

Експорт і одяг для військових: глава АОЗ ДОТ Жумаділов розповів, що не встиг запровадити

13:37 20.08.2026 Чт

🕒 2 хв

Що заважало запустити нові механізми в оборонних закупівлях і коли вони можуть запрацювати?

 КОСТЯНТИН ШИРОКУН



Фото: Арсен Жумаділов (t.me/ministry_of_defense_ua)

 Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з РБК-Україна у Google

Агенція оборонних закупівель не встигла запустити модель квотування експорту зброї та запровадження реімбурсації речового забезпечення для військових.

Про це керівник Агенції оборонних закупівель Державного оператора тилу (АОЗ ДОТ) Арсен Жумаділов заявив на пресконференції, повідомляє кореспондент РБК-Україна.

Квоти на експорт залежно від постачання на фронт

За словами Жумаділова, АОЗ ДОТ побоюється, що після відкриття експорту частина виробників отримає стимул виправдовувати непідписання контрактів із Силами оборони тим, що нібито не отримала замовлень від АОЗ, Генштабу чи Міноборони - і на цій підставі йти на зовнішні ринки.

Він зазначив, що контрагенти, які не хочуть підписувати контракт, завжди знайдуть привід цього не робити, тож зростання кількості компаній, зацікавлених в експорті через вигіднішу валютну виручку та інші умови, є ризиком для забезпечення фронту.

Щоб це унеможливити, в агентстві запропонували модель, за якою експортна квота виробника формуватиметься залежно від вартості або кількості одиниць продукції, які він поставив силам оборони за звітний період.

Другим критерієм має стати попит на продукцію компанії на маркетплейсі DOT Chain Defence та інших торговельних майданчиках. Жумаділов уточнив, що пропозицію наразі розглядають, але подальша доля рішення невідома.

Компенсація за форму замість видачі зі складу

Ще одна нереалізована ініціатива - реімбурсація речового забезпечення для військових. Жумаділов пояснив, що концепція вже готова, як і цифрові рішення для її запуску, однак впровадити її поки не вдалося.

За його словами, більшість військових на Сході та Півдні фактично не носять форму, яку їм видає КСЛ, - зокрема "бойовий" одяг, - а купують те, що їм подобається самостійно.

Тому в АОЗ пропонують дати військовим право обирати спорядження в межах певного бюджету - щорічного або піврічного, - прив'язаного до сезонів перевдягання, і купувати його в авторизованих точках продажу за принципом, подібним до маркетплейсу DOT Chain Defence, але для речового забезпечення.

Це, за словами Жумаділова, дало б змогу уникнути ситуацій, коли видана зі складу форма просто осідає на полицях, бо військові її не носять.

Окремим завданням він назвав створення єдиного вікна зворотного зв'язку, для чого агенції потрібно синхронізуватися із застосунком "Армія+" та хмарними КЕПами.

Раніше РБК-Україна повідомляло, що Генеральний директор Агенції оборонних закупівель Арсен Жумаділов [подав заяву на звільнення](#).

 Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!

Або читайте нас там, де вам зручно!



Більше по темі:

Збройні сили України



НОВИНИ



У Міноборони пояснили звільнення Хмари: його не "списали" через ВЛК

АНАЛІТИКА



Лев Шевченко
Керівник рубрики Miltech

Чи стане Brave1 українською DARPA та чи буде зброя на фронті: інтерв'ю з CEO Ради зброярів



НОВИНИ

Новини України
Війна в Україні
Економіка
Світ
Надзвичайні події

ПОЛІТИКА

АНАЛІТИКА

Статті
Інтерв'ю
Точка зору

БІЗНЕС

Економіка
Фінанси
Авто
Tech
Енергетика
Біла економіка

ЖИТТЯ

Гроші
Зміни
Освіта
Суспільство

СПОРТ

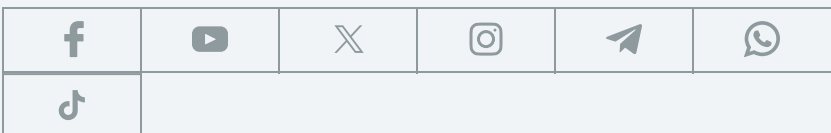
Футбол
Баскетбол
Теніс
Бокс

STYLER

Люди
Тренди
Корисне
Смачно
Гороскопи

WAVE

Інсайдер
Стиль
Велнес
Культура
Подорожі
Смак
Зірки



Ідентифікатор онлайн-медіа в Реєстрі суб'єктів у сфері медіа — R40-05347
Інформаційний портал «РБК-Україна» має тримовну версію (українську, російську та англійську), головна сторінка порталу - <https://www.rbc.ua>.
Фотографії, зображення належать їх правовласникам. Всі фотографії на Порталі, авторами яких є журналісти «РБК-Україна», розміщені на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International. Редакція «РБК-Україна» може не поділяти точку зору авторів. Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведеною їх правдивості. За достовірність та зміст реклами відповідальність несе рекламодавець. Матеріали, позначені плашкою: «Прес-релізи», «Спецпроект», «Партнерський матеріал», «Промо», «Благодійність», «Резонанс» розміщуються на правах реклами і призначені, як правило, для осіб, які досягли 21-річного віку. «Новини компанії» - це інформаційний формат, що охоплює новини, події та оголошення, пов'язані з діяльністю компаній, базуються на пресрелізах, які випускають самі компанії, і за які редакція не несе відповідальність. Онлайн-медіа «РБК-Україна» призначене для осіб віком від 21 року.