних консульств Швейцарії функціонує мережа швейцарських бізнес-центрів (англ. SWISS Hubs) на 27 цільових ринках по всьому світу, які є частиною глобальної мережі S-GE. Завдяки їхньому офіційному статусу, швейцарські бізнес-центри мають найкращу мережу зв'язків закордоном, керують мережею експертів і діляться знаннями зі швейцарськими МСП, які мають намір займатися експортом, а також визначають компанії, що мають інтерес до Швейцарії. Швейцарські компанії, що працюють закордоном, можуть отримати інформацію, поради та контакти, необхідні для успішного здійснення своєї міжнародної діяльності від швейцарських бізнес-центрів, а також можуть вимагати проведення маркетингових досліджень та взаємодії з місцевою владою з метою усунення перепон для експорту.²⁵ За 2018 рік S-GE підтримало загалом 5225 МСП за допомогою безкоштовних і платних послуг, з яких 82% опитаних заявили, що послуги були ефективними.

Іще однією інституцією на базі SECO є урядове агентство Швейцарська програма з просування імпорту у Швейцарію (англ. SIPPO), яке допомагає країнам, що

²³Switzerland Global Enterprise. Export Promotion <<https://www.s-ge.com/en/export-promotion>>

²⁴Switzerland Global Enterprise. Export Promotion Cleantech <<https://www.s-ge.com/en/export-promotion-cleantech>>

²⁵Switzerland Global Enterprise. Swiss Business Hubs <<https://www.s-ge.com/en/swiss-business-hubs>>

розвиваються, експортувати свою продукцію на ринок Швейцарії, ЄС або інші перспективні регіональні ринки, зокрема у наступних секторах: риба і морепродукти, оброблені продукти, натуральні інгредієнти, технічна деревина, текстиль з доданою вартістю і сталий туризм. SIPPО найбільш інтенсивно працює зі своїми 11-ма країнами-партнерами, у яких представлені регіональні офіси SIPPО (Перу, Колумбія, Південна Африка, Туніс, Марокко, Індонезія, В'єтнам, Албанія, Македонія, Боснії та Герцеговина, Сербія), через Ради зі сприяння імпорту.

IV.2. Польща

Польща, як і решта країн-членів ЄС, делегувала значну частину повноважень у сфері торговельної політики органам пан'європейського рівня. Так, Європейська Комісія відповідає за розробку та впровадження спільної торговельної політики ЄС у відповідності до цілей, викладених у статті 207 Договору про функціонування ЄС (ДФЄС). Спільна комерційна політика, про яку йдеться в Договорі, є однією з виключних повноважень ЄС, переданих до сфери компетенції Європейської Комісії, відповідно до статті 3 ДФЄС. З часом сфера загальної торговельної політики була частково поширена на торгівлю послугами, захист прав інтелектуальної власності та прямі іноземні інвестиції. Європейська Комісія та Рада міністрів спільно працюють над встановленням єдиного митного тарифу, формуванням експортної політики, а також, у разі необхідності, приймають рішення щодо впровадження заходів, які стосуються засобів торговельного захисту або компенсації. Правила ЄС дозволяють Раді міністрів ухвалювати торговельні рішення з голосуванням кваліфікованою більшістю, але на практиці Рада прагне використовувати консенсус. Що стосується торговельних переговорів, ці повноваження також належать до компетенції Європейської Комісії, яка веде переговори про торговельні угоди з країнами, що не входять до

ЄС, і торговельними блоками від імені ЄС в цілому.²⁶ Що стосується питань просування експорту, ЄС надає фінансування з бюджету для країн-членів та їх організацій, яке покриває координацію із загальноєвропейськими програмами та програмами щодо просування експорту країн-членів, для участі у міжнародних виставках, торговельних форумах, конференціях, семінарах та підприємницьких делегаціях у певних секторах.²⁷ У той же час, інституційна структура просування експорту та визначення форм допомоги, яка надається експортерам, належить до компетенції країн-членів ЄС з обмеженнями, які покладають норми права СОТ.

Інституційна модель просування експорту в Польщі побудована на базі Міністерства закордонних справ та Міністерства економіки Польщі, які розподіляють між собою обов'язки щодо просування експорту. Першочергова відповідальність за просування бренду «Польська» належить Міністерству закордонних справ, яке координує діяльність через Раду з просування Польщі: міжвідомчий орган, який очолюється Міністром закордонних справ та діє як дорадчий орган Прем'єр-міністра, є формальною платформою співпраці між міністерствами та іншими установами. Висловлені Радою з просування Польщі пропозиції направляються до Ради Міністрів.²⁸ На засіданнях Ради з просування Польщі беруть участь представники таких Міністерств: економіки, науки і вищої освіти, сільського господарства та розвитку села, управління та оцифрування, національної освіти, культури та національної спадщини, спорту та туризму, регіонального розвитку та фінансів, а також парламентарі із Комітету закордонних справ Сейму, представники громадянського суспільства, такі як рекламні агентства та компанії, які працюють у сфері зв'язків із громадськістю.²⁹ У рамках Ради з просування Польщі створено робочі групи з ключових питань,

²⁶WT/TPR/S/357/Rev.1 (13 October 2017) [paras. 2.2-2.4].

²⁷WT/TPR/S/357/Rev.1 (13 October 2017) [paras. 3.95].

²⁸Ministry of Foreign Affairs. Republic of Poland

<https://www.msz.gov.pl/en/news/council_for_the_promotion_of_poland_establishes_working_groups>
accessed 24 May 2019.

²⁹Ministry of Foreign Affairs. Republic of Poland

<https://www.msz.gov.pl/en/news/council_for_the_promotion_of_poland_establishes_working_groups>
accessed 24 May 2019.

наприклад, «Просування польських вищих навчальних закладів та інноваційних дослідницьких проєктів», «Просування польської їжі та агротуризму», «Польський бренд», які спільно з міністерствами у відповідних сферах займаються досягненням просування торгівлі та інвестицій.³⁰

Оскільки повноваження щодо просування торговельних та інвестиційних інтересів у Польщі розподілено між двома ключовими міністерствами, така гібридна модель існує і щодо решти урядових інституцій у цій сфері. У межах Посольств Польщі, яких налічується близько 90, що підпорядковуються Міністерству закордонних справ, просуванням торговельних та інвестиційних інтересів належить до компетенції Секцій з просування торгівлі та інвестицій у межах Посольств, які підпорядковуються Міністерству економіки. Секції з просування торгівлі та інвестицій є частиною 48 Посольств та Консульств Польщі, які функціонують у 43 країнах та охоплюють 5 континентів.³¹ Вони ставлять собі за мету просування польського бізнесу шляхом надання допомоги польським компаніям у пошуку іноземних партнерів, залучення іноземних партнерів, а також для надання допомоги іноземним компаніям, які хочуть купувати товари та послуги або відкривати бізнес у Польщі. Зокрема, така підтримка здійснюється через налагодження зв'язків з місцевим бізнесом, організацію економічних місій, стендів на ярмарках, тощо.

У Польщі також діє підтримуваний урядом Портал з просування експорту, де у вигляді конкретних пропозицій разом з контактами для імпортерів надається інформація щодо якісних, інноваційних продуктів або послуг, які можна експортувати з Польщі.³²

³⁰Ministry of Foreign Affairs. Republic of Poland
<https://www.msz.gov.pl/en/news/council_for_the_promotion_of_poland_establishes_working_groups>
accessed 24 May 2019.

³¹Patryk Toporowski. 'Poland's experience in trade and solutions of export promotion'. Polish Institute of International Affairs (2013), [P.4].

³²Export Promotion Portal Polska
<https://www.trade.gov.pl/en/s/index?searchstring=&continent=&country=28&filter_type_offers=1&offertypes=&sort=added_desc&viewtype=4> accessed 24 May 2019.

У 2017 році урядове агентство Польське агентство з інвестицій та торгівлі (англ. PAIH) було перейменовано з Польського агентства інформації та іноземних інвестицій, яке було створене у 2003 році після злиття Державного агентства з іноземних інвестицій та Польського інформаційного агентства.³³ PAIH обслуговує інтереси підприємців для залучення інвестицій до Польщі та притоку польських прямих іноземних інвестицій, що сприяє інтенсифікації польського експорту. Допомога надається у виконанні адміністративних та юридичних процедур, пов'язаних з конкретними проектами, а також у розробці юридичних рішень, пошуку місця для інвестицій, надійних партнерів та постачальників. Зокрема, для розширення експортних можливостей інноваційних МСП PAIH здійснюються такі проекти як польські технічні мости. З 2017 року PAIH створила систему Офісів зовнішньої торгівлі, які складають глобальну мережу підрозділів PAIH для надання міжнародної підтримки польським експортерам та інвесторам, які шукають нові можливості закордоном. Офіси зовнішньої торгівлі PAIH зосереджені на віддалених ринках швидкого зростання, які є найбільшим потенціалом для польських компаній. Зокрема, PAIH просуває експорт з провідних польських секторів і пропонує підтримку польським компаніям на ринках країн, що розвиваються, в рамках проєктів Go China, Go Africa, Go Arctic, Go India, Go ASEAN та Go Iran, а також відповідає за просування Польщі на універсальній виставці EXPO Dubai 2020.

IV. 3. Швеція

Так само, як і у випадку з Польщею, Швеція, яка є країною-членом ЄС, делегувала частину повноважень у сфері міжнародної торгівлі інституціям ЄС.³⁴ На національному рівні модель інституційної підтримки торгівлі у Швеції включає:

³³ Polish Investment and Trade Agency. PFR Group. About Us <https://www.paih.gov.pl/about_us>

³⁴ Див. С. 5

гілку виконавчої влади та підзвітні їй урядові органи, а також незалежні неурядові громадські організації.

У межах виконавчої гілки влади, інституцією, яка займається просуванням торгівлі та інвестицій є Міністерство закордонних справ Швеції, у межах якого ці обов'язки покладаються на Міністра закордонної торгівлі.³⁵ Зокрема, Міністр закордонної торгівлі працює над просуванням інвестицій у Швецію за допомогою порталу «Ведення бізнесу зі Швецією – небо – це межа», де надається доступ до інформації щодо правил та формальностей для тих, хто хоче працювати чи створювати власний бізнес у Швеції.³⁶

Національна рада з торгівлі, підзвітна Уряду, є шведським урядовим аналітичним органом, відповідальним за питання зовнішньої торгівлі, внутрішнього ринку та торговельної політики для сприяння відкритій і вільній торгівлі з прозорими правилами. Як експертний орган у торговельній політиці, Національна рада торгівлі надає Уряду аналітичні та довідкові матеріали, пов'язані з поточними міжнародними торговельними переговорами, а також структурований або довгостроковий аналіз питань, пов'язаних з торгівлею,³⁷ зокрема щодо питань глобальних ланцюгів створення вартості, нетарифних бар'єрів у торгівлі, адміністрування імпорتنих та експортних ліцензій, засобів торговельного захисту тощо.³⁸ За допомогою центру SOLVIT, Національна рада з торгівлі допомагає компаніям, а також людям, які стикаються з торговими бар'єрами на внутрішньому ринку ЄС.³⁹

³⁵Government offices of Sweden. Ministry for Foreign Affairs <<https://www.government.se/government-of-sweden/ministry-for-foreign-affairs/>> accessed 24 May 2019.

³⁶Embassy of Sweden. Doing Business with Sweden – the Sky is the Limit <<https://www.swedenabroad.se/en/about-sweden-non-swedish-citizens/business-and-trade-with-sweden/doing-business-with-sweden/>>

³⁷National Board of Trade Sweden. About us <<https://www.kommers.se/In-English/About-Us/>> accessed 24 May 2019.

³⁸National Board of Trade Sweden. Areas of expertise <<https://www.kommers.se/In-English/Areas-of-Expertise/>> accessed 24 May 2019.

³⁹National Board of Trade Sweden <<https://www.kommers.se/In-English/Areas-of-Expertise/solvit-center/>> accessed 24 May 2019.

Унікальною особливістю моделі підтримки інституційної торгівлі Швеції є підтримка імпорту в Швецію, яка надається через Відкриті торгові ворота – єдиний інформаційний центр, створений урядом Швеції як державна служба, що безкоштовно надає послуги експортерам з країн, що розвиваються, включаючи Україну. Відкриті торгові ворота надають інформацію про офіційні правила, процедури та технічні вимоги, які застосовуються до експорту до Швеції, включаючи проведення семінарів «Експортуї до Швеції», які організуються у співпраці з посольствами, відповіді у зручному форматі на запитання експортерів у країнах, що розвиваються, та від шведських імпортерів, зацікавлених в імпорті з цих країн, та допомагають у вирішенні проблем, пов'язаних з експортом шляхом аналізу перешкод, про які повідомляється, які, за умови їх несправедливості або надмірної бюрократичності, можуть бути переглянуті відповідним органом чи Міністерством закордонних справ Швеції.

Ще однією неурядовою та неприбутковою громадською організацією в інституційній системі підтримки торгівлі Швеції є організація Робимо торгівлю, створена у 2011 році на базі колишньої Торговельної палати Швеції. Робимо торгівлю зміцнює місцеві бізнес-організації в країнах, що розвиваються, з особливим акцентом на економічні можливості жінок-підприємниць; надає роз'яснення термінів, тарифів та документів, пов'язаних з імпортом, а також правових та фінансових питань; заохочує та надає підтримку шведським жінкам-підприємницям, які хочуть розширювати експорт через платформу Міжнародного жіночого підприємницького виклику.⁴⁰

⁴⁰Make Trade. What We Do < <https://maketrade.se/mt/#whatwedo> > accessed 24 May 2019.

IV. 4. Сполучені штати Америки

Особливості моделі інституційної підтримки у США сформувалися під впливом яскраво вираженої системи стримувань та противаг, яка існує між гілками влади, тому торговельна політика розробляється та здійснюється через три типи установ: законодавчий орган (Конгрес); Президента і гілку виконавчої влади; незалежні агентства.

Головним радником Президента США із торговельних питань, учасником торговельних переговорів і прес-секретарем з питань торговельної політики є Торговий представник США (USTR). Торговий представник США відповідає за розробку та координацію міжнародної торгівлі та прямих інвестицій США, зокрема у рамках СОТ, ОЕСР, ЮНКТАД, а також за переговори з іншими країнами. Така діяльність здійснюється у межах державного органу, яким є Офіс Торгового представника США. Офіс торгового представника співпрацює з Конгресом, зокрема з Бюджетним комітетом, з Фінансовим комітетом Сенату, з п'ятьма представниками із кожної палати конгресу, призначеними як офіційні радники з питань торговельної політики від Конгресу, а також з іншими сенаторами та представниками, призначеними Конгресом радниками із певних торговельних питань, або для участі в переговорах.⁴¹

Взаємодія Торгового представника США з іншими органами виконавчої влади, передбачена Законом США Про торговельну експансію від 1962 року, відбувається через трьохрівневий механізм: Комітет з торговельної політики (англ. TPC, на рівні міністерств), Група з перегляду торговельної політики (англ. TPRG, на рівні заступників міністрів), Комітет персоналу з питань торговельної політики (англ. TPSC, на рівні держслужбовців). Офіс Торгового представника США консулюється з іншими урядовими установами з питань торговельної політики через Групу з перегляду торговельної політики і Комітет персоналу з питань

⁴¹ WT/TPR/S/382/Rev.1 (27 March 2019) [paras. 2.14-2.15].

торговельної політики, які очолюються Торговим представником США і складаються з 19 федеральних агентств і офісів⁴² із представників Ради економічних консультантів, Ради з якості навколишнього середовища, Департаментів сільського господарства, торгівлі, оборони, енергетики, охорони здоров'я та соціальних служб, внутрішньої безпеки, внутрішніх справ, юстиції, праці, закордонних справ, транспорту, Агентства з охорони навколишнього середовища, Агентства з міжнародного розвитку, Національної економічної ради, Ради національної безпеки, Офісу з управління та бюджету, Комісії з міжнародної торгівлі (член без права голосу).⁴³ Відтак, базовим майданчиком для формування торговельної політики є Комітет персоналу з питань торговельної політики, який підтримує більше ніж 90 підкомітетів, які відповідають за спеціалізовані сфери, і кілька робочих груп, які працюють над конкретними питаннями. Якщо на рівні Комітету персоналу з питань торговельної політики не досягнуто домовленості, то питання передається на розгляд Групи з перегляду торговельної політики, або заступників Торгового представника США.

Приватний сектор США також бере активну участь у формуванні торговельної політики, представлений системою дорадчих комітетів, яку було сформовано Конгресом у Законі про торгівлю 1974 року та розширено Законом про торгівлю 2002 року. Ця система, яка складається з 26 дорадчих комітетів, членами яких є близько 700 громадян-радників з різних індустрій, координується Управлінням міжурядових справ та взаємодії (IARE) спільно з Департаментами сільського господарства, торгівлі та праці.⁴⁴ Питання, які стосуються координації з СОТ та НАФТА, також належать до компетенції дорадчих комітетів.

⁴²Office of the United States Trade Representative. Mission of the USTR <<https://ustr.gov/about-us/about-ustr>> accessed 24 May 2019.

⁴³Office of the United States Trade Representative. Executive Branch Agencies on the Trade Policy Staff Committee and the Trade Policy Review Group <<https://ustr.gov/about-us/executive-branch-agencies-trade-policy-staff-committee-and-trade-policy-review-group>> accessed 24 May 2019.

⁴⁴Office of the United States Trade Representative. Advisory Committees <<https://ustr.gov/about-us/advisory-committees>> accessed 24 May 2019.

Комісія з міжнародної торгівлі США (англ. US ITC) є незалежним, квазі-судовим федеральним агентством, яке займається (i) адмініструванням законів США щодо засобів торговельного захисту (спільно з Департаментом торгівлі США та Міжнародною торговельною адміністрацією); (ii) надає Президенту, Торговому представнику США та Конгресу незалежний аналіз та підтримку у питаннях тарифів, міжнародної торгівлі та конкурентноспроможності США; (iii) адмініструє гармонізований тарифний розклад США. Зокрема, Комісія з міжнародної торгівлі досліджує вплив демпінгового та субсидованого імпорту на вітчизняні галузі промисловості та проводить глобальні перевірки безпеки, а також розглядає справи, пов'язані з імпортом, які можуть порушувати права інтелектуальної власності, чим сприяє створенню міжнародної торговельної системи, заснованої на правилах.

Питання просування експорту у США на федеральному рівні належать до компетенції Координаційного комітету з просування торгівлі (англ. TRSC), створеного відповідно до Закону про розширення експорту 1992 року, очолюваного Міністром торгівлі США, який об'єднує 20 федеральних урядових агенцій (включаючи Офіс Торгового представника США) для забезпечення узгодження між федеральними заходами щодо сприяння торгівлі та кращої допомоги експортерам,⁴⁵ та Кабінету з просування експорту (англ. EPC), створеного Указом Президента США 2010 року № 13534, до складу якого входять 9 ключових міністрів та директорів з Координаційного комітету з просування торгівлі, а також старші радники Президента. Координаційний комітет з просування торгівлі відповідальний за розробку Стратегічного експортного плану на федеральному рівні, та рівні штатів, Національної експортної стратегії, а також має у своєму складі локальну робочу групу та робочу групу штатів для посилення координації та створення стратегічного плану експортних операцій, який локальні торгові офіси та торгові офіси штатів використовують для обміну

⁴⁵The Trade Promotion Coordinating Committee <https://2016.export.gov/advocacy/eg_main_022762.asp> accessed 24 May 2019.

інформацією та координації діяльності між штатами. Кабінет з просування експорту відповідальний за представлення єдиного федерального торговельного бюджету відповідно до стратегічних торговельних та інвестиційних цілей та пріоритетів Президента.⁴⁶

Унікальним незалежним федеральним органом у системі США зі сприяння просуванню експорту є Агентство торгівлі та розвитку США (англ. USTDA), яке допомагає компаніям створювати робочі місця через експорт товарів та послуг США для пріоритетних проектів розвитку в країнах що розвиваються, залучаючи приватний сектор США до таких проектів на критично ранніх стадіях, коли визначаються технологічні варіанти та вимоги щодо проекту.⁴⁷ Висвітлюючи можливості використання досвіду та технологій США, коли вони можуть бути ефективно включені в розробку проекту, Агентство торгівлі та розвитку збільшує можливості для якісної реалізації проектів за допомогою вироблених у США товарів, технологій або послуг. Для відкриття ринків у країнах, що розвиваються, експортерами зі США, використовуються наступні механізми: зворотні торговельні місії, техніко-економічне обґрунтування та пілотні проекти, конференції та семінари, технічна допомога. Історії успіху Агентства торгівлі та розвитку включають проекти щодо покращення діагностування та лікування раку в Нігерії, об'єднання Африки через якісні потяги, зроблені у США, у Кот-д'Івуарі, забезпечення енергетичної незалежності Східної Європи у Литві тощо.⁴⁸

⁴⁶Trade Promotion Coordinating Committee. Helping U.S. Businesses Increase Global Sales to Support Local Jobs, National Export Strategy 2016. Washington D.C. (2016), [P. 16] <<https://www.trade.gov/publications/pdfs/nes2016.pdf>> accessed 24 May 2019.

⁴⁷US Trade and Development Agency. About USTDA <<https://ustda.gov/about/mission>> accessed 24 May 2019.

⁴⁸US Trade and Development Agency. Success stories <<https://ustda.gov/news/success-stories>> accessed 24 May 2019.

IV. 5. Коста-Ріка

Розташована у Центральній Америці Коста-Ріка відома своєю активною позицією щодо лібералізації торгівлі, що зумовило участь Коста-Ріки у багатьох преференційних торговельних угодах та визначило пріоритетні напрямки та особливості функціонування системи інституційної підтримки торгівлі Коста-Ріки.

Міністерство зовнішньої торгівлі Коста-Ріки (ісп. COMEX) визначає і спрямовує політики у сферах зовнішньої торгівлі та іноземних інвестицій. COMEX координує імплементацію торговельної політики з різними інституціями, зокрема, з Агентством зі сприяння зовнішній торгівлі (ісп. PROCOMER) та Косторіканською коаліцією для ініціатив з розвитку (ісп. CINDE), які діють як виконавчі органи COMEX у просуванні експорту та залученні прямих іноземних інвестицій, відповідно. COMEX нещодавно зміцнило свої зв'язки з іншими установам у пріоритетних сферах, особливо, з Міністерством науки, техніки та телекомунікацій, щоб сприяти більшій узгодженості між політиками щодо інвестицій та інновацій, посилювати зв'язки між місцевими та міжнародними компаніями.⁴⁹ Міжвідомча комісія з імплементації торговельних угод, яка обговорює та координує з урядовими структурами питання, пов'язані з імплементацією торговельних угод у відповідних сферах, та Консультативна рада з питань міжнародної торгівлі відіграють важливу роль для міжінституційної координації та участі громадянського суспільства у формуванні та імплементації торговельної політики.

Важливу роль в освоєнні експортерами зовнішніх ринків, у першу чергу, але не обмежуючися тими, з якими укладені преференційні торговельні угоди, відіграє PROCOMER. PROCOMER – це громадська неурядова організація, яка

⁴⁹ Trade Policy Review, Costa Rica [2013], [para. 2.4].

фінансується за коштів державного бюджету,⁵⁰ створена у 1996 році для надання підтримки МСП, включаючи мікро-підприємства, у виході на міжнародні ринки та їх завоювання⁵¹. Для цього PROCOMER полегшує експортні та імпорتنі процедури (зокрема, за допомогою єдиного вікна із зовнішньої торгівлі (ісп. VUCE)), забезпечує участь підприємств Коста-Ріки у глобальних ланцюгах створення вартості, розробляє маркетингові дослідження, які допомагають у прийнятті державних рішень і рішень щодо експортної політики, надає інформацію з питань логістики, пропонує навчання, семінари та різноманітні поради щодо нових тенденцій на світовому ринку, просуває експортну пропозицію товарів і послуг у світі через міжнародні ярмарки, торгові місії, бізнес-раунди. За допомогою VUCE PROCOMER забезпечує спрощення процедур експортного ліцензування; процедур отримання сертифікатів походження для узагальненої системи преференцій, угод про вільну торгівлю з Китаєм та Карибською спільнотою, а також з Венесуелою; процедур отримання сертифікатів вільного продажу харчових продуктів; навчання з питань процедур експорту та походження; а також навчання роботи з електронною системою VUCE 2.0.⁵² Інституційною особливістю PROCOMER є те, що вона має 24 міжнародні представництва у пріоритетних для Коста-Ріки країнах-торговельних партнерах, а також 5 регіональних офісів у Коста-Ріці, які консультують та надають допомогу експортерам на місцях.⁵³ Протягом 2017 року експорт Коста-Ріки збільшився на 8%, що є найвищим зростанням за останні 5 років⁵⁴. Для того, аби дізнатися про експортні можливості для певного підприємства, достатньо залишити заявку на сайті, після чого працівники PROCOMER нададуть інформацію. Частиною PROCOMER є Консультаційний центр із зовнішньої торгівлі (ісп. SACEX), який надає експортерам послуги,

⁵⁰Que es PROCOMER? < <https://www.procomer.com/es/historia-procomer> > accessed 24 May 2019.

⁵¹ Ley № 7638 Creación Ministerio de Comercio Exterior y Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica <<https://costarica.eregulations.org/media/Ley%20N%C2%B0%207638%20creacion%20del%20ministerio%20de%20comercio%20exterior%20y%20promotora%20de%20comercio%20exterior%20de%20Costa%20Rica.pdf>> accessed 24 May 2019.

⁵² Ventanilla Unica <<https://www.procomer.com/es/ventanilla-unica-comercio-exterior>> accessed 24 May 2019.

⁵³Contactenos < <https://www.procomer.com/es/contacto-principal>> accessed 24 May 2019.

⁵⁴Que es PROCOMER? < <https://www.procomer.com/es/historia-procomer> > accessed 24 May 2019.

зокрема, доступ до стратегічної інформації, відповідно до потреб клієнтів, і полегшення користування інформаційними ресурсами, що дозволяє розробляти конкретні експортні проекти.⁵⁵

Неурядова інституційна структура дозволяє PROCOMER бути гнучкою і автономною, як адміністративно, так і фінансово, особливо щодо управління персоналом, який не залежить від державної служби, що дозволяє підвищити компетентність працівників, стимулювати їх розвиток, підвищити рівень заробітної плати. Враховуючи таку автономію, PROCOMER може затверджувати через свою Раду директорів рішення, такі як робочий графік, внутрішні правила та положення, створення нових посад, призначення виконавчого директора, а також розподіл бюджету. Рада директорів є ключовою в ефективності та результативності діяльності PROCOMER, оскільки вона забезпечує цілі та стратегічні рекомендації з управління та адміністрування на основі збалансованого представництва державного і приватного секторів, включаючи безпосередню участь міністра зовнішньої торгівлі.⁵⁶

Іншою установою, яка створює необхідні для сприяння залученню внутрішніх та іноземних інвестицій умови, є CINDE, яка є приватною організацією, що займається створенням інвестиційних програм, включаючи моніторинг і аналіз підприємств та ринків, а також надає прями послуги інвесторам.

Важливою платформою для обговорення проблем, пов'язаних із торгівлею, та координації політики, є Консультативна рада з питань міжнародної торгівлі, яка збирається кожні 2 тижні, очолювана міністром зовнішньої торгівлі, за участі міністрів економіки, промисловості і торгівлі; сільського господарства та

⁵⁵ Promotora de comercio exterior de Costa Rica (PROCOMER) – COSTA RICA. Estudio de caso [2015], [P. 36] < [file:///C:/Users/kozac/Downloads/Caso%20de%20Estudio%20Costa%20Rica-Final%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/kozac/Downloads/Caso%20de%20Estudio%20Costa%20Rica-Final%20(1).pdf) > accessed 24 May 2019.

⁵⁶ Promotora de comercio exterior de Costa Rica (PROCOMER) – COSTA RICA. Estudio de caso [2015], [P. 4] < [file:///C:/Users/kozac/Downloads/Caso%20de%20Estudio%20Costa%20Rica-Final%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/kozac/Downloads/Caso%20de%20Estudio%20Costa%20Rica-Final%20(1).pdf) > accessed 24 May 2019.

тваринництва; закордонних справ і релігії, представників різних приватних асоціацій, промисловості, МСП та споживачів.

IV. 6. Південна Корея

Південна Корея є президентсько-парламентською республікою, де Міністерство Торгівлі, Індустрії та Енергетики, реорганізоване у 2013 році на базі Міністерства Економіки Знань, відіграє ключову роль у формуванні та впровадженні торговельної та індустріальної політики держави. Міністерство Торгівлі, Індустрії та Енергетики формулює завдання та приймає рішення щодо торговельної політики після консультацій з відповідними зацікавленими сторонами, як державними, так і приватними: Міністерствами стратегії та фінансів; сільського господарства, продовольства та сільського розвитку; юстиції; землі; інфраструктури та транспорту; а також таких приватних об'єднань, як Кореїська міжнародна торговельна асоціація, Кореїська торговельно-промислова палата тощо.⁵⁷ Також корейські експортери отримують підтримку у просуванні торгівлі та експорту від діяльності Державного агентства з просування торгівлі та інвестицій Кореї (англ. KOTRA). Спільно з Міністерством Торгівлі, Індустрії та Енергетики KOTRA проводить зустрічі у Закордонній раді з іноземних інвестицій, де беруть участь іноземні підприємства, які можуть надавати уряду Кореї поради щодо інвестиційної політики.

У сфері просування експорту KOTRA, представлена 126 корейськими бізнес-центрами в більш ніж 86 країнах, надає послуги «бізнес-знайомств» через електронний торговельний майданчик B2B,⁵⁸ яким керує KOTRA. Функціонування торговельного майданчика B2B забезпечується за допомогою окремого порталу «Купуй корейське», де у імпортерів є можливість ознайомитися

⁵⁷ WT/TPR/S/346/Rev.1 (6 January 2017)[paras. 2.1 – 2.12].

⁵⁸Korea Trade-Investment Promotion Agency. Intro to B2B E-marketplace <<http://english.kotra.or.kr/foreign/biz/KHENKO020M.html>> accessed 24 May 2019.

із пропозиціями корейських товарів та послуг для експорту, які щоденно доповнюються на порталі, а також придбати їх із можливістю відслідковувати статус доставки у реальному часі.⁵⁹ КОТРА також допомагає торговельним місіям та самостійно організовує торговельні виставки у Кореї та закордоном, надаючи МСП експортно-консалтингові послуги; за допомогою Глобального центру злиття та поглинання, створеного у січні 2013 року, КОТРА працює над задоволенням глобального попиту на транскордонне злиття та поглинання за участі корейських МСП; діє як довідковий центр, що надає корисну інформацію іноземним інвесторам.

Важлива роль у формуванні торговельної політики Кореї належить державним дослідницьким центрам, які працюють над аналізом проблем двох- та багатосторонньої політики, зокрема, такі аналітичні центри, фінансовані за коштом державного бюджету, як Корейський інститут з міжнародної економічної політики, Корейський інститут з індустріальної економіки та торгівлі, Корейський інститут з розвитку, Корейський інститут з економічних досліджень, Корейський інститут з сільської економіки.⁶⁰

V. Висновки

Огляд різноманітних моделей інституційної підтримки торгівлі у шести демократичних країнах із розвиненою торгівлею (Швейцарії, Польщі, Швеції, США, Коста-Ріці та Південній Кореї), дозволяє окреслити такі найкращі практики:

- (і) Щодо покращення координації торговельної політики та представництва приватного сектора у формуванні рішень з торговельної політики;

⁵⁹BuyKorea. Operated by KOTRA. Government Agency <www.buykorea.org/of/BKOFLL081C.html> accessed 24 May 2019.

⁶⁰WT/TPR/S/346/Rev.1 (6 January 2017) [para. 2.12].

Повноваження з формування та імплементації торговельної політики можуть покладатися або на Міністерство закордонних справ (Швеція), або на Міністерство економіки (Швейцарія, США, Південна Корея, Коста-Ріка), або бути гібридом двох наведених варіантів, коли певні повноваження надаються обом міністерствам (Польща). Гібридна модель критикується експертами, оскільки створює конкуренцію компетенцій. Залежно від створеної моделі, відповідне міністерство відіграє ключову роль у координації діяльності державних (парламентських та урядових) та приватних зацікавлених сторін у формуванні торговельної політики. Отже, у більшості розглянутих країн саме Міністерство економіки відповідає за формування та імплементацію торговельної політики.

Ефективність координації у сфері формування та імплементації торговельної політики з іншими органами виконавчої влади може відбуватися через трьохрівневий механізм: Комітет з торговельної політики на рівні міністерств, Групу з перегляду торговельної політики на рівні заступників міністрів, Комітет персоналу з питань торговельної політики на рівні держслужбовців. Діяльність такого механізму фінансується за кошти державного бюджету (США).

Фінансована за кошти державного бюджету Рада з просування Польщі разом з робочими групами з ключових питань, наприклад, «Просування польських вищих навчальних закладів та інноваційних дослідницьких проєктів», «Просування польської їжі та агротуризму», «Польського бренду» важливі для посилення координації та діалогу із зацікавленими сторонами та підвищення ефективності виконання ключових коротко- та середньострокових завдань у сфері просування експорту (Польща). Аналітика у сфері торгівлі забезпечується державними органами, такими як Національна рада з торгівлі у Швеції, або спеціально створеними дослідницькими центрами у Південній Кореї.

(ii) Щодо інституційної структури та повноважень закордонних органів з підтримки експорту та місцевої мережі органів з просування експорту;

Міжнародне представництво з просування експорту може здійснюватися бізнес-центрами (за прикладом Швейцарії та Південної Кореї) або секціями з просування торгівлі (на зразок Польщі) при посольствах та генеральних консульствах, які функціонують у пріоритетних країнах та регіонах, а також на перспективних віддалених та менш освоєних ринках країн, що розвиваються, Африки, Азії, Південної Америки та Близького Сходу. Фінансування діяльності таких бізнес-центрів здійснюється за кошти державного бюджету. Незважаючи на те, що такі бізнес-центри функціонують при посольствах та генеральних консульствах на постійній основі, вони підконтрольні та підзвітні Міністерству економіки.

До компетенції таких закордонних представництв належить надання як безкоштовних так і платних консультацій щодо інтернаціоналізації МСП, аналізу та оцінки ринків, питань логістики, контактів із діловими партнерами, а також визначення компаній, що мають інтерес до імпорту з відповідних країн, та інвестицій, участі у міжнародних ярмарках, семінарах, виставках закордоном тощо.

Цікавим є досвід Коста-Ріки, яка побудувала автономну модель роботи бізнес-центрів, де працівники не є державними службовцями, що дозволяє підвищити ефективність управління персоналом, компетентність працівників, стимулювати їх розвиток, забезпечувати підвищення рівня заробітної плати. Також особливістю Коста-Ріки та США є існування регіональних офісів, які консультують та надають допомогу експортерам на місцях. У Коста-Ріці такі послуги включають розробку конкретних експортних проектів.

Прогресивними практиками є впровадження онлайн платформ, наприклад, B2B у Південній Кореї, де відображається інформація про перспективні пропозиції товарів та послуг для експорту разом із контактами експортерів. Така інформація оновлюється на щоденній основі та допомагає у просуванні експорту шляхом

покращення поінформованості зацікавлених імпортерів та спрощення комунікації. Спрощенню експортних та імпортних процедур у Коста-Ріці сприяє створення Єдиного вікна із зовнішньої торгівлі, яке спрощує експортне ліцензування; отримання сертифікатів походження для узагальненої системи преференцій, угод про вільну торгівлю з Китаєм та Карибською спільнотою, а також з Венесуелою, процедури отримання сертифікатів вільного продажу харчових продуктів.

(iii) Щодо впровадження інституцій з підтримки імпорту з країн, що розвиваються, для посилення ролі у системі глобальних ланцюгів створення доданої вартості;

Важливу роль для покращення участі у системі глобальних ланцюгів створення доданої вартості відіграє досвід Швеції та Швейцарії, де в системі інституційної моделі підтримки торгівлі функціонують інституції з просування імпорту з країн, що розвиваються, включаючи найменш розвинуті країни. У Швейцарії така інституція допомагає країнам, що розвиваються, експортувати свою продукцію на ринок Швейцарії, ЄС або інші перспективні регіональні ринки. У Швеції функціонує інформаційний портал Відкриті торговельні ворота, що безкоштовно надає послуги експортерам з країн, що розвиваються, включаючи інформацію про офіційні правила, процедури та технічні вимоги, які застосовуються до експорту до Швеції.

(iv) Щодо впровадження ініціатив з розвитку, зокрема, підтримки найменш розвинених країн, розвитку та інтернаціоналізації підприємств жінок-підприємниць;

Досягнення гендерної рівності через торгівлю у Швеції відбувається зокрема через платформу Робимо торгівлю, яка впроваджує напрямок просування експорту на

державному рівні через підвищення експортного потенціалу жінок-підприємниць, зокрема інтернаціоналізацію МСП, які належать жінкам-підприємницям.

Для підтримки країн, що розвиваються, позитивним є приклад діяльності Агентства торгівлі та розвитку США, яке, використовуючи досвід та можливості технологій, товарів та послуг приватного сектору США, забезпечує виконання пріоритетних проектів розвитку в країнах, що розвиваються, тим самим сприяючи просуванню експорту із США.