

«УКРАЇНА: ЛІДЕРСТВО БІЗНЕСУ В ПІСЛЯВОЄННІЙ ВІДБУДОВІ»

Короткий звіт за результатами
опитування малого та середнього
бізнесу

Червень 2024

Виконавець проекту:



Громадська організація «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»

Фінансова підтримка:



Центр міжнародного приватного підприємництва (CIPE)

Автори звіту:

Євген Ангел, старший науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» - ІЕД

Владислав Баськов, науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» - ІЕД

Оксана Кузяків, виконавча директорка ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» - ІЕД

Опитування проведено за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIPE). Погляди, висновки та рекомендації, представлені в дослідженні, належать авторам і можуть не збігатися з офіційною позицією CIPE або його співробітників.

ГО «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОЛІТИЧНИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ»,

01054 Київ, Україна, вул. Рейтарська 8/5-А,

тел.: +38(044) 278-63-42; +38 (044) 278-63-60; факс: +38(044) 278-63-36

institute@ier.kyiv.ua

www.ier.com.ua

[Facebook ІЕД](#)

Зміст

Вступ	3
Опис вибірки	3
Стан МСП під час війни	6
Релокація за кордон	8
Досвід взаємодії з органами влади	9
Блокування податкових накладних	9
Відшкодування ПДВ	9
Ділова доброчесність	10
Методологія	13

Вступ

У квітні та червні 2024 року фахівцями ІЕД за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIPE) було проведено дослідження «Україна: лідерство бізнесу в післявоєнній відбудові», яке включало організацію **двох опитувань** малого та середнього бізнесу. До вашої уваги **другий звіт** за результатами опитування **червня 2024 року**.

Мета дослідження «Україна: лідерство бізнесу в післявоєнній відбудові» - оцінити роль малого та середнього бізнесу у відбудові країни, оцінити конкретні потреби та проблеми МСП і сформулювати політику для їхньої кращої інтеграції в зусилля з відновлення економіки, включаючи участь МСП у державних закупівлях та впровадження стандартів доброчесності.

Малі та середні підприємства відіграють вирішальну роль в економічному ландшафті України і мають потенціал для формування економічного відновлення та зростання країни кількома способами:

- А. **Зайнятість.** Малі та середні підприємства є основним джерелом зайнятості, оскільки забезпечують роботою значну частину населення. Вони знижують безробіття і стимулюють економічну активність як у містах, так і в сільській місцевості.
- Б. **Інновації та підприємництво.** МСП часто є центрами інновацій та підприємництва. Вони виводять на ринок нові ідеї, сприяють конкуренції та стимулюють технологічний прогрес, що може позитивно вплинути на економічний розвиток.
- В. **Місцева економіка.** Малі та середні підприємства, як правило, глибоко вкорінені в місцевих громадах. Їхній успіх безпосередньо впливає на добробут цих громад, сприяючи місцевому розвитку та процвітанню.
- Г. **Стійкість та адаптивність.** МСП часто більш гнучкі та адаптивні до мінливих економічних умов, ніж великі корпорації. Їхня здатність розгортатися та реагувати на ринкові виклики може мати вирішальне значення під час економічної невизначеності.
- Д. **Експорт та міжнародна торгівля.** МСП часто займаються експортною діяльністю, допомагаючи диверсифікувати експортний портфель України та зменшити її залежність від обмеженої кількості товарів. Це може сприяти більш стабільній та стійкій економіці.

Малі та середні підприємства є життєво важливим компонентом економічної структури України, і їхній добробут тісно пов'язаний із загальною економічною ситуацією в країні. Розуміння їхніх викликів, потреб та їхня участь у відновленні має вирішальне значення для формування обґрунтованої політики та ініціатив, спрямованих на зміцнення економічної стійкості та перспектив зростання України. Це підкреслює важливість проведення опитувань представників МСП для збору інформації.

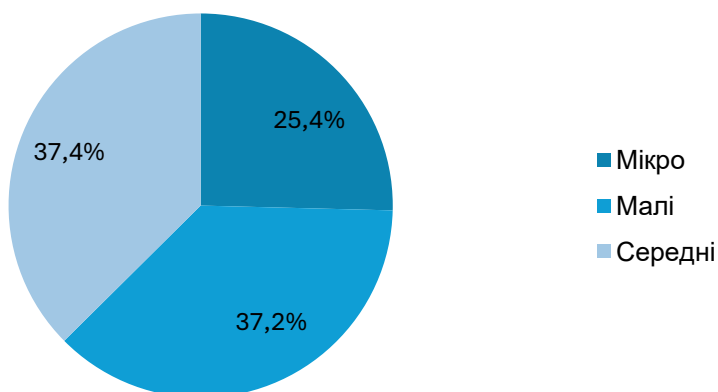
Опитування проведено за підтримки Центру міжнародного приватного підприємництва (CIPE). Погляди, висновки та рекомендації, представлені в дослідженні, належать авторам і можуть не збігатися з офіційною позицією CIPE або його співробітників.

Центр міжнародного приватного підприємництва (CIPE) – це міжнародна організація, яка працює над зміцненням демократії та розбудовою конкурентних ринків у найскладніших умовах у світі. Співпрацюючи з місцевими партнерами та завтрашніми лідерами, CIPE просуває голос бізнесу у формуванні політики, сприяє розширенню можливостей та розвитку стійких та інклюзивних економік.

Опис вибірки

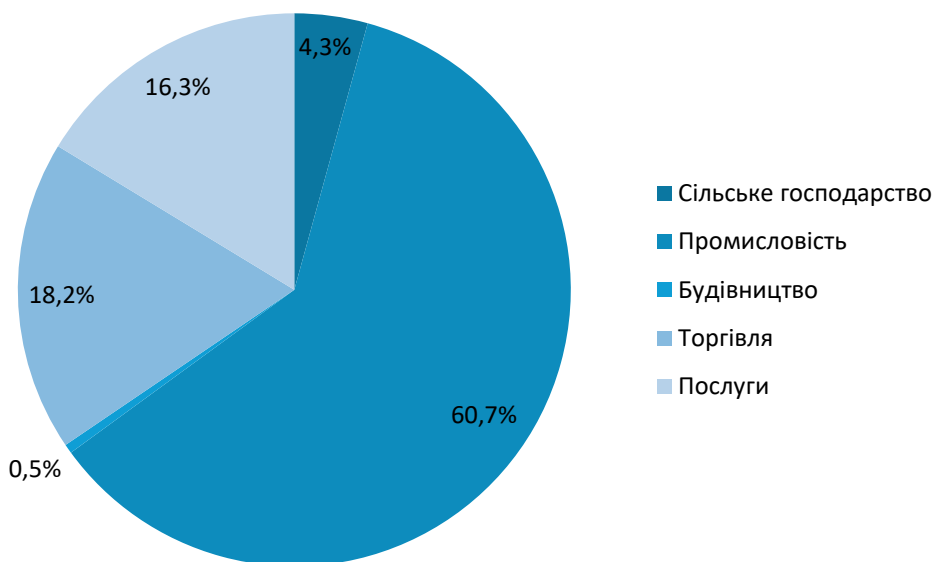
- Польовий етап опитування проведено з 22 травня 2024 року до 10 червня 2024 року.
- У рамках дослідження опитано 374 суб'єкти малого та середнього підприємництва. Приблизно порівну представлені суб'єкти мікро- (25,4%), малого (37,2%) та середнього розміру (37,4%).

Рис. 1. Розподіл опитаних МСП за розміром суб'єктів, % респондентів



- Більшість опитаних підприємств - це представники промисловості (60,7%).
- Меншими є частки представників торгівлі (18,2%) та послуг (16,3%). Також серед опитаних 4,3% є представниками сільського господарства і 0,5% будівництва.

Рис. 2. Розподіл опитаних МСП за сектором, % респондентів



- Серед промислових галузей найкраще представлені харчова промисловість (21,4% від загальної кількості опитаних), легка промисловість (8,0%), хімічна промисловість (5,4%) та машинобудування (4,0%).

- Більшість опитаних представляють Волинську (9,4% вибірки), Львівську (8,3%) та Хмельницьку (7,8%) області.
- Зважаючи на повну чи тимчасову окупацію або негативні наслідки бойових дій, у вибірці не представлений бізнес Миколаївської, Херсонської, Донецької, Луганської областей та Автономної Республіки Крим і м. Севастополя.
- Лише 1,3% опитаних МСП повідомили, що провели релокацію під час війни.

Стан МСП під час війни

- У червні 2024 року серед топ 3 факторів, які обмежують зростання, суб'єкти МСП найчастіше вказували небезпеку для роботи, ріст цін на сировину/матеріали/товари та брак робочої сили.
- Ситуація змінилася порівняно з квітнем, коли серед топ 3 факторів були зростання цін, брак робочої сили та зменшення попиту на продукцію і сировину. Безпекові виклики стали більш актуальними, зважаючи на посилення обстрілів української інфраструктури державою-агресором.

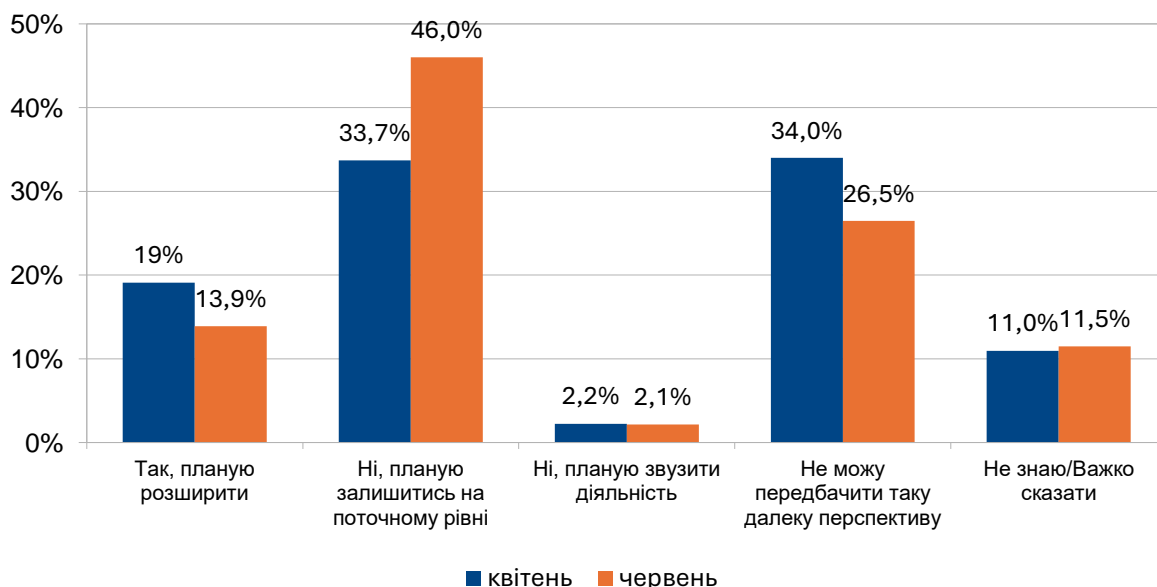
Рис. 3. Фактори, що обмежують зростання, % опитаних¹



¹ Респонденти могли обрати до 5-ти варіантів відповіді, тому сума відповідей може перевищувати 100%.

- Небезпека для роботи вийшла на першу сходинку рейтингу обмежувальних факторів: вказали більше половини опитаних (51,9%), що майже вдвічі більше ніж у попередній хвилі опитування (28,1% опитаних та 5-та сходинка).
- На другу сходинку опустилося зростання цін на сировину/матеріали/товар, однак на це вказав майже кожен другий опитаний (46,5%). Абсолютний показник дещо зменшився порівняно з попередньою хвилею – був 55,1%.
- Брак робочої сили внаслідок призову на військову службу та/або виїзду співробітників в інші місця опустився з другої сходинки на третю, а абсолютне значення показника зменшилося з 48,3% до 43%.
- Майже третина опитаних (32,1%) скаржиться на зменшення попиту.
- Зросла актуальність проблем з електропостачанням – із 5,3% у першій хвилі опитування проти 22,7% у другій. Це пов'язано з масованими атаками держави-агресора на українську енергетичну інфраструктуру та початком вимкнень електропостачання.
- Про корупцію як перешкоду для зростання повідомили 7,5% опитаних. Водночас, менше 5% респондентів вказали про такі перешкоди, як неправомірні вимоги правоохоронних органів (2,7%), неправомірні вимоги податкових органів (1,9%), перевірки державними контролюючими органами (4,3%). Тобто, в цілому, досвід взаємодії бізнесу з владою не так часто є фактором, який може обмежувати зростання.
- У довгостроковому періоді МСП мають високий рівень невизначеності. Зокрема, 26,5% МСП вказали, що не можуть передбачити плани на наступні два роки, а ще 11,5% просто не змогли дати відповіді. Невизначеність незначною мірою зменшилася порівняно з попередньою хвилею, коли не могли передбачити плани 34,0%, і не змогли дати відповіді 11,0%
- Скоротилася частка підприємств, які планують розширити діяльність власного підприємства протягом наступних двох років: із 19,0% у першій хвилі до 13,9% у другій.
- Найчастіше МСП не планують жодних змін – 46,0% опитаних (було 33,7% у попередній хвилі).
- Лише 2,1% опитаних вказали, що планують звузити діяльність (2,2% у першій хвилі).

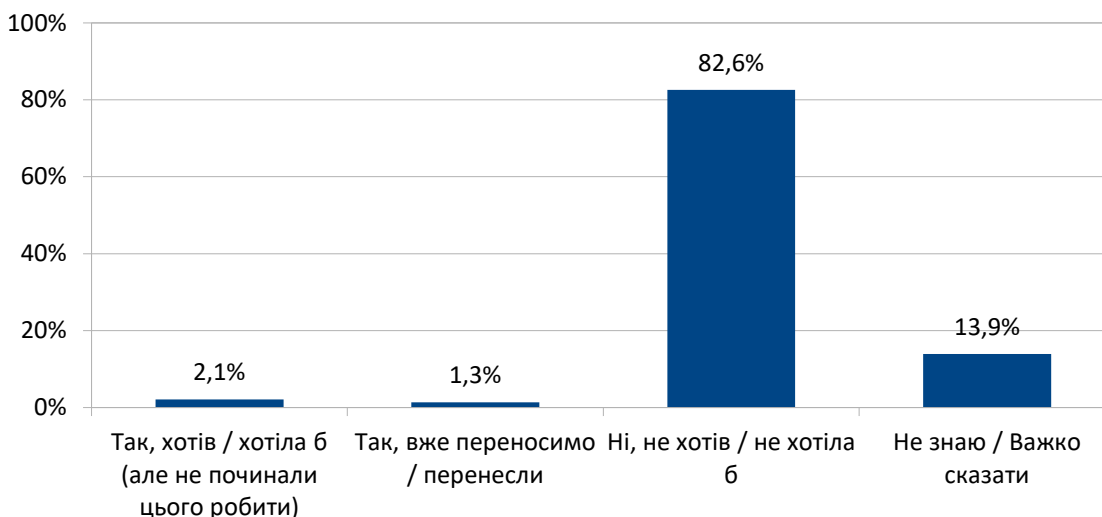
Рис. 4. Плани на наступні два роки, % опитаних



Релокація за кордон

- Переважна більшість (82,6%) не має бажання перенести власний бізнес за кордон.
- Про бажання релокуватися за кордон заявили 2,1% (8 респондентів) опитаних (але ще не починали цього), ще 1,3% (5 респондентів) уже почали це робити або вже зробили.² Отриманий результат дозволяє зробити висновок, що лише невелика частина бізнесу бажає перенести бізнес за кордон. У вибірці дослідження це сумарно лише 13 респондентів.

Рис. 5. Чи хотіли б Ви перенести Ваш бізнес за кордон, % опитаних



- Ще менша кількість респондентів, які хотіли б перенести бізнес або вже переносять / перенесли, змогли відповісти на запитання щодо деталей релокації. Відповідно, можливий лише обмежений аналіз даних на такій малій підвибірці. Зокрема, лише 2 респонденти знають, як саме зробити релокацію. Решта або не знають (5 респондентів), або не можуть відповісти (1 респондент).
- Серед тих, хто повідомив про бажання перенести бізнес за кордон, найчастіше місцем релокації обрано Польщу (5 респондентів). Решта респондентів, які відповіли на запитання, вказали інші країни ЄС (2 респонденти).
- Серед основних переваг Польщі респонденти називають низку факторів, які можна згрупувати за декількома категоріями:
 - безпекова ситуація;
 - сприятливий бізнес-клімат (стабільна економіка, простіші правила ведення бізнесу, підтримка МСП від держави);
 - логістична зручність (близькість розташування до України, відсутність проблеми перетину кордону Україна – ЄС);
 - інші фактори (розвинена інфраструктура, наявність партнерів, доступна сировина, легкість розуміння і використання мови).

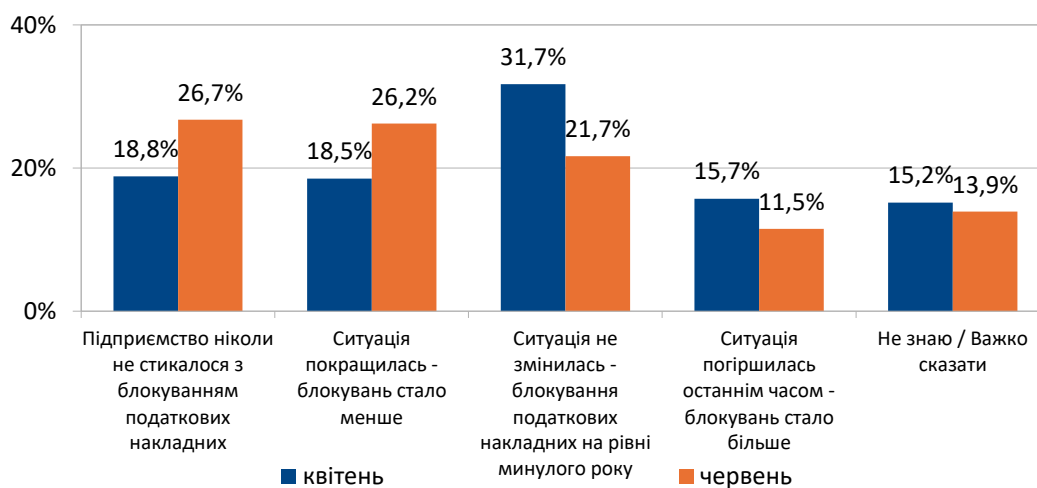
² Запитання не дає можливості встановити, на якому етапі релокації або планування релокації знаходяться опитані підприємства.

Досвід взаємодії з органами влади

Блокування податкових накладних

- 26,7% опитаних ніколи не стикались із блокуванням податкових накладних, а 13,9% не надали відповіді.
- Серед МСП, що стикалися з блокуванням податкових накладних, респонденти частіше вказують на покращення ситуації – 26,2% серед усіх опитаних. Це свідчить про покращення ситуації, оскільки показник зріс порівняно з попередньою хвилиною (був 18,5%).
- Про погіршення ситуації з блокуванням податкових накладних заявляють 11,5% (було 15,7%), тоді як про те, що ситуація залишається незмінною, — 21,7% (було 31,7% опитаних).

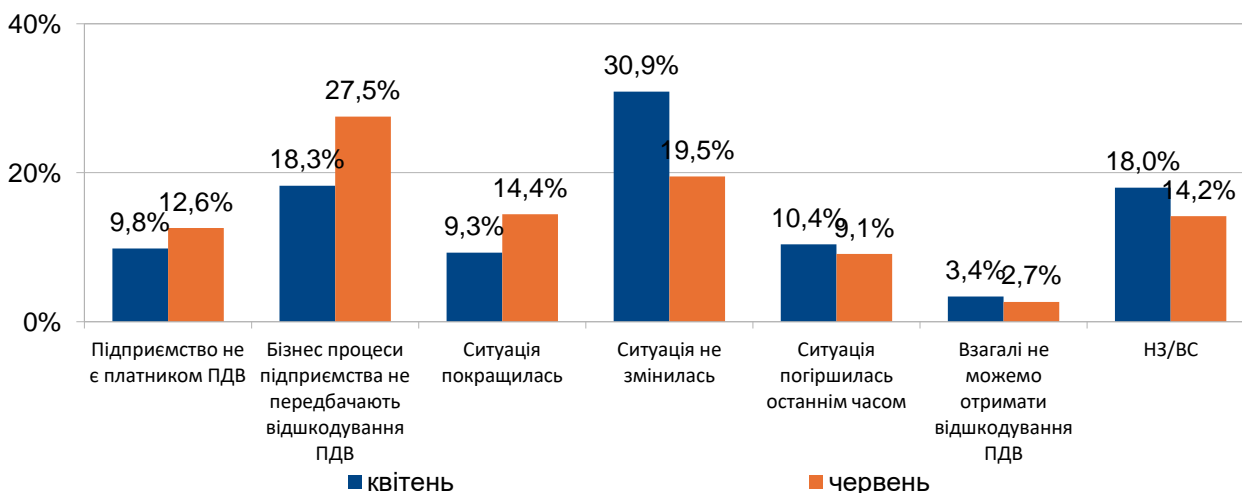
Рис. 6. Чи змінилася, на Вашу думку, за останні кілька місяців ситуація із блокуванням податкових накладних, % опитаних



Відшкодування ПДВ

- МСП також оцінили ситуацію з відшкодуванням ПДВ бізнесу. При цьому, 12,6% опитаних вказали, що не є платниками ПДВ, а для 27,5% – бізнес-процеси не передбачають відшкодування ПДВ.

Рис. 7. Чи змінилася, на Вашу думку, останнім часом ситуація відшкодуванням ПДВ бізнесу, % опитаних



- На покращення ситуації з відшкодуванням вказують 14,4% (було 9,3% у попередній хвилі), а на погіршення — 9,1% (було 10,4%).
- При цьому, 2,7% взагалі не можуть отримати відшкодування ПДВ (було 3,4%).
- На відсутність змін вказують 19,5% (було 30,9% у попередній хвилі опитування).
- Високий рівень невизначеності щодо цього запитання – 14,2% МСП не змогли дати відповіді.

Ділова доброчесність

- Більше половини (59,6%) опитаних, повідомили, що звертатимуться до юристів (власних або найманих) у разі тиску з боку правоохоронних органів. Тобто більшість бізнесу спочатку розраховує на самостійне вирішення питань із допомогою юристів.

Рис. 8. До кого Ви звернетесь в першу чергу, якщо на Вашу компанію чинитимуть тиск з боку правоохоронних органів (поліція, СБУ, прокуратура, ДБР), % опитаних³



- Майже кожен третій (31,6%) повідомив, що буде звертатися до правоохоронних органів.
- Кожен п'ятий буде звертатися до органів місцевого самоврядування (19,0%). Водночас ще 15,8% планують звертатися до районних та обласних органів влади.
- Не змогли дати відповіді 17,9% опитаних, а 5,9% відмовилися надати відповідь на це питання.

³ Респонденти могли обрати до 3-х варіантів відповіді, тому сума відповідей може перевищувати 100%.

- Більше половини (52,9%) опитаних мають власний кодекс етики або поведінки. Це є позитивним сигналом, що значна частина бізнесу в певній мірі працює над запровадженням доброчесності.
- Також, у більш ніж кожній третій компанії впроваджуються політика перевірки ділових партнерів — 42,0%, антикорупційна політика — 37,2%, програма контролю за дотриманням правил та норм (комплаєнс-програма) — 35,0%. Низькі результати цих та інших документів свідчать, що сектор МСП потребує роз'яснювальної роботи щодо впровадження подібних документів.

Рис. 9. Які з наведених нижче документів, що спрямовані на забезпечення доброчесності менеджменту та мінімізацію ризиків роботи бізнесу, запроваджено у вашій компанії?, % опитаних⁴

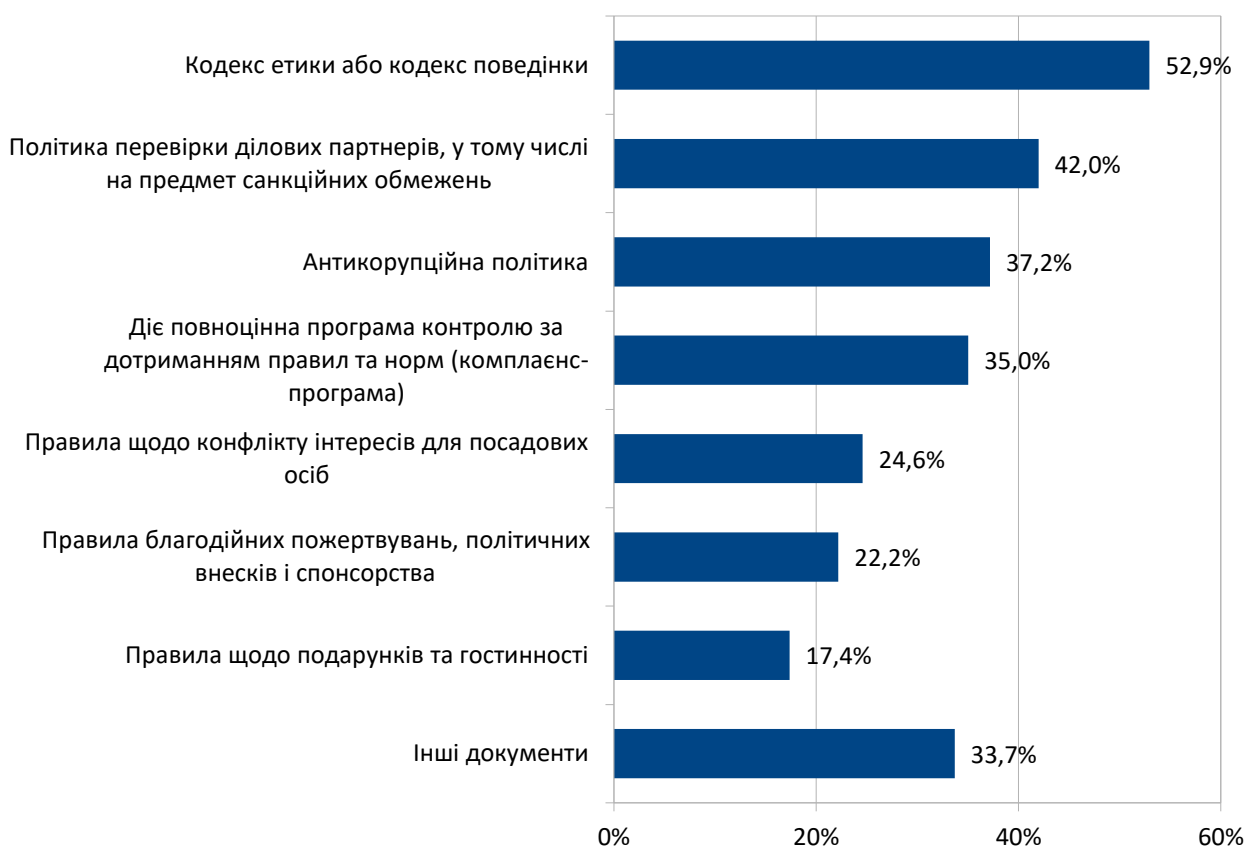
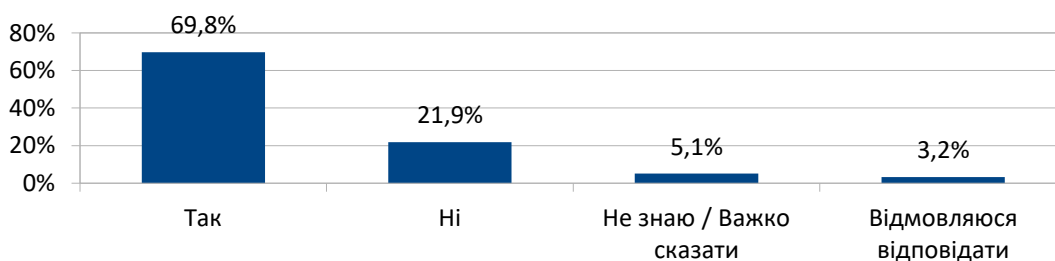


Рис. 10. Чи у вашій компанії існує канал зв'язку для співробітників, через який вони можуть повідомити про порушення внутрішніх процедур?, % опитаних



- У 69,8% опитаних існує канал зв'язку для співробітників, через який вони можуть повідомити про порушення внутрішніх процедур. Водночас 21,9% повідомили про відсутність подібного зв'язку. Не змогли надати відповіді 5,1%, а 3,2% відмовилися відповідати.

⁴ Респонденти могли обрати до 2-х варіантів відповіді, тому сума відповідей може перевищувати 100%.

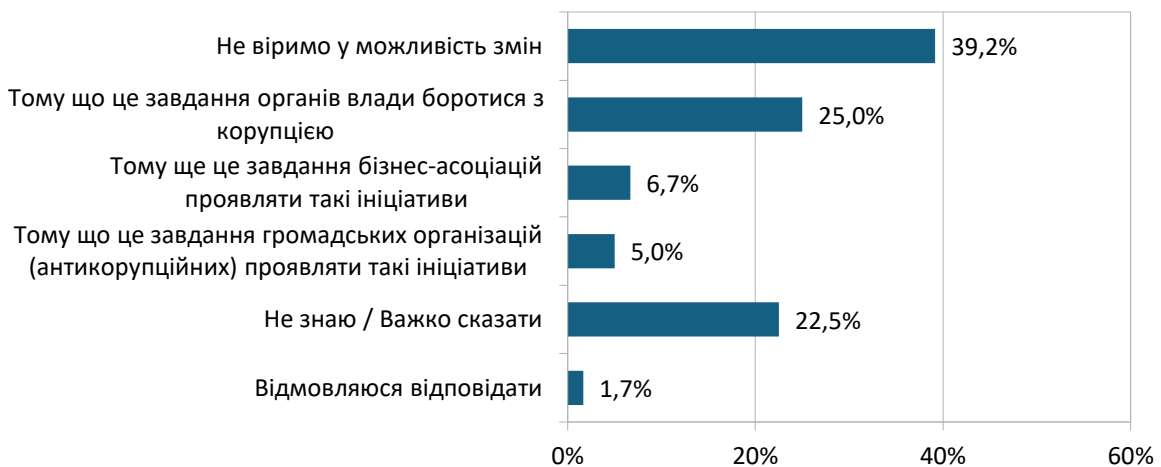
- 38,2% опитаних повідомили, що їхня компанія проявляє певні ініціативи для вирішення проблем корупції у власній галузі чи регіоні.
- Зокрема, звернення напряму до органів влади з конкретними пропозиціями готують 20% підприємств, формують «групи однодумців» для просування ініціативи — 16%; готують звернення до бізнес-асоціацій чи інших організацій із пропозиціями щодо їхньої співпраці з органами влади — 11,8%.

Рис. 11. Чи ваша компанія проявляє певні ініціативи для вирішення проблем корупції у вашій галузі, регіоні? (% опитаних)⁵



- Водночас 30,7% повідомили, що їхня компанія не проявляє ініціатив для вирішення проблем корупції у галузі чи регіоні. Серед основних причин: відсутність віри в можливість змін (39,2%) та позиція, що це є завданням органів влади (25%). Однак 6,7% вважають, що це робота бізнес-асоціацій, а 5,0% - що це завдання антикорупційних громадських організацій.

Рис. 12. Чому ваша компанія не проявляє ініціатив для вирішення проблем корупції у вашій галузі, регіоні? % опитаних⁶



⁵ Респонденти могли обрати до 2-х варіантів відповіді, тому сума відповідей може перевищувати 100%.

⁶ Респонденти могли обрати до 2-х варіантів відповіді, тому сума відповідей може перевищувати 100%.

Методологія

Для проведення дослідження було розроблено дві анкети, які містять 1) спільні запитання для відстеження динаміки змін, 2) спеціальні запитання. У процесі розробки чернетку анкети мали змогу коментувати представники провідних бізнес-об'єднань та аналітичних центрів.

Для формування вибірки для опитування за основу ми взяли репрезентативну вибірку суб'єктів малого та середнього підприємництва (як юридичних осіб, так і фізичних осіб підприємців) у промисловості, а також доповнили її репрезентативними вибірками для суб'єктів МСП у торгівлі, послугах, сільському господарстві. Разом ці сектори є основою малого та середнього підприємництва, що робить вибірку репрезентативною для сектору МСП у цілому. Опитування проводилося лише для суб'єктів, на яких кількість працівників, включно з керівником, становить більше однієї особи. Це, зокрема, дало змогу відсіяти ФОП без працівників, оскільки це не відповідає цілям дослідження.

Дані було зібрано за допомогою поєднання декількох методів збору даних: телефонне інтерв'ю представників бізнесу із внесенням відповідей до онлайн-форми інтерв'юерами та, у невеликій кількості випадків, самостійне заповнення онлайн-форми представниками підприємств, які під час попереднього телефонного контакту висловили бажання самостійно внести дані до онлайн-форми.

Польовий етап другої хвилі опитування на основі анкети №2 було проведено з 22 травня 2024 року до 10 червня 2024 року. Усього було опитано 374 представники МСП (підприємств та ФОП), які представляють найважливіші сектори економіки та більшість доступних регіонів України⁷.

⁷ Польовий етап першої хвилі опитування на основі анкети №1 було проведено з 18 березня 2024 року до 22 квітня 2024 року. Усього було опитано 356 представників МСП (підприємств та ФОП), які представляють найважливіші сектори економіки та більшість доступних регіонів України.