

ЗВІТ

про дослідження мікро-, малого і середнього підприємництва



Підготовлено для Представництва Центру міжнародного приватного підприємництва в Україні

Підготовлено ТОВ «ІНФО САПІЄНС»

01133, бульвар Лесі Українки, буд. 34, Київ, Україна

Телефон: +38066 410 5763

Web-site: www.sapiens.com.ua

Facebook: www.facebook.com/InfoSapiensLLC

Контакти: Інна Волосевич <inna.volosevych@sapiens.com.ua>

Анастасія Шуренкова <anastasiya.shurenkova@sapiens.com.ua>

Дата: Вересень, 2020

ЗМІСТ

I.	Резюме дослідження	5
II.	Методологія та портрет респондента.....	7
	Методологія дослідження	7
	Портрет респондента кількісного опитування.....	10
III.	Актуальні проблеми середовища, в якому діють ММСП.....	13
	Рівень доступу ММСП до кредитних та інших фінансових ресурсів.....	16
IV.	Карантинні заходи, спричинені пандемією.....	17
	Вплив карантинних заходів на діяльність ММСП.....	17
	Заходи, до яких вдавалися ММСП	22
	Оцінка ефективності дистанційної праці	24
	Оцінка заходів підтримки ММСП з боку уряду на час пандемії	26
V.	Очікування ММСП на 2020-2021 роки	29
	Основні вимоги ММСП щодо державної політики у сфері розвитку ММСП	34
	Потреби в реформах.....	35
VI.	Перспективи консолідації ММСП у громадські об'єднання підприємців.....	36
	Рівень довіри	36
	Підтримка бізнесом суспільства під час пандемії	38
	Участь у бізнес-об'єднаннях.....	40

Список рисунків

Рисунок 1. Посада респондента.....	10
Рисунок 2. Тип суб'єкта підприємницької діяльності.....	11
Рисунок 3. Зовнішньоекономічна діяльність.....	11
Рисунок 4. Стать керівника підприємства	12
Рисунок 5. Основні перешкоди для ведення бізнесу в Україні	13
Рисунок 6. Етап розвитку бізнесу до березня 2020 року.....	15
Рисунок 7. Потреба у доступі до фінансових ресурсів	16
Рисунок 8. Проблеми із доступом до фінансових ресурсів.....	17
Рисунок 9. Вплив заходів «жорсткого» карантину на діяльність бізнесу	18
Рисунок 10. Вплив заходів «адаптивного» карантину на діяльність бізнесу.....	19
Рисунок 11. Оцінка негативного впливу обмежень, спричинених пандемією COVID-19.....	21
Рисунок 12. Оцінка втрат бізнесу від епідемії та карантинних заходів.	21
Рисунок 13. Заходи, до яких вдавалися ММСП у період дії карантинних обмежень.....	23
Рисунок 14. Оцінка ефективності дистанційної праці	24
Рисунок 15. Плани щодо розвитку дистанційної зайнятості.....	25
Рисунок 16. Оцінка заходів уряду щодо підтримки бізнесу	26
Рисунок 17. Інформаційна підтримка бізнесу у період дії карантинних обмежень.....	27
Рисунок 18. Етап розвитку бізнесу на момент опитування	29
Рисунок 19. Оцінка життєздатності бізнесу	30
Рисунок 20. Оцінка динаміки інвестицій у бізнес.....	31
Рисунок 21. Оцінка майбутнього розвитку бізнесу.	32
Рисунок 22. Пріоритети розвитку бізнесу в Україні.....	34
Рисунок 23. Потреби в реформах для розвитку бізнесу.....	35
Рисунок 24. Оцінка рівня довіри до інституцій.	36
Рисунок 25. Підтримка бізнесом суспільства під час пандемії	38
Рисунок 26. Соціальна відповідальність бізнесу	39
Рисунок 27. Участь у бізнес-об'єднаннях	40
Рисунок 28. Оцінка користі участі у бізнес-об'єднаннях.....	40
Рисунок 29. Плани щодо участі у бізнес-об'єднаннях.	41
Рисунок 30. Готовність оплачувати послуги, які надають бізнес-об'єднання.....	42

Список таблиць

Таблиця 1. Розподіл респондентів за галузями	8
Таблиця 2. Розподіл респондентів за регіонами.....	8
Таблиця 3. ТОП-3 перешкоди для бізнесу: за галузями	14
Таблиця 4. Вплив заходів «жорсткого» карантину на діяльність бізнесу: за галузями	19
Таблиця 5. Вплив заходів «адаптивного» карантину на діяльність бізнесу: за галузями	20
Таблиця 6. Оцінка втрат бізнесу від епідемії та карантинних заходів: за галузями	22
Таблиця 7. ТОП-3 заходів, до яких вдавалися ММСП у період дії карантинних обмежень: за галузями	23
Таблиця 8. Етап розвитку бізнесу на момент опитування: за регіонами	30
Таблиця 9. Оцінка життєздатності бізнесу: за регіонами.....	31

I. Резюме дослідження

- Карантин збільшив перешкоди, про які підприємці в Україні говорили і раніше протягом багатьох років, – високе податкове навантаження і низький купівельний попит споживачів. Так, обмеження діяльності підприємств передусім викликане зменшенням попиту на внутрішньому ринку: підприємства всіх розмірів ставлять цей чинник на перше місце за силою негативного впливу, і страждають від нього приблизно однаково: близько 70% респондентів оцінили вплив як «дуже негативний» або «негативний».
- Найбільший негативний вплив карантину відчули підприємства сфери публічних послуг (90% зазначили, що карантинні заходи дуже сильно обмежили їх діяльність), а найменших обмежень зазнали підприємства сфери сільського господарства, інформаційних технологій та будівництва.
- Найбільше постраждали від карантину мікропідприємства: серед представників мікробізнесу 70% оцінили обмеження діяльності як дуже сильне. Серед малих та середніх підприємств більше половини опитаних (56% та 53% відповідно) оцінили обмеження так само.
- Якщо станом на кінець першого кварталу 2020 року більшість ММСП характеризували свій етап розвитку як «стабільний», то станом на середину третього кварталу (на момент опитування) частка «стабільних» підприємств скоротилася удвічі (з 66% до 32%). Частка підприємств на етапі спаду або навіть закриття зросла на порядок (з 7% до 59%). Найбільш песимістичні настрої у представників мікробізнесу – 60% респондентів оцінюють поточне становище як спад, тоді як серед середнього бізнесу частка таких оцінок становить 42%. Також значно скоротилася частка підприємств, які оцінюють свій етап розвитку як «зростання» (з 25% до 5%).
- Епідемія і карантинні заходи поставили на межу закриття кожне п'яте мікропідприємство і кожне десяте мале підприємство. Значних втрат зазнали 40% підприємств мікро- і малого бізнесу і 35% середніх підприємств. Середні підприємства найбільш успішно протистояли наслідкам пандемії і карантину: для 30% епідемія не вплинула на доходи або навіть збільшила їх, ще 30% зазнали незначних втрат (для мікробізнесу ці показники відповідно дорівнюють 17% і 22%). Зменшення доходів мікропідприємств зумовлено також тим, що цей бізнес розпочав протистояння пандемії із зменшення цін, тоді як середні і малі підприємства найперше вдалися до скорочення зарплатного фонду і переведення працівників на віддалену роботу.
- Оцінка підтримки урядових заходів значно варіює у відповідності із розміром бізнесу: так, мікробізнес (який, нагадаємо, у вибірці майже на 50% складається з ФОП) насамперед оцінив звільнення ФОП від сплати єдиного соціального внеску за себе, натомість малі і середні підприємства значно більшою мірою відчули підтримку через зміни до Кодексу законів про працю, а саме, зняття обмеження з терміну відпустки за власний рахунок. Утім,

експерти критично ставляться до заходів, які запровадив уряд на підтримку бізнесу. Вони вважають, що далеко не всі підприємства змогли скористатися цими заходами, а ті заходи, якими скористатися легко, – недостатні.

- Щодо потреб у реформах для розвитку бізнесу, то більше половини респондентів у кожній групі бізнесу віддали перевагу двом реформам: це боротьба з корупцією та податкова і митна реформа. Експерти також одностайні щодо потреби бізнесу у реформах, але вони на перше місце ставлять судову реформу. Серед першочергових заходів підтримки ММСП респонденти обрали зниження податкового навантаження на фонд оплати праці.
- За рівнем довіри лідирують бізнес-асоціації (включаючи торгово-промислові палати, спілки малих підприємств тощо) – майже половина опитаних дуже довіряють або скоріше довіряють таким об'єднанням. Судова система і парламент є, традиційно, лідерами антирейтингу довіри. Частка підприємств, які є учасниками бізнес-об'єднань, зростає із збільшенням розміру бізнесу: якщо для мікропідприємств учасниками бізнес-об'єднань є лише 13% респондентів, то для малого бізнесу ця частка подвоюється (24%), а для середнього – потроюється (38%).

II. Методологія та портрет респондента

Методологія дослідження

Об'єктом дослідження є середні, малі та мікропідприємства (включно з ФОП).

Суб'єктами мікропідприємництва (надалі у звіті позначені як «мікро») є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 10 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 2 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами малого підприємництва (надалі у звіті позначені як «малі») є:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи-підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;
- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Суб'єктами середнього підприємництва (надалі у звіті позначені як «середні») є:

- юридичні особи – суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) становить від 51 до 250 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 50 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України.

Основний метод збору інформації – кількісне опитування мікро-, малих та середніх підприємств (ММСП). Інструмент збору інформації кількісного дослідження – опитування методом комп'ютеризованих телефонних інтерв'ю (САТІ).

Обсяг вибірки: 1008 (одна тисяча вісім) інтерв'ю із мікро-, малими і середніми підприємствами (ММСП), з них 506 інтерв'ю із ФОП та 502 інтерв'ю із юридичними особами.

Вибірка для юридичних осіб репрезентативна за розміром підприємства (мікро, мале, середнє), регіоном і основним видом економічної діяльності; вибірка для ФОП репрезентативна за регіоном і основним видом економічної діяльності.

Такий обсяг вибірки дозволяє забезпечити граничну теоретичну похибку на рівні не більше 3,1% для вибірки загалом, і на рівні не більше 4,4% окремо для ФОП і юридичних осіб (із довірчою ймовірністю 95%).

Респонденти кількісного опитування: власники, керівники або менеджери вищої ланки підприємств (для юридичних осіб), безпосередньо самі фізичні особи-підприємці.

Опитування охопило всі сфери діяльності бізнесу. З метою аналізу сфери діяльності бізнесу згруповано таким чином:

Таблиця 1. Розподіл респондентів за галузями

Гуртова і роздрібна торгівля	25%
ІТ (інформаційні технології)	13%
Промисловість	11%
Публічні послуги (освіта, медицина, готельно-ресторанний бізнес)	9%
Сільське, лісове, рибне господарство	8%
Фінанси, підприємництво (консалтинг, аудит, юридичні послуги)	8%
Будівництво	8%
Оренда, логістика, транспорт	8%
Інші послуги	10%

Опитуванням охоплено всі області України, за винятком окремих районів Донецької і Луганської області, які тимчасово непідконтрольні урядові України. Опитування проводилося в населених пунктах усіх типів. Для цілей аналізу підприємства згруповано у макрорегіони:

Таблиця 2. Розподіл респондентів за регіонами

Центр (Вінницька, Дніпропетровська, Кіровоградська, Полтавська, Хмельницька, Черкаська області)	22%
Захід (Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області)	18%
Південь (Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області)	17%
Схід (Донецька, Луганська, Харківська області)	14%
Північ (Житомирська, Київська, Сумська, Чернігівська області)	12%
м. Київ	17%

Загалом опитано 789 мікропідприємств (включно з ФОП), 177 малих та 42 середніх підприємств.

Кількісне опитування ММСП було доповнено якісним опитуванням експертів. Інструмент збору інформації якісного дослідження – глибинні інтерв'ю із представниками експертного середовища. Глибинні інтерв'ю проводилися віддалено: телефоном або за допомогою відеозв'язку (skype, zoom тощо). В рамках дослідження було проведено 20 експертних інтерв'ю із такими категоріями експертів:

- представники бізнесу (3 інтерв'ю);
- представники бізнес-асоціацій (3 інтерв'ю);
- представники неурядових організацій (5 інтерв'ю);
- журналісти економічного напрямку (5 інтерв'ю);
- представники обласних державних адміністрацій (4 інтерв'ю).

Докладний перелік експертів, а також опитувальник для кількісного опитування та гайд для якісного опитування наведені у додатках до даного звіту.

Кількісне опитування проводилося в період з 22 липня по 20 серпня 2020 року.

Якісне опитування проводилося в період з 11 серпня по 2 вересня 2020 року.

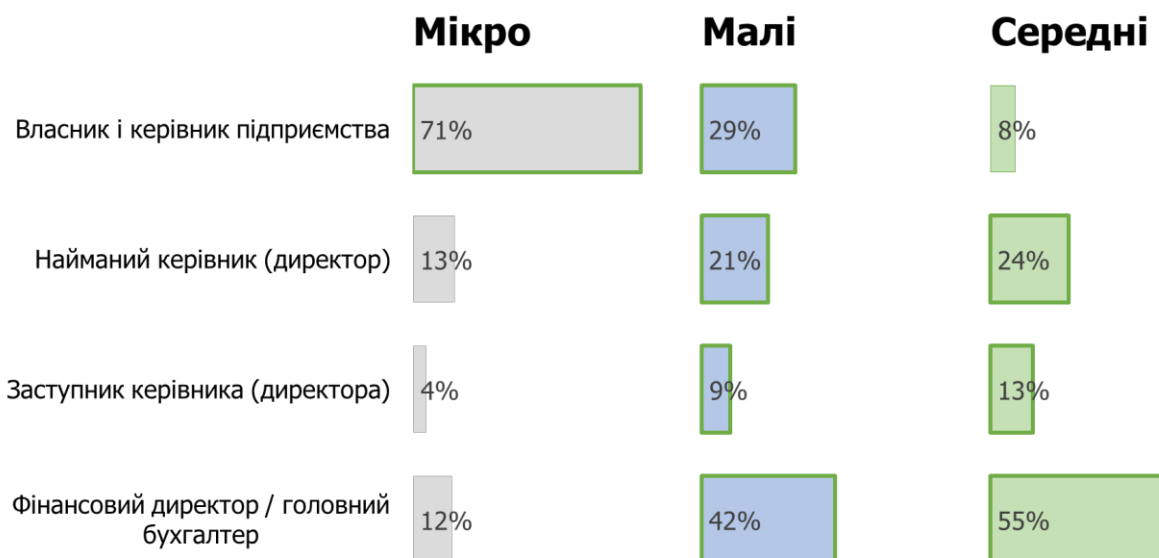
Портрет респондента кількісного опитування

Відповідно до завдання дослідження, до опитування запрошувалися власники або керівництво компаній. Фінансові директори або головні бухгалтери запрошувалися до опитування лише після уточнення, що вони також виконують керівні функції за відсутності директора.

На мікропідприємствах 71% респондентів є власниками бізнесу, на малих підприємствах таких 29%, а на середніх – лише 8%. Натомість на середніх підприємствах вища частка найманих керівників та їх заступників.

Рисунок 1. Посада респондента¹

Питання S1. Ми хотіли б поговорити з керівництвом підприємства. Якою є Ваша посада?

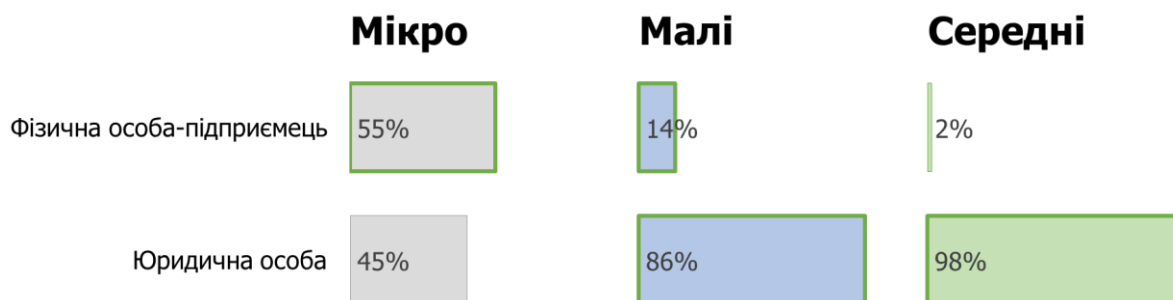


Більше половини опитаних мікропідприємств (55%) зареєстровані як ФОП. Серед малих та середніх підприємств більша частина бізнесу (86% і 98% відповідно) зареєстровані як юридичні особи.

¹ Тут і далі наведено % респондентів кожної групи підприємств, які обрали відповідний варіант відповіді. Відмінності між групами на рівні 95% позначені зеленим контуром

Рисунок 2. Тип суб'єкта підприємницької діяльності

Питання S3. Яким є тип суб'єкта підприємницької діяльності?



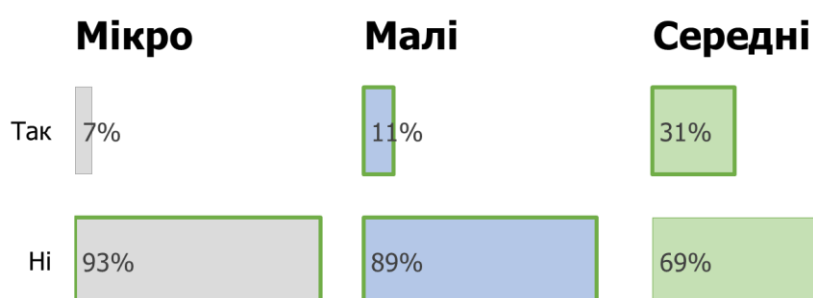
Серед мікро- і малих підприємств лише невелика частка займається експортом (7% та 11% відповідно). Серед середніх підприємств експортом займається майже кожен третій.

У галузевому розрізі найчастіше експортом займаються ІТ-компанії (18%), а також підприємства промисловості (19%) та компанії, які надають фінансові, консалтингові та інші послуги підприємствам. Але саме серед ІТ-компаній частка експорту приносить більше половини всіх доходів.

За регіональною ознакою суттєвих відмінностей щодо наявності або відсутності експортного потенціалу не спостерігається.

Рисунок 3. Зовнішньоекономічна діяльність

Питання S8. Чи експортуєте ви товари за кордон?

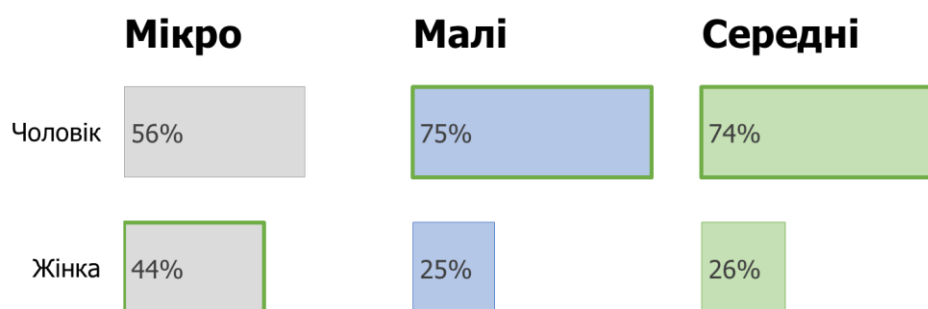


Серед керівників малих і середніх підприємств переважають чоловіки (лише 1 із 4 керівників є жінкою). Для мікропідприємств частка жінок становить 44%.

Найбільшою частка жінок є на підприємствах, які надають послуги (публічні, індивідуальні або послуги підприємствам), найменшою – серед підприємств сільського господарства і будівництва.

Рисунок 4. Стать керівника підприємства

Питання S7. Якою є стать керівника підприємства?



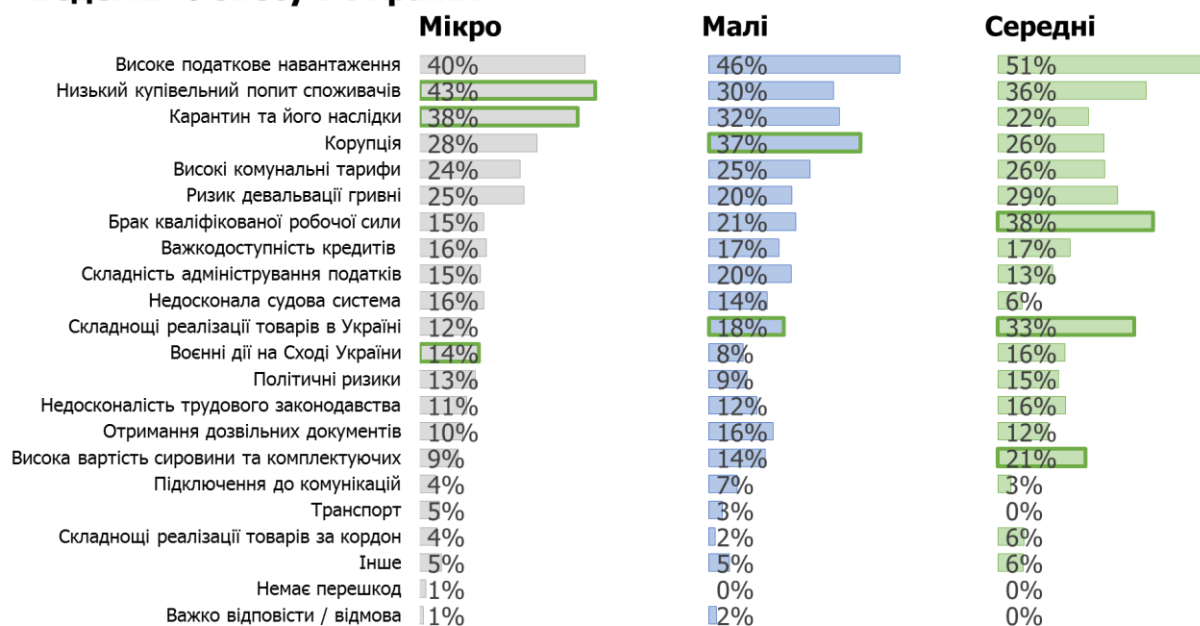
III. Актуальні проблеми середовища, в якому діють ММСП

Відповідаючи на питання щодо перешкод для ведення бізнесу в Україні, різні підприємства, залежно від розміру підприємства, називали різні чинники. Але чинник «високе податкове навантаження» фігурує у ТОП-3 перешкод для бізнесу будь-якого розміру. Цей чинник назвали 40% мікропідприємств, 46% малих та 51% середніх підприємств, таким чином для малого та середнього бізнесу він вийшов на перше місце.

Мікропідприємства серед найбільш актуальних перешкод для ведення бізнесу також назвали «низький купівельний попит споживачів» та «карантин та його наслідки» (43% та 38% відповідно). Малий бізнес на друге місце серед усіх перешкод поставив чинник корупції (37%), а середній бізнес – брак кваліфікованої робочої сили (38%).

Рисунок 5. Основні перешкоди для ведення бізнесу в Україні

Питання А8. На Вашу думку, які є найважливіші перешкоди для ведення бізнесу в Україні?



Відповіді респондентів щодо перешкод для ведення бізнесу дещо варіюють за галузями та регіонами. «Карантин та його наслідки» серед ТОП-3 називають підприємства усіх галузей, окрім будівництва, сільського господарства та кластеру «фінанси та підприємництво» (для останньої групи респондентів у ТОП-3, натомість, увійшов чинник «ризик девальвації гривні»).

Таблиця 3. ТОП-3 перешкоди для бізнесу: за галузями

Гуртова і роздрібна торгівля	<ul style="list-style-type: none"> · Низький купівельний попит споживачів · Карантин та його наслідки · Високе податкове навантаження
ІТ (інформаційні технології)	<ul style="list-style-type: none"> · Корупція · Карантин та його наслідки · Низький купівельний попит споживачів
Промисловість	<ul style="list-style-type: none"> · Високе податкове навантаження · Низький купівельний попит споживачів · Карантин та його наслідки
Публічні послуги	<ul style="list-style-type: none"> · Карантин та його наслідки · Низький купівельний попит споживачів · Високе податкове навантаження
Сільське, лісове, рибне господарство	<ul style="list-style-type: none"> · Високе податкове навантаження · Корупція · Висока вартість сировини та комплектуючих
Фінанси, підприємництво	<ul style="list-style-type: none"> · Високе податкове навантаження · Корупція · Ризик девальвації гривні
Будівництво	<ul style="list-style-type: none"> · Високе податкове навантаження · Корупція · Низький купівельний попит споживачів
Оренда, логістика, транспорт	<ul style="list-style-type: none"> · Високе податкове навантаження · Карантин та його наслідки · Низький купівельний попит споживачів
Інші послуги	<ul style="list-style-type: none"> · Високе податкове навантаження · Низький купівельний попит споживачів · Карантин та його наслідки

Щодо регіональних відмінностей, то бізнес східного регіону частіше називав чинник «воєнні дії на сході України» (30%), а кожен четвертий столичний бізнесмен нарікає на недосконалу судову систему. Також для підприємств південного і східного регіону більш актуальною є проблема високих комунальних тарифів (її вказує приблизно третина респондентів у цих регіонах).

Експерти загалом так само оцінюють перешкоди для ведення бізнесу в Україні, як і респонденти кількісного опитування.

Я би сказав, що найперша проблема зараз – це наступ на спрощену систему. Це перспектива фіскалізації. І для частини бізнесів, навіть, запровадження, введення обов'язкового обліку. Це для дуже значної частини бізнесу просто смерть. Тому що вони просто стануть об'єктом податкових перевірок. І оті бізнеси, які це любіювали, вони будуть використовувати спрямовані податкові перевірки для того, щоб знищувати їх конкурентів. (ГІ №2 НУО)

Щодо чинника пандемії COVID-19, то експерти вважають, що пандемія загострила існуючі проблеми як влади, так і бізнесу.

...на мою думку, COVID є великою проблемою, але не єдиною, яка нас буде очікувати... просто COVID показав нам, наскільки ми є абсолютно не готові ні до чого, от так, я би сказала, паралізувати просто економіку всю, залякати людей – я не бачу, чим це допомогло. І ми самі бачимо, що ми тільки загнали собі ще цю економіку у складну ситуацію і все одно відмовились від якихось таких жорстких карантинних обмежень. (ГІ №5 Бізнес)

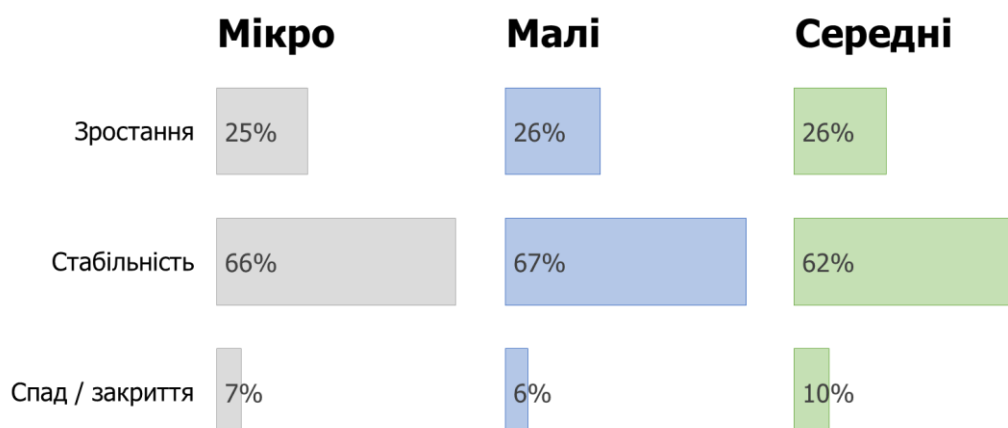
Є таке загальне слово, як неефективність саме малого та середнього бізнесу, то тут, звичайно, COVID, він вторинний, бо якщо у тебе бізнес неефективний, у тебе невеликий запас міцності, ти там дуже негнучкий можеш бути, і COVID тебе просто добиває. Якби у тебе всі процеси були суперо, і ти там просто міг протриматися цей час, або швидко якось змінитися, або щось таке, то було би легше. Така штука – це поняття таке інтегральне, ця ефективність. (ГІ №3 Бізнес-асоціації)

Загалом, незважаючи на перешкоди, більшість з яких є сталою частиною бізнес-ландшафту в Україні, у період до першого кварталу 2020 року (до введення карантину) бізнес перебував у досить тривкому стані: більшість (дві третини) почувалася стабільно, кожне четверте підприємство перебувало на стадії зростання, а на етапі спаду – лише до 10% підприємств.

Підприємства таких галузей, як публічні послуги та ІТ, частіше за інших характеризували свій етап розвитку до карантину як зростання (38% та 34% відповідно). Підприємства будівництва, промисловості і сільського господарства частіше обирали відповідь «спад/закриття» (9%, 11% та 12% відповідно). Щодо регіональних відмінностей, то підприємства західного регіону частіше відповідали, що до карантину перебували на етапі спаду (12%), а столичний бізнес частіше характеризував своє становище до карантину як «стабільність» (70%).

Рисунок 6. Етап розвитку бізнесу до березня 2020 року

Питання А5.1. Як ви оцінюєте розвиток вашої компанії до оголошення карантину?

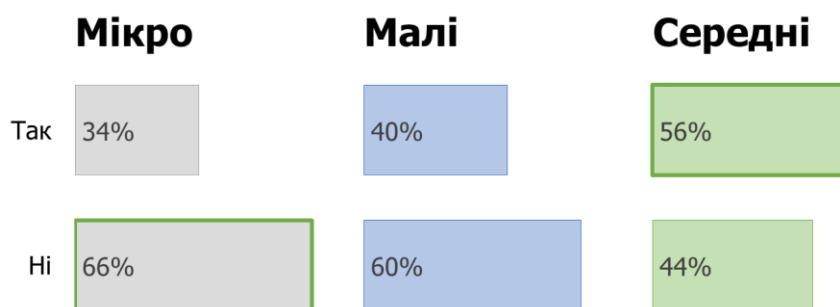


Рівень доступу ММСП до кредитних та інших фінансових ресурсів

Щодо такої проблеми, як доступ до фінансових ресурсів, то лише 16-17% підприємців обрали чинник «Відсутність доступу до кредитних та фінансових ресурсів» серед низки інших факторів (див. Рисунок 5, респонденти могли обрати не більше 5 основних перешкод). На пряме запитання «Чи потрібний вам доступ до кредитних та фінансових ресурсів?..», ствердно відповіли третина мікропідприємств, 40% малих та 56% середніх підприємств.

Рисунок 7. Потреба у доступі до фінансових ресурсів

Питання А9. Чи потрібний вам доступ до кредитних та фінансових ресурсів для розвитку вашого бізнесу?



Звертає на себе увагу той факт, що чим менший розмір бізнесу, тим менш ймовірно, що він потребує фінансів для розвитку. Мікробізнес може не прагнути стати малим, а потім середнім. Експерти пояснюють це тим, що чим більший бізнес, тим більше уваги фіскальних і контролюючих органів він до себе привертає, а українські підприємці не прагнуть бути у центрі такої уваги.

В Україні малий бізнес дуже часто залишається малим для того, щоб не привертати увагу силовиків і інспекторів. Залишається на спрощеній системі оподаткування, яка насправді є більш затратною, ніж загальна система оподаткування. І відповідно, можна сказати, що малий бізнес платить за те, щоб не привертати увагу силовиків і інспекторів. (ГІ №12 НУО)

Регіональних відмінностей у потребі фінансових ресурсів не зафіксовано, а ось за галузями спостерігається суттєва варіація відповідей: більшість (58%) підприємств сільського господарства підтвердили, що їм потрібен доступ до фінансових та кредитних ресурсів. Також кредити потрібні майже половині (46-47%) підприємств будівництва та промисловості.

Серед основних перешкод для доступу до фінансових ресурсів підприємства найчастіше називають високу кредитку ставку. Інші чинники програють із великим відривом. Окремо слід зазначити, що середні підприємства на друге місце поставили відсутність державної підтримки, тоді як малий і мікробізнес на державну підтримку не очікує і, відповідно, майже не помічає її відсутності.

Рисунок 8. Проблеми із доступом до фінансових ресурсів
(питання для респондентів, які потребують доступу до фінансових та кредитних ресурсів, див. Рисунок 7)

Питання А10. Які виникають проблеми з доступом до цих ресурсів?



IV. Карантинні заходи, спричинені пандемією

Респондентам кількісного опитування було поставлено низку запитань щодо того, наскільки заходи, введені урядом під час «жорсткого» і «адаптивного» карантинів, вплинули на діяльність, було запропоновано оцінити втрати від цих заходів загалом і силу впливу кожного заходу зокрема.

Респонденти поділилися досвідом, які саме заходи допомогли їм зберегти бізнес, а також оцінили релевантність заходів, які вжив уряд на підтримку бізнесу.

Вплив карантинних заходів на діяльність ММСП

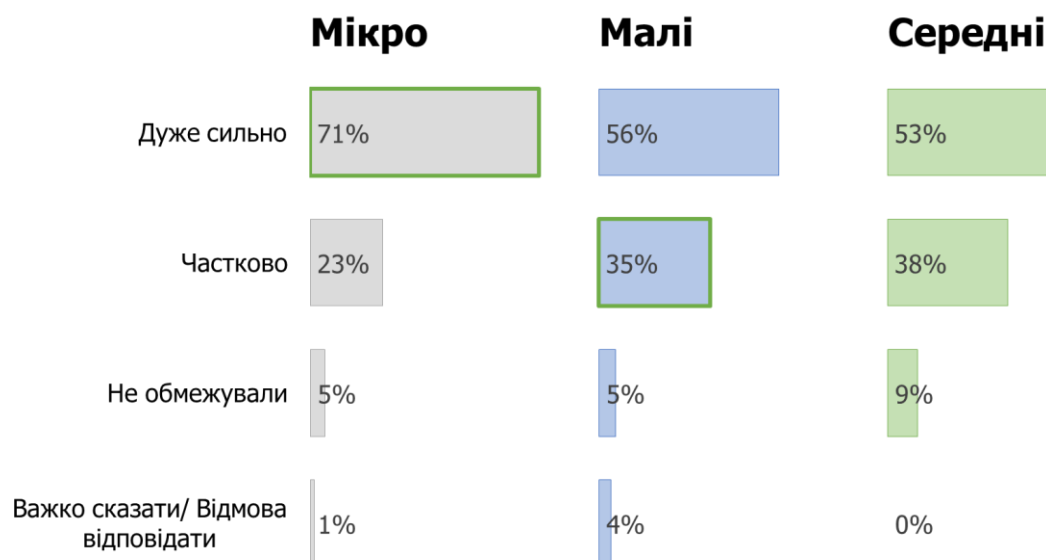
Найбільше заходи уряду під час «жорсткого» карантину вплинули на мікропідприємства – понад 70% респондентів відповіли, що карантинні заходи дуже сильно обмежили їхню діяльність. Кожне четверте мікропідприємство було обмежено у своїй діяльності частково.

Серед малих та середніх підприємств також більше половини опитаних (56% та 53% відповідно) оцінили обмеження як «дуже сильні», а часткових обмежень зазнали 35% малих та 38% середніх підприємств.

Частка ММСП, які не відчули обмежень, коливається між 5% для малого та мікробізнесу та 9% для середнього бізнесу.

Рисунок 9. Вплив заходів «жорсткого» карантину на діяльність бізнесу

Питання А3. Наскільки заходи, введені Урядом під час жорсткого карантину, обмежили діяльність вашого бізнесу?



Експерти наголошують, що вплив карантинних заходів на бізнес залежить від сфери діяльності бізнесу.

COVID вплинув, його вплив дуже сильно відрізняється від галузі. (ГІ №4 Журналісти)

Цей висновок підтверджується результатами кількісного опитування: найбільший вплив відчули підприємства сфери публічних послуг (90% зазначили, що карантинні заходи дуже сильно обмежили їхню діяльність). Найменших обмежень зазнали підприємства сфери сільського господарства, інформаційних технологій та будівництва, проте і у цих сферах дуже сильне обмеження відчули 42%, 48% та 54% підприємців відповідно.

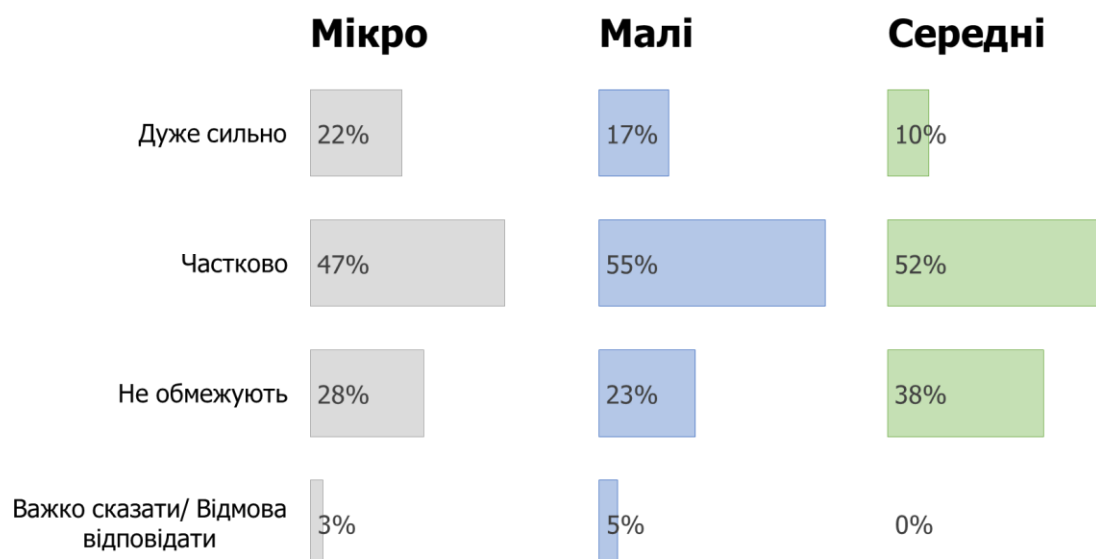
Таблиця 4. Вплив заходів «жорсткого» карантину на діяльність бізнесу: за галузями

Галузь	А3. Наскільки заходи, введені урядом під час жорсткого карантину, обмежили діяльність вашого бізнесу?			
	Дуже сильно	Частково	Не обмежували	Важко сказати
Гуртова і роздрібна торгівля	70%	24%	5%	0%
ІТ (інформаційні технології)	48%	44%	7%	0%
Промисловість	69%	24%	5%	1%
Публічні послуги	90%	6%	3%	1%
Сільське, лісове, рибне г-во	42%	53%	6%	0%
Фінанси, підприємництво	60%	29%	8%	3%
Будівництво	54%	40%	0%	6%
Оренда, логістика, транспорт	57%	32%	6%	5%
Інші послуги	85%	11%	2%	3%

Щодо впливу заходів «адаптивного» карантину, то ці обмеження оцінили як «дуже сильні» 22% мікро-, 17% малих та 10% середніх підприємств. Більшість же респондентів оцінили вплив обмежень як «частковий».

Рисунок 10. Вплив заходів «адаптивного» карантину на діяльність бізнесу

Питання А4. Наскільки заходи, продовжені Урядом зараз, обмежують діяльність вашого бізнесу зараз?



Щодо галузевої специфіки, то сфера публічних послуг і надалі зазнає сильного негативного впливу обмежень: 30% підприємців кажуть, що заходи, продовжені урядом зараз, дуже сильно обмежують діяльність їхнього бізнесу. Також сильний негативний вплив відчувають

підприємства сектору «Фінанси, підприємництво» – 32% зазначили, що їхня діяльність дуже сильно обмежена.

Найчастіше не відчують обмежень під час «адаптивного» карантину підприємства гуртової і роздрібної торгівлі та ІТ-бізнес (33%). Утім, зняття обмежень для торгівлі не вивело галузь із кризи, цей бізнес все одно почувається гірше за інших (див. Таблиця 6).

Таблиця 5. Вплив заходів «адаптивного» карантину на діяльність бізнесу: за галузями

Галузь	А4. Наскільки заходи, продовжені Урядом зараз, обмежують діяльність вашого бізнесу зараз?			
	Дуже сильно	Частково	Не обмежують	Важко сказати
Гуртова і роздрібна торгівля	20%	45%	33%	2%
ІТ (інформаційні технології)	11%	51%	33%	6%
Промисловість	29%	51%	16%	4%
Публічні послуги	30%	49%	20%	1%
Сільське, лісове, рибне г-во	23%	46%	27%	4%
Фінанси, підприємництво	32%	47%	21%	0%
Будівництво	20%	54%	21%	4%
Оренда, логістика, транспорт	20%	45%	31%	5%
Інші послуги	10%	54%	30%	6%

Обмеження діяльності підприємств передусім спричинено зменшенням попиту на внутрішньому ринку. Цей чинник є тим більш важливим, що саме низька купівельна спроможність традиційно є основною перешкодою розвитку бізнесу в Україні, а наслідки пандемії і карантину ще більше посилили негативний вплив цього чинника. Підприємства всіх розмірів ставлять цей чинник на перше місце за силою негативного впливу, і страждають від нього приблизно однаково: близько 70% респондентів оцінили вплив як «дуже негативний» або «негативний».

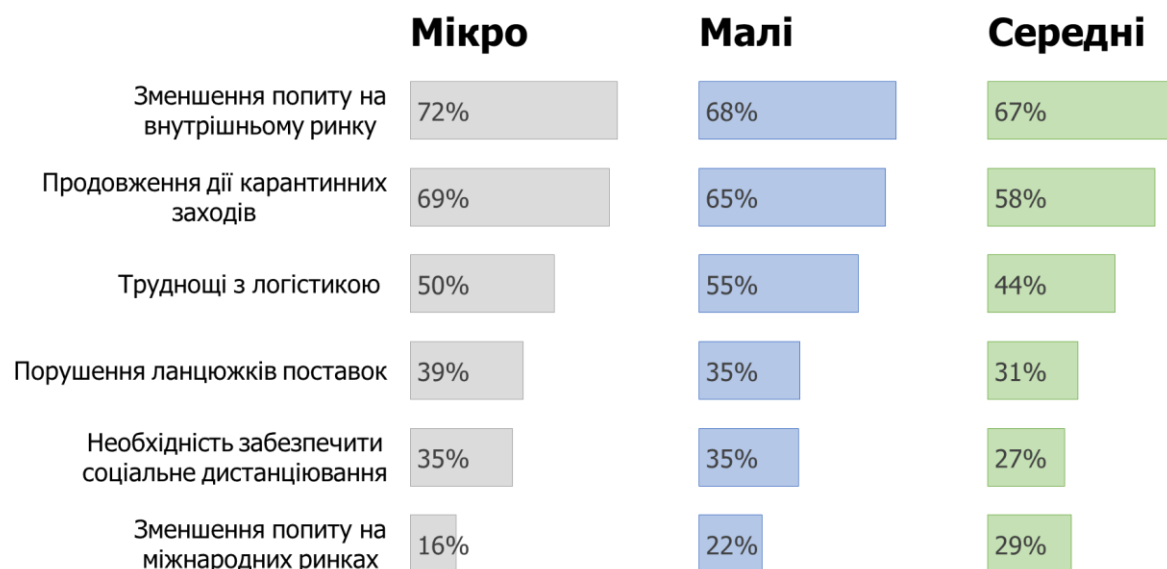
На другому місці – продовження дії карантинних заходів, негативний вплив цього чинника зазначили 69% мікро-, 65% малих та 58% середніх підприємств.

Труднощі із логістикою мали негативний вплив на приблизно половину респондентів кількісного опитування.

Решта обмежень, як-от порушення ланцюжків поставок та необхідність забезпечення соціального дистанціювання, мали негативний вплив приблизно на кожне третє підприємство, а зменшення попиту на міжнародних ринках мало значення лише для експортерів.

Рисунок 11. Оцінка негативного впливу обмежень, спричинених пандемією COVID-19 (сукупна частка відповідей «дуже негативний вплив» та «негативний вплив»).

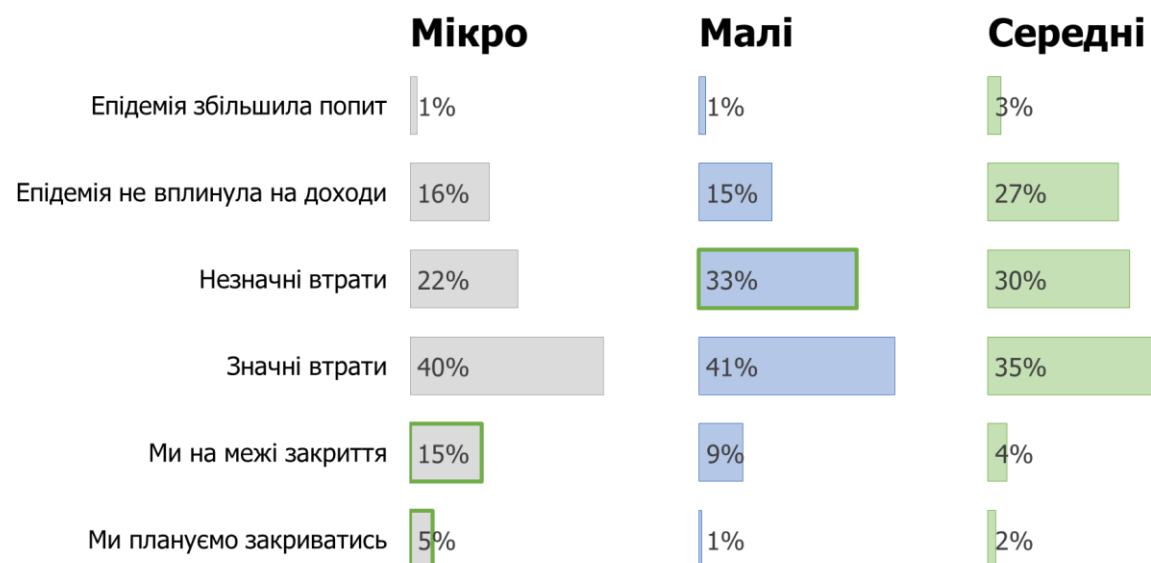
Питання А13. Я зачитаю список обмежень, які були спричинені пандемією, а ви скажіть, як це вплинуло на ваш бізнес.



Епідемія і карантинні заходи поставили на межу закриття кожне шосте мікропідприємство і кожне десяте мале підприємство. Значних втрат зазнали 40% підприємств мікро- і малого бізнесу і 35% середніх підприємств.

Рисунок 12. Оцінка втрат бізнесу від епідемії та карантинних заходів.

Питання А1. Як би ви оцінили свої втрати від епідемії та карантинних заходів?



Середні підприємства найбільш успішно протистояли наслідкам пандемії і карантину: для 30% епідемія не вплинула або навіть збільшила доходи, ще 30% зазнали незначних втрат (для мікробізнесу ці показники відповідно дорівнюють 17% і 22%).

Спостерігається значна варіація оцінки втрат від епідемії та карантинних заходів у галузевому розрізі: більше половини підприємств сільського господарства не зазнали втрат, а от підприємства торгівлі, сфери публічних послуг і промисловості частіше за інших відповідають, що готові закритися або уже закриваються (27%, 26% і 22% відповідно).

Таблиця 6. Оцінка втрат бізнесу від епідемії та карантинних заходів: за галузями

Галузь	A1. Як би ви оцінили свої втрати від епідемії та карантинних заходів?			
	Втрат немає	Незначні втрати	Значні втрати	Закриваються / на межі закриття
Гуртова і роздрібна торгівля	9%	19%	44%	27%
ІТ (інформаційні технології)	37%	29%	31%	3%
Промисловість	9%	20%	50%	22%
Публічні послуги	12%	17%	45%	26%
Сільське, лісове, рибне г-во	53%	28%	11%	8%
Фінанси, підприємництво	22%	34%	35%	9%
Будівництво	17%	33%	34%	17%
Оренда, логістика, транспорт	17%	26%	49%	8%
Інші послуги	7%	29%	48%	16%

Заходи, до яких вдавалися ММСП

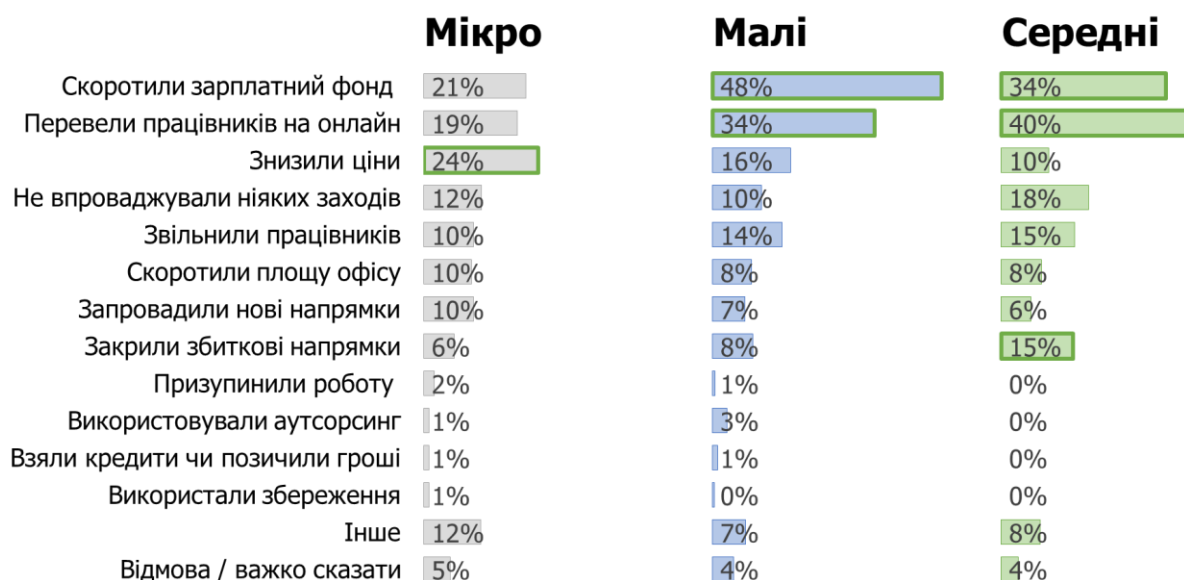
Серед заходів, до яких вдавалися ММСП, беззаперечно лідирують два: скорочення зарплатного фонду (в тому числі за рахунок неоплачуваних відпусток) та переведення працівників на віддалену роботу, найчастіше онлайн. Найчастіше до цих двох заходів вдавалися малі і середні підприємства, і це основні заходи, які були вжиті. Мікробізнес, натомість, найчастіше починав із зменшення цін, вочевидь намагаючись втримати попит, який почав скорочуватися.

Загалом серед мікробізнесу спостерігається значно більша диверсифікація антикарантинних заходів, тоді як середній і малий бізнес діяв більш сфокусовано.

До звільнення працівників як крайнього заходу вдавалися 10-15% респондентів (більше – на середніх підприємствах); також середній бізнес частіше вдавався до закриття збиткових напрямків.

Рисунок 13. Заходи, до яких вдавалися ММСП у період дії карантинних обмежень.

Питання А2. Які заходи допомогли або допомагають вам пережити цей період?



Щодо галузевої специфіки, то зниження цін насамперед практикували підприємства гуртової та роздрібною торгівлі, а переведення працівників на дистанційну зайнятість онлайн – підприємства ІТ-галузі та сфери фінансів і надання послуг підприємствам (власне, саме ті галузі, які мали для цього можливість). Решта підприємств передусім вдалися до скорочення зарплатного фонду. І лише підприємства сільського господарства найчастіше обрали відповідь «Не впроваджували ніяких заходів»

Таблиця 7. ТОП-3 заходів, до яких вдавалися ММСП у період дії карантинних обмежень: за галузями

Гуртова і роздрібна торгівля	<ul style="list-style-type: none"> Знизили ціни на товари або послуги Скоротили зарплатний фонд Перевели працівників на онлайн
ІТ (інформаційні технології)	<ul style="list-style-type: none"> Перевели працівників на онлайн Скоротили зарплатний фонд Не впроваджували ніяких заходів
Промисловість	<ul style="list-style-type: none"> Скоротили зарплатний фонд Звільнили працівників Знизили ціни
Публічні послуги	<ul style="list-style-type: none"> Скоротили зарплатний фонд Перевели працівників на онлайн Звільнили працівників
Сільське, лісове, рибне господарство	<ul style="list-style-type: none"> Не впроваджували ніяких заходів Знизили ціни
Фінанси, підприємництво	<ul style="list-style-type: none"> Перевели працівників на онлайн

	<ul style="list-style-type: none"> · Скоротили зарплатний фонд · Скоротили площу офісу
Будівництво	<ul style="list-style-type: none"> · Скоротили зарплатний фонд · Знизили ціни · Перевели працівників на онлайн
Оренда, логістика, транспорт	<ul style="list-style-type: none"> · Скоротили зарплатний фонд · Знизили ціни · Перевели працівників на онлайн
Інші послуги	<ul style="list-style-type: none"> · Скоротили зарплатний фонд · Знизили ціни · Не впроваджували ніяких заходів

Оцінка ефективності дистанційної праці

Респондентів, які вдалися до переведення своїх працівників на дистанційну зайнятість онлайн, просили окремим блоком питань оцінити ефективність такої зайнятості, а також поділитися планами щодо продовження такої практики і після завершення карантину.

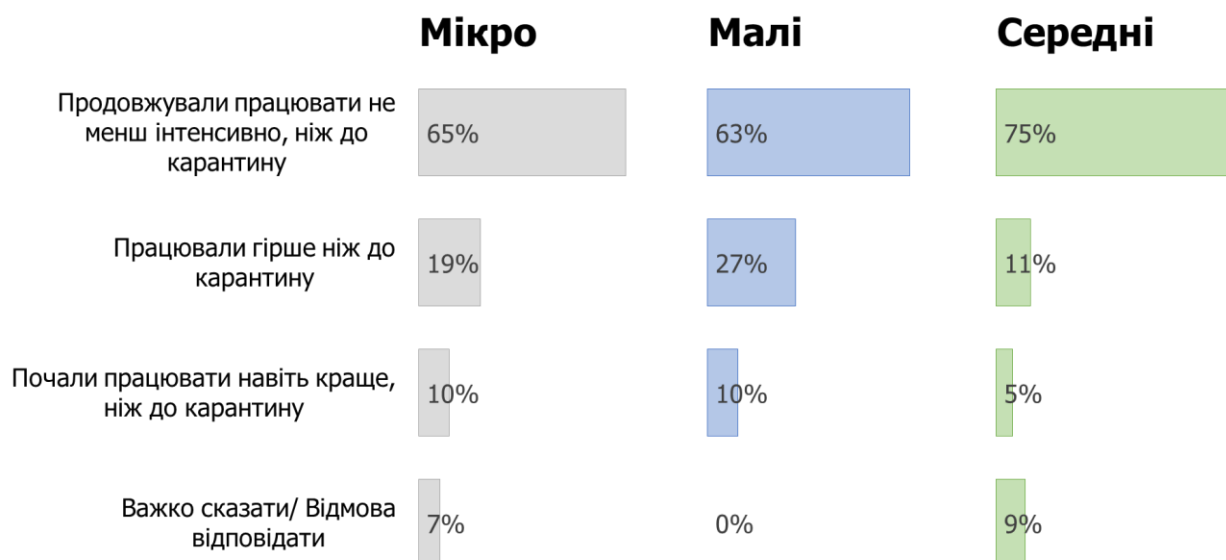
Більшість опитаних зазначили, що на віддаленій роботі працівники працювали не менш інтенсивно, ніж до карантину. Кожне десяте мале і мікропідприємство оцінює віддалену роботу навіть як більш ефективну.

Натомість 27% представників малого бізнесу менше задоволені результатами віддаленої праці, оскільки помітили, що їхні співробітники працюють менш інтенсивно (для мікро- і середнього бізнесу частка незадоволених роботодавців становить 19% і 11% відповідно).

Рисунок 14. Оцінка ефективності дистанційної праці
(питання для респондентів, які запровадили дистанційну зайнятість, див.

Рисунок 13)

Питання А2.1. На віддаленій роботі ваші працівники...



Утім, незважаючи на загалом успішний досвід переведення працівників на онлайн-зайнятість, більшість представників малого і середнього бізнесу розглядає дистанційну зайнятість як захід на випадок форс-мажору і вважає, що після карантину всі мають повернутися на свої робочі місця.

Мікробізнес у цьому плані виявився більш гнучким – троє із чотирьох респондентів готові продовжити експеримент із дистанційною зайнятстю й після карантину у різних режимах (частково, на вибір працівника тощо), аж до переведення всіх процесів на онлайн (22%). Цікаво, що серед середніх підприємств частка «радикалів», які готови перевести весь бізнес на дистанційні рейки, така сама – 22% опитаних.

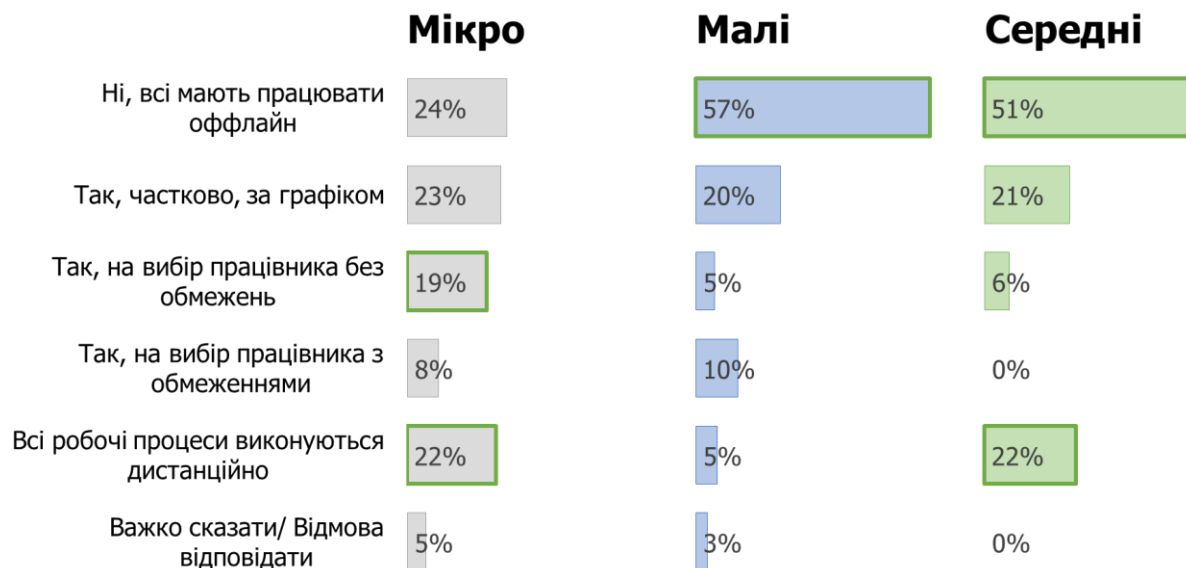
Експерти також вважають, що після закінчення карантину досвід віддаленої праці буде задіяно, а також прогнозують розвиток підприємств, які обслуговують цей напрямок.

... мені здається, що навіть коли пандемія закінчиться і якщо, скажімо, ситуація повернеться бодай до такого рівня, як була раніше, то чимало компаній візьмуть урок з цієї історії і переведуть своїх співробітників або на удалонку, або будуть самі проводити якусь свою діяльність не через якісь там офіси. Я думаю, що коворкінг, який зараз розвивається, він також отримає своїх клієнтів, люди зрозуміли, що їм не дуже-то і потрібні постійно офіси (ГІ №9 Журналісти)

Рисунок 15. Плани щодо розвитку дистанційної зайнятості (питання для респондентів, які запровадили дистанційну зайнятість, див.

Рисунок 13)

Питання А2.2. Чи зберегли ви / плануєте зберегти можливість працювати дистанційно навіть після карантину?



Оцінка заходів підтримки ММСП з боку уряду на час пандемії

Респондентам було запропоновано оцінити низку заходів уряду щодо підтримки бізнесу під час пандемії з точки зору релевантності такої підтримки.

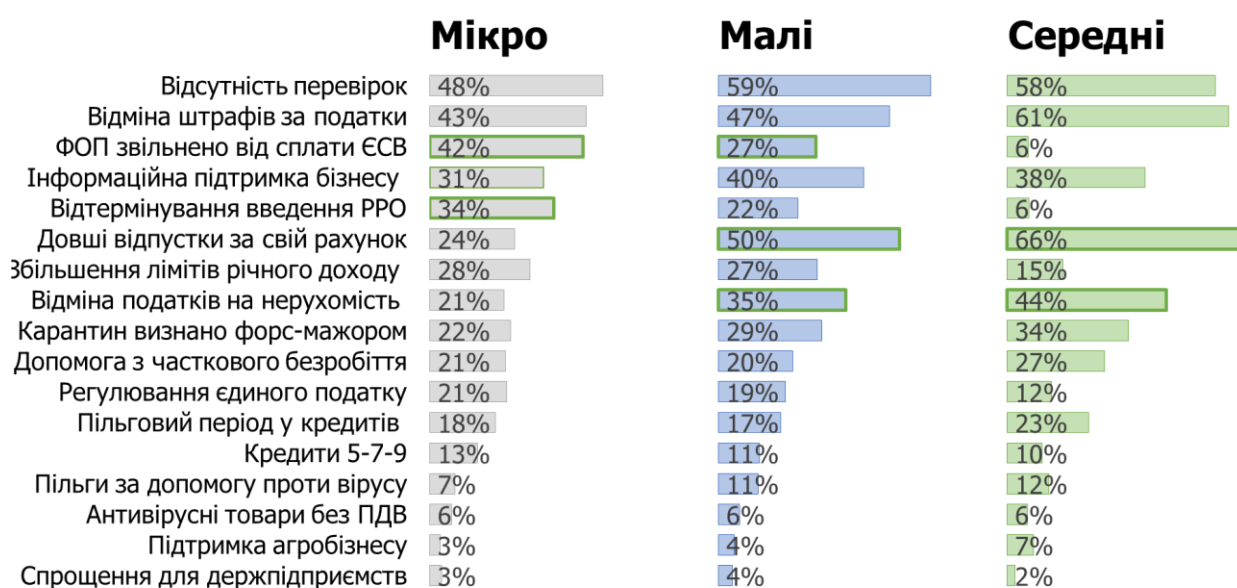
Зауважимо, що респонденти були досить непогано обізнані щодо усіх цих заходів, лише незначна частка опитаних обрала варіант «вперше чую» щодо більшості урядових заходів. Найменшу обізнаність було зафіксовано щодо заходу «Надання органам місцевого самоврядування права приймати рішення про зміну ставок єдиного податку» – 15% респондентів заявили, що цей захід їх стосується, але вони про нього вперше чують.

Оцінка підтримки урядових заходів значно варіює у відповідності із розміром бізнесу: так, мікробізнес (який, нагадаємо, у вибірці майже на 50% складається з ФОП) вище оцінив звільнення ФОП від сплати єдиного соціального внеску за себе, натомість малі і середні підприємства значно більшою мірою відчули підтримку через зміни до кодексу законів про працю, а саме, зняття обмеження терміну відпустки за власний рахунок.

Окрім цих відмінностей, у ТОП-3 заходів підтримки перебувають для всіх категорій підприємств такі два заходи: заборона проведення документальних та фактичних перевірок та заборона застосування штрафних санкцій за порушення податкового законодавства. Однак малі та середні підприємства, на відміну від мікробізнесу, оцінюють підтримку від цих заходів значно вище.

Рисунок 16. Оцінка заходів уряду щодо підтримки бізнесу (сукупна частка відповідей «значна підтримка» та «деяка підтримка»).

Питання А14. Я зачитаю список заходів, які Уряд України вжив на підтримку бізнесу, а ви скажіть, як це вплинуло на ваш бізнес.



Решта урядових заходів не оцінюються підприємцями як такі, що надають підтримку під час пандемії. Так, Урядову програму кредитування бізнесу «5-7-9» оцінили як таку, що надає підтримку під час карантину, лише трохи більше 10% респондентів.

Експерти критично ставляться до заходів, які запровадив уряд на підтримку бізнесу. Вони вважають, що далеко не всі підприємства змогли скористатися цими заходами, а ті заходи, якими скористатися легко, – недостатні.

... це певні інструменти, якими ви можете скористатися, якщо ви чітко, дуже добре розбираєтесь у законодавстві, маєте можливість найняти юристів, або вони у вас працюють, або ви самі є юристам для того, щоб в цьому розбиратися. Для мікропідприємства, малого бізнесу – це невідоме завдання скористатися цими можливостями. (ГІ №7 НУО)

Я думаю, що немає жодного інструменту, який би бізнес оцінив як мегахороший. Знаєте, це так, якби вас переїхав поїзд, а вам би хтось прикладав подорожник до чола. Тисячу гривень менше ЄСВ платити чи ПДФО, та насправді бізнес терпить мільйонні збитки, а зменшення податкового навантаження на ФОПи чи 2 тисячі гривень допомоги ФОПам, які мають дітей, – знаєте, це смішно виглядає. (ГІ №8 Бізнес-асоціації)

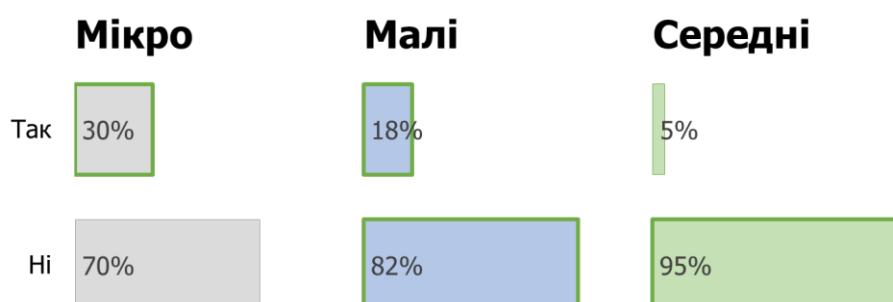
Окремі ж заходи, на думку експертів, можуть нести навіть загрозу, якщо ними скористається несумлінний бізнес.

Для бізнесу несумлінного – це можливість зловживати. І це створює величезні проблеми для суспільного добробуту. Особливо, коли мова йде про перевірки, пов'язані з порушенням процесів, які впливають на життєдіяльність суспільства. (ГІ №7 НУО)

Щодо інформаційної підтримки (державні послуги та інформаційні ресурси online), то її респонденти оцінили досить високо: від 30% до 40% респондентів (залежно від розміру бізнесу) зазначили, що це надає значну або деяку підтримку. На пряме запитання, чи відчуває бізнес брак інформації, найчастіше ствердно відповідає мікробізнес (30% відчувають брак інформації); із ростом розміру бізнесу зростає і обізнаність його керівництва. Основна інформація, брак якої відчувають респонденти, стосується власне заходів щодо підтримки бізнесу під час пандемії та загальних відомостей про пандемію COVID-19 та її вплив на бізнес.

Рисунок 17. Інформаційна підтримка бізнесу у період дії карантинних обмежень.

Питання А11. Чи відчуваєте ви брак інформації щодо бізнесу або впливу карантинних заходів на бізнес?



Експерти висловили кілька ідей щодо того, якої підтримки бракувало бізнесу. Основна претензія – відсутність цільової допомоги саме тим бізнесам, які постраждали найбільше.

Я ж кажу, що насамперед чого дуже бракувало – це допомоги саме тим галузям, які найперше постраждали. Держава мала б тим сферам навіть дати якісь, навіть, надруковані гроші, в крайньому випадку, але потім їх забрати з ринку, аби тільки вони найменше постраждали. Бо вони постраждали насправді не тому, що вони якісь неефективні, чи вони не витримують конкуренції з іншими, а саме безпосередньо від держави. Це би мало сприятливий ефект для усієї економіки. Але цього зроблено не було. (ГІ №13 НУО)

Головним чином заходи мали стосуватися чіткої ідентифікації тих, хто потребує допомоги. І підтримка – мова йде про безповоротну фінансову допомогу певним бізнесам, де один раз заплатили і забули. Тобто це не таке, не пасивне, але це і не кредит. І друге – це, очевидно, створення умов для стимулювання, власне, попиту. (ГІ №7 НУО)

Серед ідей підтримки у подальшому – податкові канікули для бізнесу та відновлення купівельної спроможності населення.

Я вважаю, що найголовніше, що треба було зробити, – це зробити податкові канікули, принаймні для найбільш постраждалих галузей, які ми згадували. І відмінити в першу чергу сплату ЄСВ, ПДФО, тому що люди не звільнені. Ці підприємці мають сплачувати всі податки в повному обсязі. (ГІ №14 Бізнес)

Звичайно, допомогло би малому та середньому бізнесу, якби дійсно можна було людей відправити на біржу, щоб вони отримували хоча б 70% від своєї заробітної, це б вже впливало на купівельну спроможність населення, вже була б певна підтримка. (ГІ №15 Бізнес)

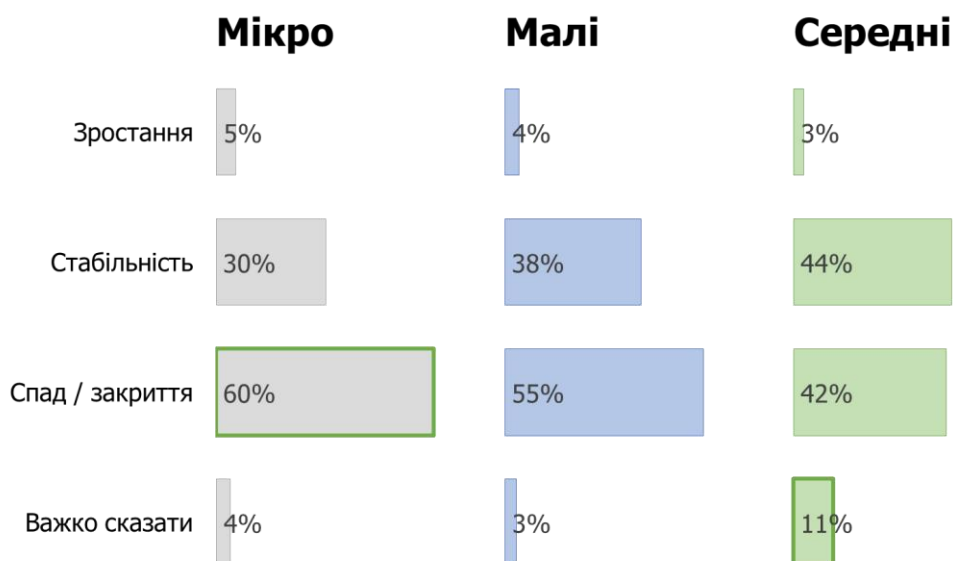
V.Очікування ММСП на 2020-2021 роки

Природньо, що пандемія COVID-19 стала основним чинником, який формує очікування бізнесу на 2020-2021 роки. Якщо станом на кінець першого кварталу 2020 року більшість ММСП характеризували свій етап розвитку як стабільний (див. Рисунок 6), то станом на середину третього кварталу (на момент опитування) частка «стабільних» підприємств скоротилася удвічі, а частка підприємств на етапі спаду або навіть закриття виросла майже на порядок. Найбільш песимістичні настрої у представників мікробізнесу – 60% респондентів оцінюють поточне становище як спад, тоді як серед середнього бізнесу частка таких оцінок становить 42%.

Також у кілька разів скоротилася частка підприємств, які оцінюють свій етап розвитку як «зростання».

Рисунок 18. Етап розвитку бізнесу на момент опитування

Питання A5.2. Як ви оцінюєте розвиток вашої компанії на даний момент?



У регіональному розрізі найбільш песимістичні настрої панують у західному регіоні – 65% опитаних тут кажуть, що їхній бізнес на етапі спаду або навіть закриття. Почуття стабільності найбільше притаманно бізнесу у центральному та північному регіоні: 38% та 37% опитаних відповідно вважають, що становище їхнього бізнесу стабільне.

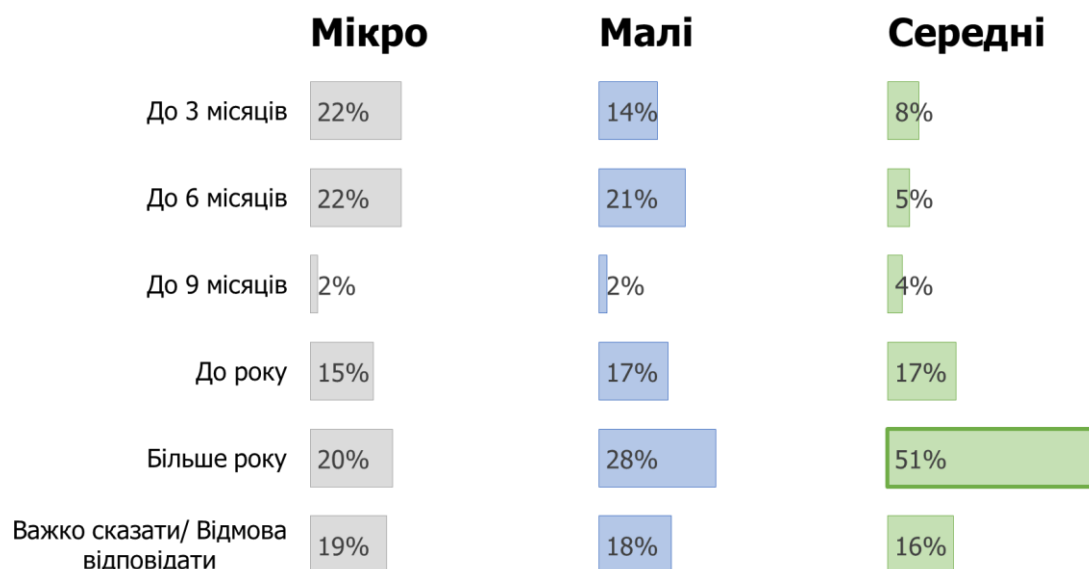
Таблиця 8. Етап розвитку бізнесу на момент опитування: за регіонами

Регіон	А5. Як ви оцінюєте розвиток вашої компанії на даний момент?			
	Зростання	Стабільність	Спад / закриття	Важко сказати
Центр	5%	38%	52%	5%
Захід	6%	27%	65%	3%
Південь	5%	30%	61%	4%
Схід	6%	28%	61%	6%
Північ	4%	37%	54%	5%
м. Київ	5%	34%	59%	1%

Утім, навіть для бізнесу, який перебуває на етапі спаду, оцінка життєздатності є різною залежно від розміру. Так, малий та мікробізнес у значній своїй частині готовий протриматися максимум півроку (44% для мікро та 35% для малого бізнесу), тоді як більше половини середнього бізнесу навіть на етапі спаду готові протриматись більше року.

Рисунок 19. Оцінка життєздатності бізнесу
(питання для респондентів, які перебувають на етапі спаду, див. Рисунок 18)

Питання А6. Скільки місяців, на вашу думку, може протриматись ваш бізнес?



У регіональному розрізі найменший запас міцності у підприємств центрального регіону – кожен четвертий керівник підприємства на етапі спаду каже, що його бізнес протримається щонайбільше 3 місяці. Найбільший запас міцності у столичного бізнесу – тут понад 30% бізнесу на етапі спаду готові протриматись більше року.

Таблиця 9. Оцінка життєздатності бізнесу: за регіонами

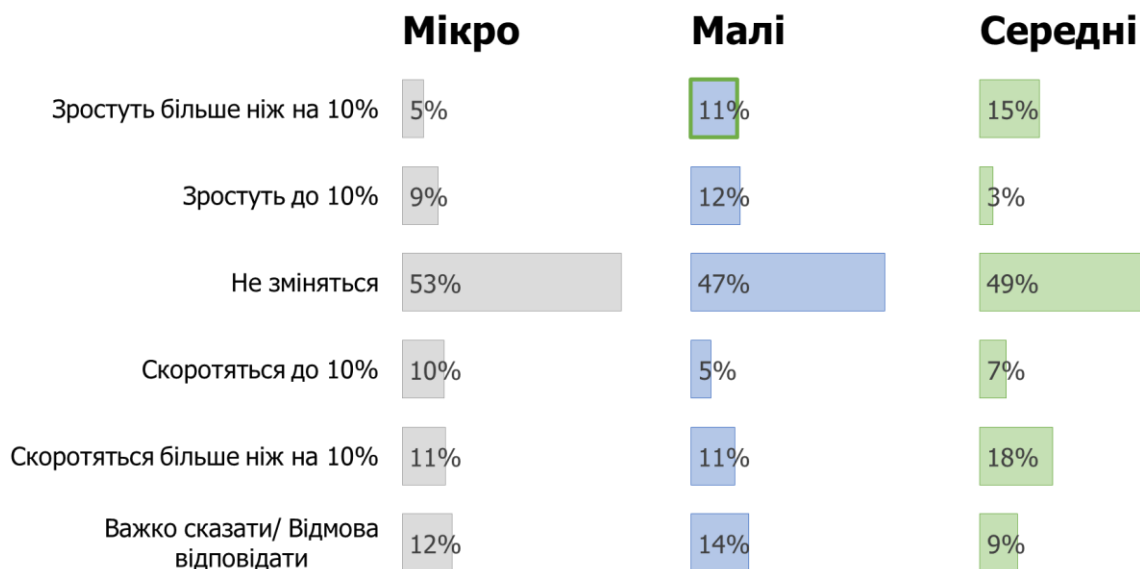
Регіон	А6. Скільки місяців, на вашу думку, може протриматись ваш бізнес?			
	до 3 місяців	до 6 місяців	до року	більше року
Центр	26%	21%	19%	19%
Захід	18%	22%	19%	23%
Південь	21%	23%	13%	21%
Схід	18%	17%	25%	18%
Північ	13%	24%	21%	23%
м. Київ	22%	22%	9%	31%

Щодо підприємств, які перебувають на етапі стабільності або навіть зростання, то вони радше схильні не робити різких рухів щодо динаміки інвестицій: половина опитаних запевняє, що інвестиції у бізнес у 2020 році не зміняться порівняно з 2019 роком.

Рисунок 20. Оцінка динаміки інвестицій у бізнес.

(питання для респондентів, які перебувають на етапі зростання або стабільності, див. Рисунок 18)

Питання А7.1. Як зміняться ваші інвестиції в бізнес цього року у порівнянні з 2019?



Утім, є приклади, коли бізнес спромігся використати кризу для зростання.

.....
Ну, скажу на своєму прикладі – ми використали кризу для зростання, суттєво. Спочатку я була тиждень в трансі – що робити, якщо всі похворіють, що робити з зарплатою... В нас вони не є космічними. Вони й не маленькі, але й не айтішні, скажімо так. І розумію, що цих грошей нашим працівникам вистачить максимум до двох місяців, і всі вони далі прийдуть до мене і будуть казати: «Дайте хоча б що-небудь наперед», бо людям треба за щось жити. Я дуже за це переживала. Ми почали шити костюми захисні для знайомих медиків, для організацій волонтерів, і воно так з миру по нитці пішло, і ми місяць активно

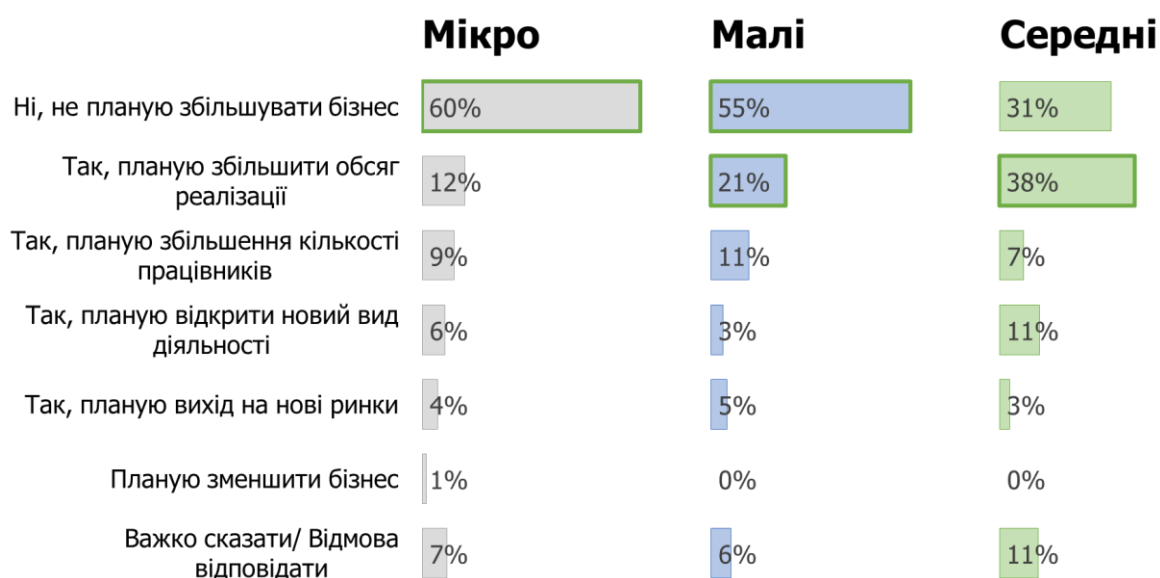
так шили костюми. Частину роздавали, частину продавали, частину маємо дотепер на складі, бо держава перейшла на імпорتنі. І це нам дозволило хоча би 2-3 місяці пережити, виключно втримати персонал. Тому що наша основна сфера покупців – це готелі, ресторани, але натомість розвивалась продуктова сфера: м'ясні компанії, вони в нас дуже багато замовляли продукції, навіть під час пандемії; агробізнес розвивався – теж замовляли продукцію. Але це не було в такій мірі, як було до карантину. Ну, ми вирішили цей час вкласти в оновлення деяких підрозділів компанії, набирати туди більш кваліфікованих спеціалістів, топ-менеджерів, щоб вони могли підтягувати даний підрозділ. Ми запустили три нових для нас програми: і управлінська програма з обліку, і CRM-система, і нова програма бухгалтерська. За три місяці ми активно вдалися в навчання, і ми зараз можемо оптимізувати будь-який процес продажу, продавати в п'ять разів більше з меншими витратами часу, чого ми не могли зробити ніколи. Тобто завжди нам щось заважало. Ми знали, що воно нам треба, знали, що немає на це часу, і завжди знаходилося місце на інші ресурси. Тобто десь свої заощадження я вклала в цей розвиток, і зараз воно вже нам починає давати результат. (ГІ №10 Бізнес)

Проте, для переважної більшості респондентів, бізнес яких перебуває на етапі зростання або стабільності, метою є збереження бізнесу на поточному рівні, і лише невелика частка малих та середніх підприємств планує збільшити обсяг реалізації (утім, збільшення планується за рахунок внутрішніх резервів, без збільшення штату працівників або виходу на нові ринки та нові напрямки діяльності).

Рисунок 21. Оцінка майбутнього розвитку бізнесу.

(питання для респондентів, які перебувають на етапі зростання або стабільності, див. Рисунок 18)

Питання А7.2. Чи плануєте ви розширити бізнес або збільшити кількість працівників у наступному році?



Експерти вважають, що падіння купівельної спроможності населення і відсутність адекватних заходів підтримки бізнесу може спричинити хвилю закриття бізнесів восени.

Водночас деякі галузі від того дуже постраждали і або закрили бізнес, або насправді це ще не кінець, тому що багато хто тримається ще з останніх сил, і якщо карантин буде ось так тривати, як і зараз, а карантин впливає на купівельну спроможність населення і на настрої, тоді мусимо очікувати, що з вересня, жовтня, листопада закритих бізнесів може бути ще більше.

І навіть коли зараз створилися різні програми, як державні типу «5-7-9» і інші, то тепер бізнес все рівно не завжди може їх взяти, тому що до того треба готуватися: бізнес був не повністю легальний, не повністю ефективний і так далше, і відповідно йому часто не дають тих грошей або цих грошей, то, що «5-7-9», їх, може, і недостатньо. (ГІ №8 Бізнес-асоціації)

Ми попросили експертів окреслити негативний і позитивний сценарії розвитку подій із коронакризою. Більшість схиляється до того, що один із чинників, який сприятиме негативному сценарію, – це пригнічені настрої у суспільстві та недостатня реакція держави на кризу.

Перше побоювання – це загальний психологічний настрій, стан населення, суспільства, тому що у нас і так емоційний стан українців був не на найкращому рівні через військові дії на Сході, все-таки воно дуже над нами тяготіє, і до сих пір не вирішено це питання, і воно дається взнаки, однозначно. А плюс ще ця ситуація, з однієї сторони, іде, на мій погляд, не зовсім правильна піар-компанія держави про залякування людей, так що знову їх вводять в якийсь депресивний стан, а це свого роду призводить до всього, призводить до зниження працездатності, до зниження купівельної спроможності, до зниження взагалі настрою щось робити, щось змінювати і кудись рухатись, це перший момент. А другий момент, це, звичайно, якісь дії з боку держави, які будуть обмежувати можливість працювати, можливість існувати підприємствам. Тому що те, що робилося останні 4 місяці, – ми вам просто кажемо «не працюйте». Не всі бізнеси можна зупинити і не працювати, і куди? І підприємець має забезпечити працівників заробітною платою, а з чого він має дати ту заробітну плату? Це якийсь просто нонсенс такий. (ГІ №15 Бізнес)

Позитивний сценарій більшість експертів пов'язує із вакцинацією, або тим, що епідемія сама піде на спад (за зразком пташиного, свинячого грипу).

Оптимістичний – це те, що ковід зникне сам собою, так неочікувано, як він і виявився, як часто буває з епідемією, коли вона вийшла на своє плато і з якихось нез'ясованих причин, можливо, відбулася природна вакцинація, це одна причина. По-друге – що дійсно буде знайдена вакцина, яка якщо не вилікує нас, але дасть нам надію, можливість, механізм, яким чином можна її зупинити. (ГІ №9 Журналісти)

Оптимістичний сценарій до пандемії – ми перехворіємо всі умовно в легких формах, воно від нас відступить, і всі почнуть жити, як до того. На мою думку, економіка буде відроджуватись ще роки 2-3. В спокійному режимі будемо працювати зараз. Ті, хто простій використав для вдосконалення, будуть більше задоволені результатом і легше будуть виходити з цієї кризи. Ті, хто просто просидів, насолоджувався, що має час на відпочинок, будуть адаптуватись важче або будуть шукати якісь інновації, які теж можуть бути пов'язані з викликами пандемії. (ГІ №10 Бізнес)

Основні вимоги ММСП щодо державної політики у сфері розвитку ММСП

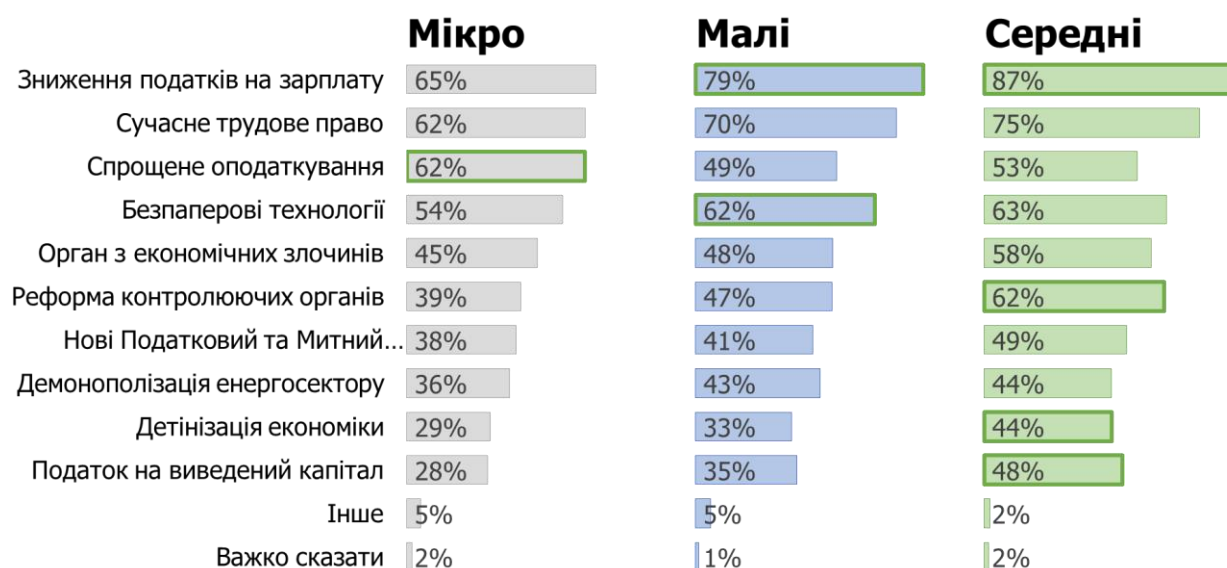
Для оцінки пріоритетів розвитку бізнесу в Україні респондентам було запропоновано обрати варіанти із списку з 10 пріоритетних напрямків. Список пріоритетів для опитування було підготовлено експертами Info Sapiens у тісній співпраці із консультантами CIPE.

Респонденти могли обрати будь-яку кількість варіантів і користувалися цим: представники мікробізнесу обирали в середньому 4-5 відповіді, представники малого бізнесу – 5 відповідей, а представники середнього бізнесу – 6 відповідей.

На перше місце представники всіх цільових груп поставили чинник «Зниження податкового навантаження на фонд оплати праці», особливо він важливий для малого та середнього бізнесу, де цей варіант відповіді обрали 79% та 87% відповідно. На друге місце для всіх типів бізнесу вийшов чинник «Запровадження сучасного трудового права, спрощення адміністрування податків та звітності, зменшення штрафних санкцій за порушення трудового законодавства». На третє місце мікробізнес поставив чинник «Збереження поточної спрощеної системи оподаткування», тоді як малий бізнес – «Запровадження безпаперових технологій: заборона державним органам вимагати інформацію, яка міститься у державних базах даних», а середній бізнес – «Інституційна реформа перевіряючих та контролюючих органів: запровадження персональної відповідальності, ризик-орієнтованого підходу до перевірок, проведення відкритих конкурсів на керівні посади».

Рисунок 22. Пріоритети розвитку бізнесу в Україні

Питання А17. Які з наведених пріоритетів розвитку бізнесу в Україні найбільше відповідає потребам вашого бізнесу?



Потреби в реформах

Щодо потреб у реформах для розвитку бізнесу, то більше половини респондентів у кожній групі бізнесу віддали перевагу двом реформам: це боротьба з корупцією та податкова і митна реформа (зауважимо, що середній бізнес, на відміну від малого та мікробізнесу, із великим відривом віддає перевагу податковій та митній реформі).

Реформа сектору правосуддя і правоохоронних органів – на другому-третьому місці для всіх типів бізнесу.

Серед інших реформ виділяється реформа енергетичного сектору, якої більшою мірою потребує малий бізнес, а також децентралізація, яка більш важлива для середнього бізнесу.

Рисунок 23. Потреби в реформах для розвитку бізнесу

Питання А16. На вашу думку, які реформи в Україні найбільш потрібні для розвитку вашого бізнесу?



Експерти також одностайні щодо потреби бізнесу у реформах, але вони на перше місце ставлять судову реформу.

Я думаю, що все ж таки головна реформа це має бути судова реформа. Тоді, якщо суди будуть нормальні, то можна буде і з державою вирішувати конфлікт законним способом без корупції. Якби обирати пріоритет, я б поставив судову реформу. (ГІН⁰⁴ Журналісти)

... всі інвестори, у яких запитували, чому вони не приходять в Україну, вони всі називають от саме ці три фактори – тобто корупція, незахищеність права власності і свавілля в судах (ГІН⁰⁵ Журналісти)

VI. Перспективи консолідації ММСП у громадські об'єднання підприємців

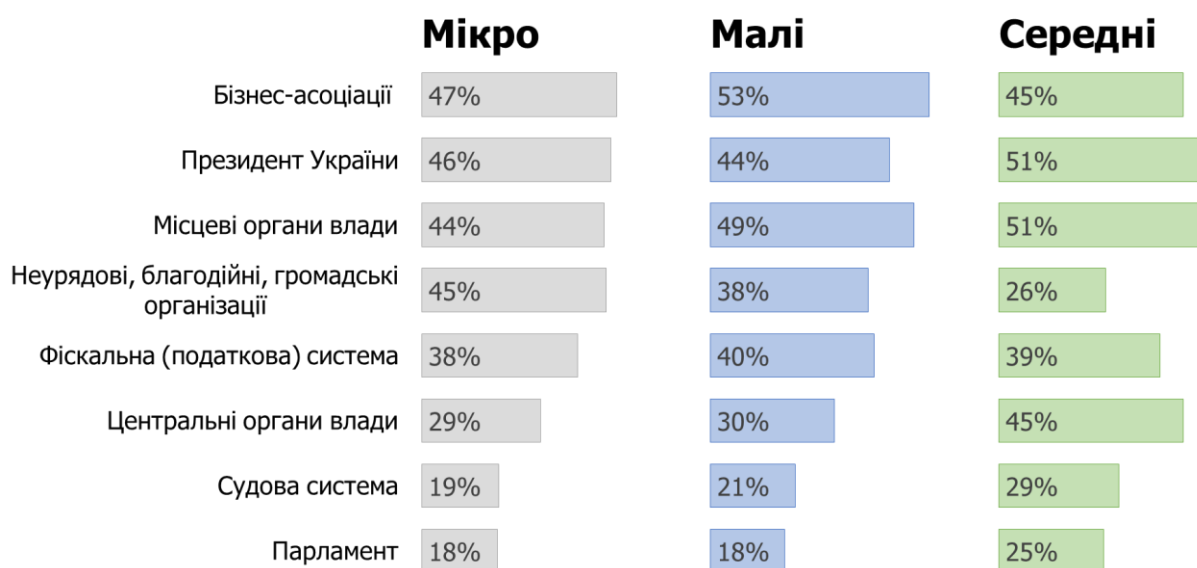
Рівень довіри

Бізнес-асоціації (включаючи торгово-промислові палати, спілки малих підприємств тощо) лідирують за рівнем довіри – майже половина опитаних дуже довіряють або скоріше довіряють таким об'єднанням. За сукупною часткою відповідей «дуже довіряю» та «скоріше довіряю» у Президента України такий самий рівень довіри, але частка респондентів, які обрали варіант «дуже довіряю», у Президента удвічі вища (у середньому по вибірці 13% дуже довіряють Президенту, тоді як бізнес-асоціаціям дуже довіряють лише 6%).

Судова система і парламент є, традиційно, лідерами антирейтингу довіри.

*Рисунок 24. Оцінка рівня довіри до інституцій.
(сукупна частка відповідей «дуже довіряю» та «скоріше довіряю»)*

Питання А18. Наскільки ви довіряєте наступним інституціям в Україні.



Коментуючи питання довіри між бізнесом і владою, експерти у більшості наголошують, що влада і бізнес перебувають у антагоністичних або, щонайменше, нейтральних відносинах (або ж відносини відсутні). Таку точку зору висловлюють представники НУО, журналістського середовища і власне бізнесмени.

Зі сторони того бізнесу, скажімо, в якому працюю я, жодної підтримки або зацікавлення з боку держави я не відчуваю. Це все, бізнес існує скоріше не завдяки, як каже приказка, а "вопреки", от. На жаль, така ситуація. І особливо це дуже чітко, яскраво і зрозуміло проявилось під час кризи. (ГП №15 Бізнес)

... влада не завжди розуміє, в яких умовах працює малий і середній бізнес, які в нього є реальні проблеми. І тому концентрує свою увагу часом на другорядних проблемах. І не видає правильні рішення. (ГІ №12 НУО)

Ну, мені здається, що з владою доволі напружені стосунки останні роки, напевно, вже сім-вісім. З того моменту, як почалися розмови про те, що спрощену систему треба або ліквідувати, або привести за умовами до загальної системи оподаткування. І ось ці постійні спроби щось змінити у спрощеній системі або якось посилити облік ведення касових апаратів для розрахунку, це все трошки напружує малий бізнес. Ну, і скажімо так, не захоплює до сплати податків, тому що, з одного боку, держава вимагає від них більшої прозорості розрахунків, меншої роботи з готівковими грошима, більшої звітності, а з іншого боку, все одно є якісь перевірки, все одно є якийсь тиск з боку податкових органів (та й не тільки податкових). (ГІ №5 Журналісти)

Водночас представники обласних державних адміністрацій, навпаки, наголошують, що проблем у стосунках бізнесу і влади немає, і влада чує бізнес.

У нас партнерські відносини між малим і середнім бізнесом. У нас, наприклад, в області успішно працює. Якщо є якісь питання, пов'язані для розв'язання, де необхідно втручання влади, у нас є дорадчий орган – Регіональна рада підприємців, яка успішно працює. І є довіра підприємців до цього органу. Ми також створюємо умови для того, щоб вони нормально працювали. (ГІ №11 ОДА)

Низький рівень довіри є проблемою, і більшість експертів схиляються до думки, що підвищення цього рівня є задачею із кількома пов'язаними складовими, які вирішуються поступовими діями.

Ну звісно, низький рівень довіри – це не просто проблема, це проблема №1. Це гальмує будь-які процеси, навіть самі найліпші, сміливі тощо. А вирішувати – це комплекс мір, якщо сказати коротко, то взяти і змотувати, тобто взяти те, що робила Східна Європа, те, що робили країни, де рівень довіри значно вищий. Довіра виникає тоді, коли всі сторони процесу дотримуються правил, тобто це верховенство права. Якщо підприємець будь-якого калібру здатен захистити свої права, і вони знають, що вони захищені, – це перший і найважливіший крок. (ГІ №4 Журналісти)

Однією із таких складових є налагодження постійного зворотного зв'язку між основною масою підприємців і органами влади на всіх рівнях.

... найбільше фруструє підприємців відсутність зворотного зв'язку. Відповідно в Україні щодня сотні підприємців зустрічаються з якоюсь проблемою. Про неї якимось чином доносять владі місцевій, центральній. Якщо місцеву рахувати, то тисячі підприємців. В якійсь частині випадків проблеми вирішуються, і тоді все добре. Але ж це, звичайно, не більшість. А в більшій частині випадків просто тиша. Чому так? Тому що державні службовці звикли не визнавати помилок...

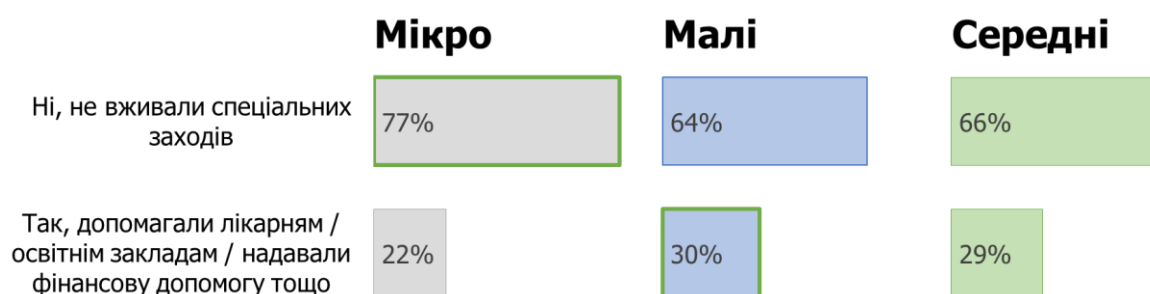
Мені здається, що підприємці всі кажуть, що уряд робить недостатньо в сфері політики підприємництва, влада робить недостатньо. Існують якісь стратегічні документи. Всі кажуть, що вони теж погані. Але якоїсь спільної оцінки, що вдалось, що не вдалось, що було правильним рішенням стратегічним, що було неправильним, от її не вистачає. (ГІ №2 НУО)

Підтримка бізнесом суспільства під час пандемії

Пандемія COVID-19 стала чинником залучення бізнесу у процеси соціальної взаємодії із владою на ґрунті боротьби із коронавірусом. Практично 30% малих та середніх і понад 20% мікропідприємств включилися у боротьбу з коронавірусом, надаючи допомогу суспільству, – допомагали лікарням та/або освітнім закладам, надавали фінансову допомогу тощо.

Рисунок 25. Підтримка бізнесом суспільства під час пандемії

Питання А15. Коли розпочався карантин, деякі бізнеси включилися в боротьбу з коронавірусом, надаючи допомогу владі. Чи ваш бізнес вживав спеціальних заходів для допомоги суспільству?

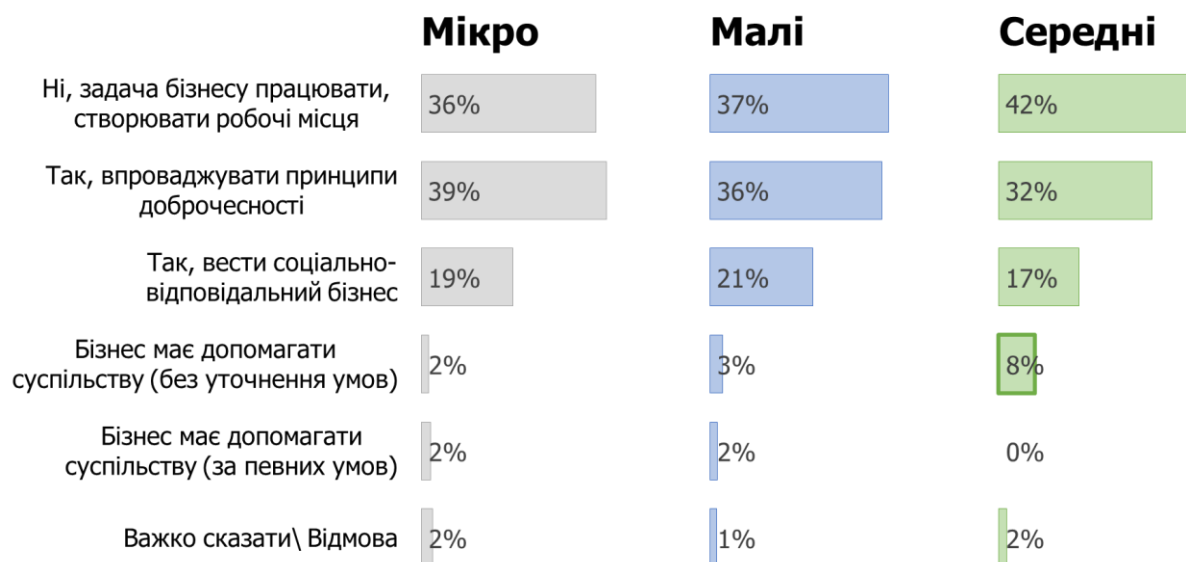


Узагальнюючи питання, чи має бізнес допомагати суспільству не лише у кризових ситуаціях, а взагалі сприяти розвитку, менша частина опитаних вважає, що завдання бізнесу обмежується створенням робочих місць і сплатою податків. Більша частина респондентів вважає, що бізнес має так чи інакше взаємодіяти із суспільством – підтримуючи принципи доброчесності (нетерпимість до корупції; незастосування тіньових схем; корпоративна етика), соціально-відповідального бізнесу (дбати про екологію, добробут громад), тощо. Суттєвої різниці у позиціях мікро-, малого та середнього бізнесу не зафіксовано. Експерти із ЦА «Бізнес» також підтримують цю ідею.

Однозначно, що повинен приймати. Тому що, скажімо так, ми живемо у суспільстві і живемо не заради роботи, ми працюємо заради життя, і кращого життя. Зрозуміло, що ми всі, так чи інакше, між собою поєднані, і добробут будь-якого нашого громадянина, чи будь-якого малого бізнесу, чи великого бізнесу – ми всі між собою пов'язані, так? Ми всі повинні сприяти і працювати як один організм. (ГІН№15 ЦА Бізнес)

Рисунок 26. Соціальна відповідальність бізнесу

Питання А15.1. На вашу думку, чи має бізнес допомагати суспільству не лише у кризових ситуаціях, а взагалі сприяти розвитку?



Водночас інші експерти не у захваті від аж такої активної участі бізнесу у житті громади. Вони дотримуються думки, що соціальні проекти – це справа держави, а завдання бізнесу – сплачувати податки, якими держава могла б ефективно розпоряджатись. І саме відсутність довіри між бізнесом і державою є причиною того, що бізнес прагне перебрати на себе функції держави із розбудови і підтримки громад.

Я би сказав так, у кожного є своє завдання. Завдання бізнесу – це добросовісно робити свою роботу з надання тих чи інших товарів чи послуг. Створювати робочі місця. Добросовісно, при цьому, сплачуючи податки. Але в цьому мала б проявитися і соціальна відповідальність бізнесу. (ГІ №13 НУО)

Ну, я вважаю, що бізнес, звичайно, головний його зв'язок з розвитком держави – це його плати в бюджет. Набагато краще сплачувати білу зарплату ніж платити в "чорну", а додатково виділяти гроші в ремонт вулиці чи ще щось таке. (ГІ №4 Журналісти)

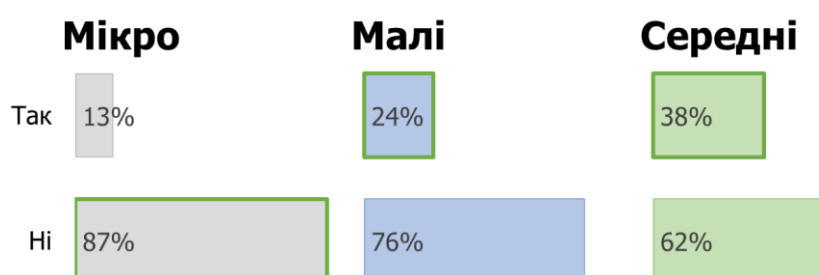
Сьогодні бізнес не довіряє достатньо державі, щоби платити всі податки, які би мали бути, давайте бути щирими, і відповідно, держава є бідною. Замість того деякий бізнес готовий платити за соціальні проекти, тобто він іде в обхід держави і перенаправляє свої ресурси на пряму на ту проблему. Якщо би механізм збору податків і дальше їхньої цільової витрати був прозорий і нормальний, то, я думаю, що бізнес би платив більше податків, а держава би вирішувала колегіально ці проблеми. Можливо, за реформою децентралізації це питання частково зараз буде вирішуватися, тому що бізнес може більш прозоро слідкувати, куди витрачаються кошти в ОТГ. Але наразі так виходить, що давайте, щоби кожен робив свою роботу, держава виконує адміністративну функцію і вирішує глобальні проблеми, а бізнес створює робочі місця і платить податки. (ГІ №8 Бізнес асоціації)

Участь у бізнес-об'єднаннях

Частка підприємств, які є учасниками бізнес-об'єднань, зростає із збільшенням розміру бізнесу: якщо серед мікропідприємств учасниками бізнес-об'єднань є лише 13% респондентів, то для малого бізнесу ця частка подвоюється (24%), а для середнього – потроюється (38%).

Рисунок 27. Участь у бізнес-об'єднаннях

Питання А19. Чи є Ваше підприємство членом хоча б одного бізнес-об'єднання?



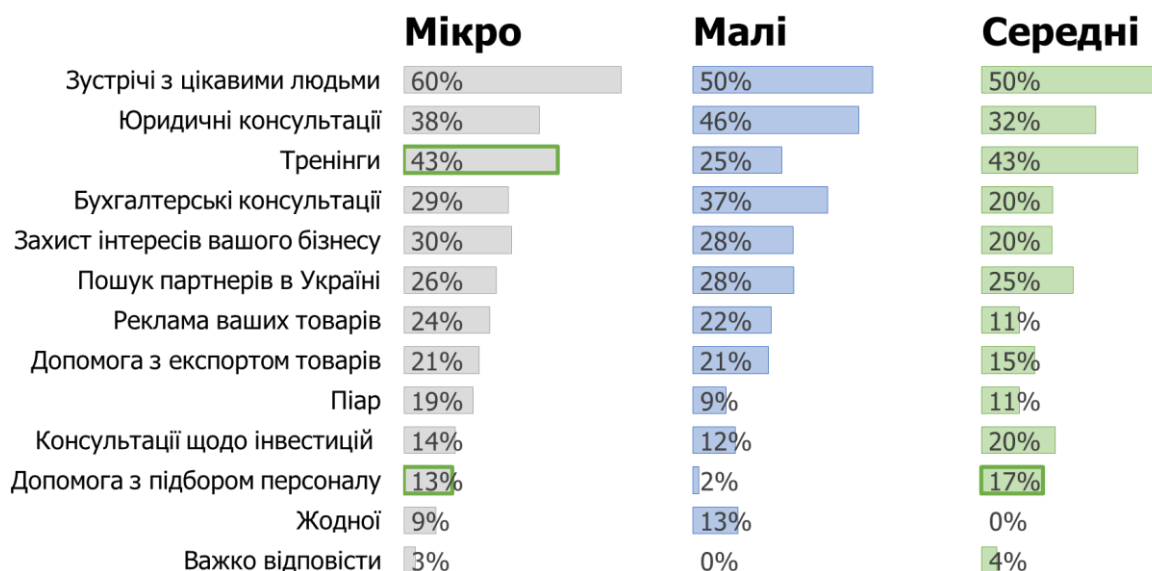
Основною користю, яку підприємці отримують від участі у бізнес-об'єднаннях, є нетворкінг (зустрічі з цікавими людьми, спілкування в професійному середовищі) – цей чинник обрали половина керівників малих та середніх підприємств і 60% керівників мікробізнесу. Друге місце поділили юридичні консультації та тренінги.

Рисунок 28. Оцінка користі участі у бізнес-об'єднаннях.

(питання для респондентів, які є учасниками бізнес-об'єднань, див. Частка підприємств, які є учасниками бізнес-об'єднань, зростає із збільшенням розміру бізнесу: якщо серед мікропідприємств учасниками бізнес-об'єднань є лише 13% респондентів, то для малого бізнесу ця частка подвоюється (24%), а для середнього – потроюється (38%).

Рисунок 27)

Питання А20. Яку користь для бізнесу ви отримуєте від членства в таких об'єднаннях?



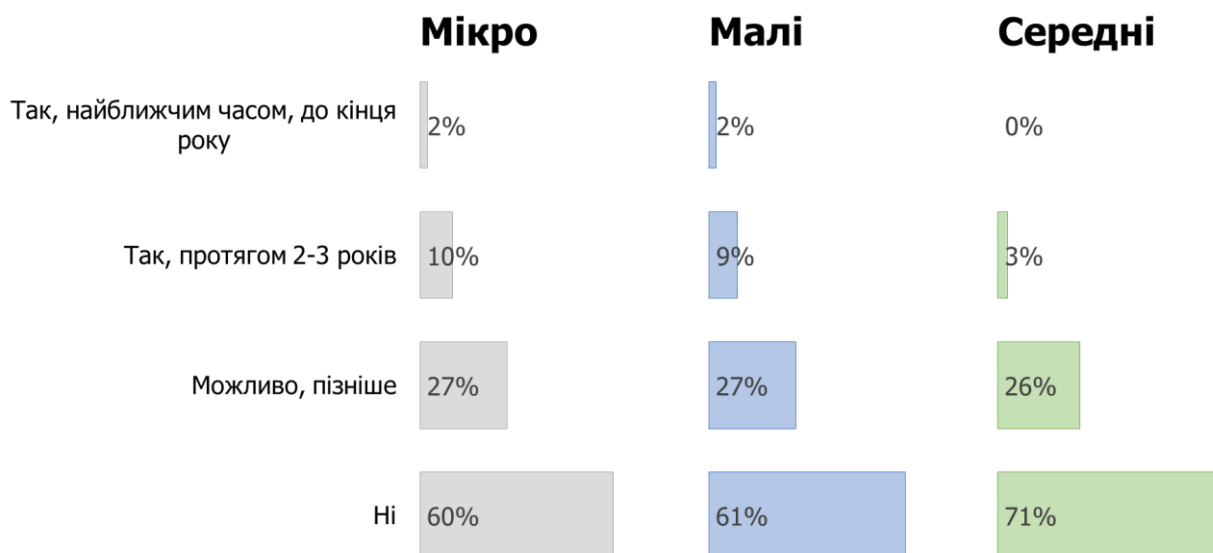
Утім, частка підприємців, які не розглядають для себе перспективу отримання членства у бізнес-асоціаціях та об'єднаннях підприємств, залишається великою – від 60 до 70% залежно від розміру бізнесу, причому представники середнього бізнесу більш категоричні у своєму небажанні приєднатися до об'єднання підприємств – жоден респондент не розглядає перспективу долучитися до такої організації протягом року, і лише 3% можливо будуть розглядати це питання протягом 2-3 років. У малому і мікробізнесі перспективу долучитися протягом 2-3 років до бізнес-об'єднання розглядає кожен десятий респондент.

Рисунок 29. Плани щодо участі у бізнес-об'єднаннях.

(питання для респондентів, які не є учасниками бізнес-об'єднань, див. Частка підприємств, які є учасниками бізнес-об'єднань, зростає із збільшенням розміру бізнесу: якщо серед мікропідприємств учасниками бізнес-об'єднань є лише 13% респондентів, то для малого бізнесу ця частка подвоюється (24%), а для середнього – потроюється (38%).

Рисунок 27)

Питання А21. Чи ви розглядаєте для себе перспективу отримання членства у бізнес-асоціаціях та об'єднаннях підприємств?



Експерти оцінюють роль бізнес-об'єднань однозначно позитивно. І якщо бізнесмени першочерговим завданням таких об'єднань бачать захист власних інтересів, то інші категорії експертів бачать у бізнес-асоціаціях потенціал для ширшої аналітичної роботи, ніж захист інтересів окремих членів.

Ну, бізнес-об'єднання, однозначно, що це є позитивним явищем, тому що це свого роду колективний розум. Таким чином легше об'єднувати свої ресурси і добиватися поставлених цілей (ГІН№15 Бізнес)

Якщо говорити про ефективність бізнес-асоціації як результативність і ефективність їх участі в рамках процесу вироблення, формування державної політики в сфері підприємства або в інших сферах, то я би сказав, що вони є умовно ефективними. Тому що є позитивні випадки, але, мені не здається, що вони є драйверами порядку денного – це в реформах сфері підприємництва. Вони, скоріш, концентруються на проблемах, які є зрозумілими близькому колу учасників, клубів по інтересам в рамках цих бізнес-асоціацій. І є поодинокі випадки, коли в рамках бізнес-асоціацій з'являються невеличкі аналітичні підрозділи, які намагаються працювати більш системно, ніж на точкових ініціативах, які надходять від компаній-членів асоціацій. (ГІН№12 НУО)

А у більш далекій перспективі, на думку експертів, бізнес-асоціації можуть формувати політику держави не лише у сфері підприємництва, а й у сфері науки і освіти.

Можу сказати так, що це дуже важливо, і мені здається взагалі – це тренд сучасності, це повернення до якогось середньовіччя, коли були гільдії, і саме ці ремісницькі чи торгівельні гільдії, саме вони були фундаментом, на якому вирішувались навіть загальнодержавні питання, все, що добре цим гільдіям, – добре для держави, тому що вони є основною рушійною силою в економіці, у всіх інших аспектах... Плюс до того, мені здається, куди далі будуть рухатися і куди мають рухатися ці асоціації, – це до освітніх програм, тобто у науку, мені здається, що ці асоціації або замінять, або створять конкуренцію системі освіти просто тому, що компетенції системи освіти не вистачає, і не тільки через те, що вона слабка, а

просто вона не поспіває за змінами в освіті, ринку і так далі. Тому вони створюють всякі школи, вони створюють всякі програми для фахівців, для дилетантів, неважливо для кого, тому, мені здається, це буде дуже важливий їх рух в цей бік освіти, щось таке, так. (ГІН⁰⁹ Журналісти)

Щодо оплати послуг, які надають бізнес-об'єднання, то на перше місце і серед поточних, і серед потенційних членів бізнес-асоціацій вийшли юридичні консультації і захист інтересів бізнесу. Бухгалтерські консультації і тренінги на другому місці. Решта послуг користуються меншим попитом. Цікаво, що потенційні члени бізнес-об'єднань (готові долучитися протягом кількох років) більш оптимістично оцінюють власну готовність платити за послуги таких об'єднань, ніж респонденти, які уже користуються такими послугами.

Рисунок 30. Готовність оплачувати послуги, які надають бізнес-об'єднання.

(питання для респондентів, які є учасниками бізнес-об'єднань, див. Частка підприємств, які є учасниками бізнес-об'єднань, зростає із збільшенням розміру бізнесу: якщо серед мікропідприємств учасниками бізнес-об'єднань є лише 13% респондентів, то для малого бізнесу ця частка подвоюється (24%), а для середнього – потроюється (38%).

Рисунок 27, або готові долучитися протягом кількох років, див. Рисунок 29)

Питання A24. За які послуги бізнес-асоціацій Ви сплачуєте або готові платити?

