

# **ЗВІТ**

## **про дослідження мікро-, малого і середнього підприємництва**



**Підготовлено для Представництва Центру міжнародного приватного підприємництва в Україні (CIPE)**

**Підготовлено ТОВ «ІНФО САПІЄНС ІНТЕРНЕТІОНЛ»**

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

Web-site: [www.sapiens.com.ua](http://www.sapiens.com.ua)

Facebook: [www.facebook.com/InfoSapiensLLC](https://www.facebook.com/InfoSapiensLLC)

Дата: 30 вересня 2022



## ЗМІСТ

I. Резюме дослідження .....	5
II. Методологія та портрет респондента.....	7
Методологія дослідження .....	7
Портрет респондента.....	9
III. Результати дослідження.....	13
Оцінка розвитку бізнесу і втрат від війни .....	13
Потреби і перешкоди розвитку бізнесу.....	17
Напрямки підтримки бізнесу .....	20
Подолання корупції .....	22
Ефективність роботи інституцій .....	25
Згуртованість.....	26

## Список рисунків

Рисунок 1. Посада респондента.....	9
Рисунок 2. Галузь роботи підприємства .....	10
Рисунок 3. Зовнішньоекономічна діяльність (до 24 лютого 2022 року) .....	10
Рисунок 4. Зовнішньоекономічна діяльність (після 24 лютого 2022 року) .....	11
Рисунок 5. Стать керівника підприємства .....	11
Рисунок 6. Стать респондента .....	12
Рисунок 7. Як Ви оцінюєте розвиток вашого підприємства/ організації до початку війни?.....	13
Рисунок 8. Як Ви оцінюєте розвиток вашого підприємства/ організації на даний момент?.....	13
Рисунок 9. Наскільки воєнні дії в країні обмежили діяльність вашого бізнесу? .....	14
Рисунок 10. Які складнощі має наразі Ваша компанія? .....	15
Рисунок 11. Як би ви оцінили свої втрати від війни? .....	16
Рисунок 12. До яких заходів ви вдавалися, щоб зберегти стійкість бізнесу після 24 лютого? .....	15
Рисунок 13. Чи є у вас (вашого бізнесу) потреба у пошуку...? .....	17
Рисунок 14. На вашу думку, які реформи в Україні найбільш потрібні для розвитку вашого бізнесу зараз .....	17
Рисунок 15. На Вашу думку, які найбільші перешкоди для ведення бізнесу існують в Україні зараз?.....	18
Рисунок 16. Які з наведених пріоритетів розвитку бізнесу в Україні найбільше відповідають потребам вашого бізнесу на сьогодні?.....	19
Рисунок 17. Як заходи, яких уряд України вжив на підтримку бізнесу, вплинули на ваш бізнес?.....	20
Рисунок 18. Чи потрібний вам доступ до кредитних та фінансових ресурсів для розвитку вашого бізнесу? .....	21
Рисунок 19. Яка допомога від міжнародних донорів була б доцільна для вашого бізнесу сьогодні? .....	21
Рисунок 20. Як Ви оцінюєте рівень корупції в роботі наступних інституцій в Україні?.....	22
Рисунок 21. Які заходи, спрямовані на подолання корупції, Ви вважаєте найбільш ефективними для впровадження державою?.....	23
Рисунок 22. Чи запроваджуєте ви на вашому підприємстві офіційні антикорупційні практики? .....	23
Рисунок 23. Яка підтримка була б актуальна для впровадження таких антикорупційних практик?.....	24

Рисунок 24. Як Ви оцінюєте ефективність роботи наступних інституцій в Україні? .....	25
Рисунок 25. Хто має контролювати розподіл донорських коштів на відновлення і реконструкцію України? .....	25
Рисунок 26. Чи ваш бізнес вживав спеціальних заходів для допомоги суспільству коли розпочалася війна? .....	26
Рисунок 27. Чи розглядаєте ви можливість об'єднати зусилля з іншою компанією (одною або кількома) для підвищення стійкості бізнесу, розширення діяльності, інших проєктів? .....	27
Рисунок 27. Чи є Ваше підприємство членом хоча б одного бізнес-об'єднання, включаючи бізнес-асоціації, торгово-промислові палати, спілки підприємств тощо? .....	28
Рисунок 28. Чому ваше підприємство не членом бізнес-об'єднань? .....	28
Рисунок 30. Якої підтримки від бізнес-асоціацій, громадських організацій Ваш бізнес наразі потребує найбільше? .....	29

## I. Резюме дослідження

- Станом на початок лютого 2022 року (до початку широкомасштабного вторгнення) переважна більшість бізнесу (від 83% в сегменті мікро-бізнесу до 99% в сегменті середнього бізнесу) оцінювали своє становище як стабільне або з трендом до зростання, при чому у стані зростання перебували приблизно половина цих підприємств. Початок широкомасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року вніс жахливі корективи у стан українського бізнесу. Так, станом на вересень 2022 року 61% ФОП і 74% юридичних осіб заявили про те, що вони перебувають у стані падіння активності. Серед юридичних осіб найбільше постраждав мікро-бізнес – про спад заявили 77% респондентів.

- Частка підприємств, які були повністю обмежені у своїй діяльності через воєнні дії, складає 16% для ФОП і 18% для юридичних осіб в цілому. Відмітимо, що ФОП продемонстрували більшу стійкість, ніж юридичні особи: більша частина з них (54%) обмежили діяльність лише частково, а 14% - взагалі не обмежували (для порівняння – серед юридичних осіб не обмежували діяльність лише 6%).

- Загалом про значні втрати від війни заявляє майже кожен другий ФОП і майже 2 з 3 керівників підприємств – юридичних осіб. І знову сегмент ФОП демонструє більшу стійкість: 17% респондентів кажуть, що втрат нема, цей показник удвічі вищий, ніж серед юридичних осіб (8%).

- Для підвищення стійкості малий бізнес найчастіше вдавався до скорочення зарплатного фонду і переведення працівників на режим віддаленої роботи; а ФОП частіше пропонували своїм клієнтам зниження цін. Середній бізнес частіше наймав нових працівників.

- Така поведінка середніх підприємств є цілком зрозумілою, адже втрата кваліфікованого персоналу – одна з трьох найбільших проблем, з якими стикається цей сегмент бізнесу. Дві інші найбільші проблеми (для всіх) – це порушення ланцюгів поставок і необхідність фінансової підтримки.

- Таким чином, основна потреба бізнесу полягає у пошуку нових ринків (що актуально на фоні скорочення платоспроможного попиту), а друге місце у рейтингу потреб поділили пошук інвестора та пошук нових логістичних рішень (як вирішення тих проблем, які постали після початку широкомасштабного вторгнення).

- Щодо перешкод розвитку бізнесу, то якщо відкинути війну (яка є основною перешкодою для більшості опитаних), то на перші місця «рейтингу перешкод» виходять податкова система, корупція і уже згадана низька купівельна спроможність, особливо актуальна для мікро-бізнесу. Відповідно, і серед відповідей на питання щодо найбільш актуальних реформ, перше місце впевнено посіла податкова реформа.

- Таким чином, серед пріоритетів розвитку бізнесу, які найбільше відповідають потребам конкретних підприємств, переважна частина ФОП проголосувала за збереження спрощеної системи оподаткування (86%). А серед інших напрямків розвитку бізнесу найбільшу кількість «голосів» набрали оновлення податкового законодавства (ФОП 60%, юр.особи 78%), реформа перевіряючих та контролюючих органів (ФОП 59%, юр.особи 73%)

та неприпустимість вимагання держорганами інформації, яка вже міститься у держреєстрах (ФОП 58%, юр.особи 69%).

- Серед заходів, які уряд України вжив на підтримку бізнесу, за рівнем підтримки особливо виділяються два: це позбавлення обов'язкового ЄСВ для ФОП 1 і 2 групи та скасування обов'язку платити зарплату мобілізованим працівникам (особливо актуально для середнього бізнесу). Серед заходів, які виявилися дієвими для усіх сегментів бізнесу, можна виділити запровадження єдиного податку із ставкою 2% з обороту та осучаснення трудового законодавства, запровадження вільного трудового договору.

- Щодо доступу до фінансів, то більшість респондентів ствердно відповідають на пряме запитання. Нагадаємо також, що відсутність фінансової підтримки є однією з найбільших складнощів, а пошук інвестора – однією із найбільших потреб бізнесу. Таким чином, не дивно, що серед напрямків допомоги від міжнародних донорів, першість серед юридичних осіб впевнено посідає надання фінансової (грантової) підтримки. Друге місце поділили три напрямки: допомога з виходом на міжнародні ринки, допомога з доступом до кредитів та можливість закордонного стажування (останнє – більше актуально для ФОП)

- Корупція увійшла у ТОП 3 «рейтингу» перешкод розвитку бізнесу. На думку респондентів, корупція більшою мірою зосереджена у таких інституціях як парламент, місцеві та центральні органи влади, судова система. Середні підприємства також схильні вважати корумпованою державну податкову службу. Серед інституцій, де корупції майже нема, лідирують бізнес-асоціації.

- Серед інституцій, роботу який респонденти оцінюють як ефективну, найбільше виділяються Президент України та гуманітарні організації та ініціативи. Зауважимо, що оцінка роботи ефективності лише частково зворотно корелює із оцінкою рівня корупції. Так, наприклад, Президент України має найвищу оцінку ефективності, але посідає середні щаблі у рейтингу рівня корупції. А бізнес-асоціації, які, на думку респондентів, є найменш корумпованими, не сприймаються як дуже ефективні.

- Відповідно, коли йдеться про участь у бізнес-об'єднаннях, більшість респондентів заявляють, що вони не є членами жодного об'єднання (80% негативних відповідей у сегменті мікро-бізнесу, 77% і 62% серед малого і середнього бізнесу відповідно). Серед причин, чому підприємства не прагнуть набути членства у бізнес-об'єднаннях, лідирує відповідь «немає потреби», до неї схиляється відносна більшість респондентів в усіх сегментах.

- Утім, з початку широкомасштабного вторгнення український бізнес активно включився у підтримку суспільства і армії, надаючи допомогу постраждалим від воєнних дій. При чому, чим більший розмір бізнесу, тим активніше він включився у допомогу: так, серед мікро-підприємств 26% не вживали спеціальних заходів, тоді як серед малого бізнесу таких 21%, а серед середнього – лише 7%. Також було зафіксовано тренд до поширення згуртованості серед бізнесу. Йдеться не про формальне членство в асоціаціях і бізнес-об'єднаннях, а про можливість об'єднати зусилля з іншою компанією (одною або кількома) для підвищення стійкості бізнесу, розширення діяльності, інших проєктів. Таким чином, бізнес тяжіє до згуртованості, але при цьому відкидає традиційні форми участі у таких бізнес-об'єднаннях.

## II. Методологія та портрет респондента

### Методологія дослідження

Об'єктом дослідження є фізичні особи-підприємці (ФОП), а також середні, малі та мікро-підприємства – юридичні особи.

В звіті використовуються наступні визначення:

- Суб'єктами мікро-підприємництва (надалі у звіті позначені як «мікро») є 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 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.

Метод збору інформації – кількісне опитування. Інструмент збору інформації – опитування методом комп'ютеризованих телефонних інтерв'ю (САТІ).

Обсяг вибірки: 401 (чотириста одне) інтерв'ю із мікро-, малими і середніми підприємствами (ММСП), з них 101 інтерв'ю із ФОП та 300 інтерв'ю із юридичними особами.

Такий обсяг вибірки дозволяє забезпечити граничну теоретичну похибку на рівні не більше 9,8% окремо для ФОП і не більше 5,7% для юридичних осіб (із довірчою ймовірністю 95% без урахування дизайн-ефекту).

Вибірка для юридичних осіб випадкова, **диспропорційна** за розміром підприємства (123 мікро-підприємств, 112 малих, 65 середніх підприємств)<sup>1</sup>.

В межах кластерів за розміром вибірка для юридичних осіб репрезентативна за основним видом економічної діяльності; вибірка для ФОП репрезентативна за регіоном і основним видом економічної діяльності. Для аналізу «Загалом» відповіді представників юридичних осіб

---

<sup>1</sup> Якщо не вказано інше, то на рисунках надалі кількість опитаних дорівнює вказаним значенням

були переважені у відповідності із структурою генеральної сукупності за розміром підприємств.

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

Опитування охопило всі сфери діяльності бізнесу.

*Таблиця 1. Розподіл респондентів за галузями*

Сільське господарство, лісове господарство та рибне господар	34
Добувна промисловість і розроблення кар'єрів	2
Переробна промисловість (харчова, меблева, хімічна тощо)	49
Постачання електроенергії, газу, пари та кондиційованого повітря	5
Водопостачання; каналізація, поводження з відходами	8
Будівництво	36
Оптова та роздрібна торгівля (в тому числі електронна торгівля)	106
Транспорт, логістика складське господарство, поштова та кур'єрська діяльність	41
Готельно-ресторанний бізнес	8
Інформація та телекомунікації	37
Фінансова та страхова діяльність	2
Операції з нерухомим майном	9
Професійна, наукова та технічна діяльність	27
Освіта	5
Охорона здоров'я, медичні послуги та надання соціальної допомоги	14
Розважальні, спортивні послуги та організація відпочинку	11
Інше	7

Опитуванням охоплено всі області України, за винятком тимчасово непідконтрольних та окупованих територій, де відсутній телефонний зв'язок. 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)	97
Захід (Волинська, Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області)	81
Південь (Запорізька, Миколаївська, Одеська, Херсонська області)	47
Схід (Донецька, Луганська, Харківська області)	43
Північ (Житомирська, Київська, Сумська, Чернігівська області)	80
м. Київ	53

Опитування проводилося у вересні 2022 року.

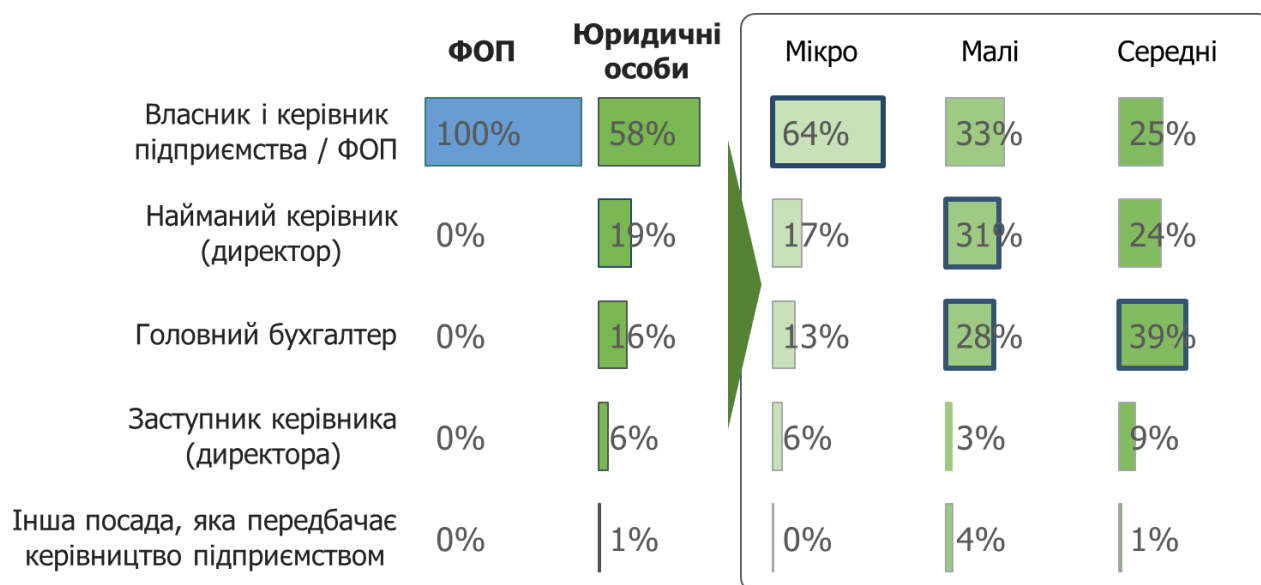


## Портрет респондента

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 мікро-підприємствах 64% респондентів є власниками і водночас керівниками бізнесу, на малих підприємствах таких 33%, а на середніх – лише 25%. Натомість на малих та середніх підприємствах вища частка найманих керівників та їх заступників, головних бухгалтерів (Рисунок 1).

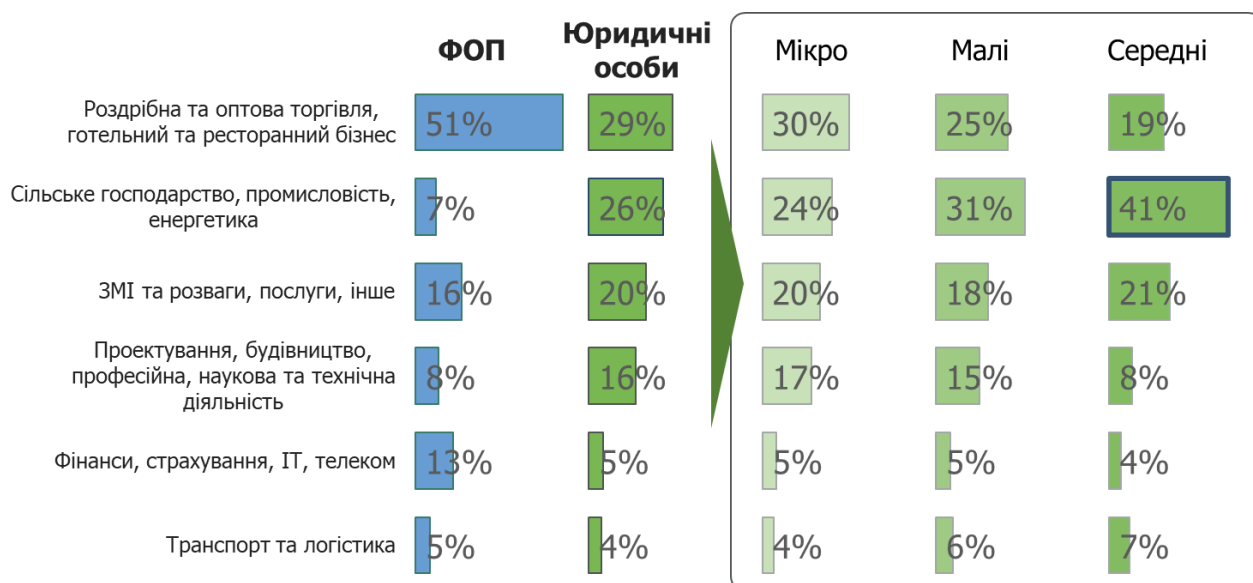
Рисунок 1. Посада респондента<sup>2</sup>



Більше половини ФОП зайняті у торгівлі, готельному або ресторанному бізнесі. Натомість Малі і середні підприємства більше зайняті у сільському господарстві, секторі промислового виробництва та енергетики (Рисунок 2).

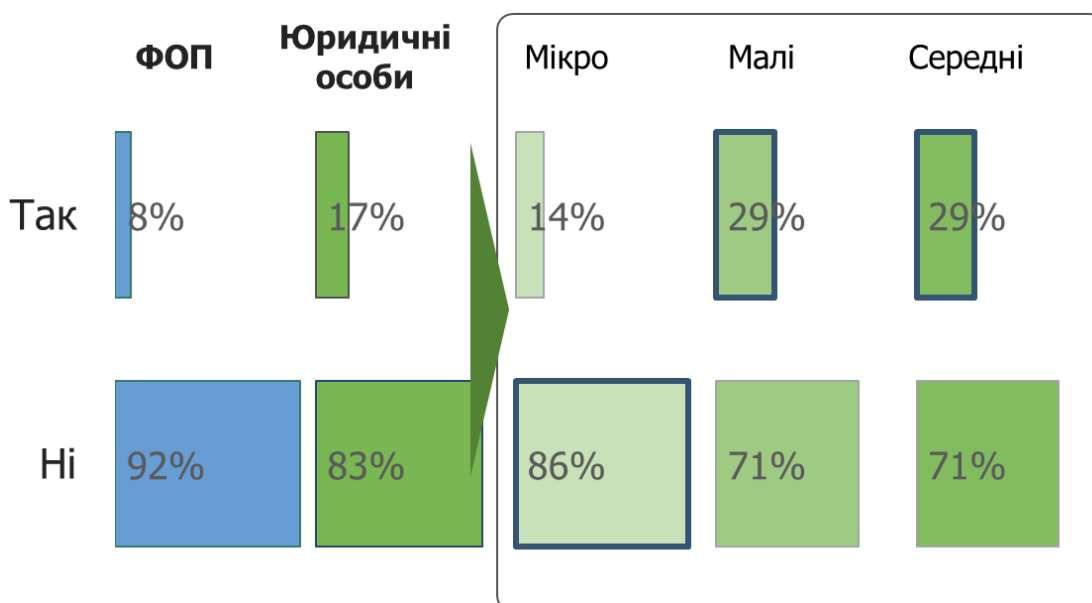
<sup>2</sup> Тут і далі наведено % респондентів кожної групи підприємств, які обрали відповідний варіант відповіді. Відмінності між групами на рівні 95% позначені зеленим контуром

Рисунок 2. Галузь роботи підприємства



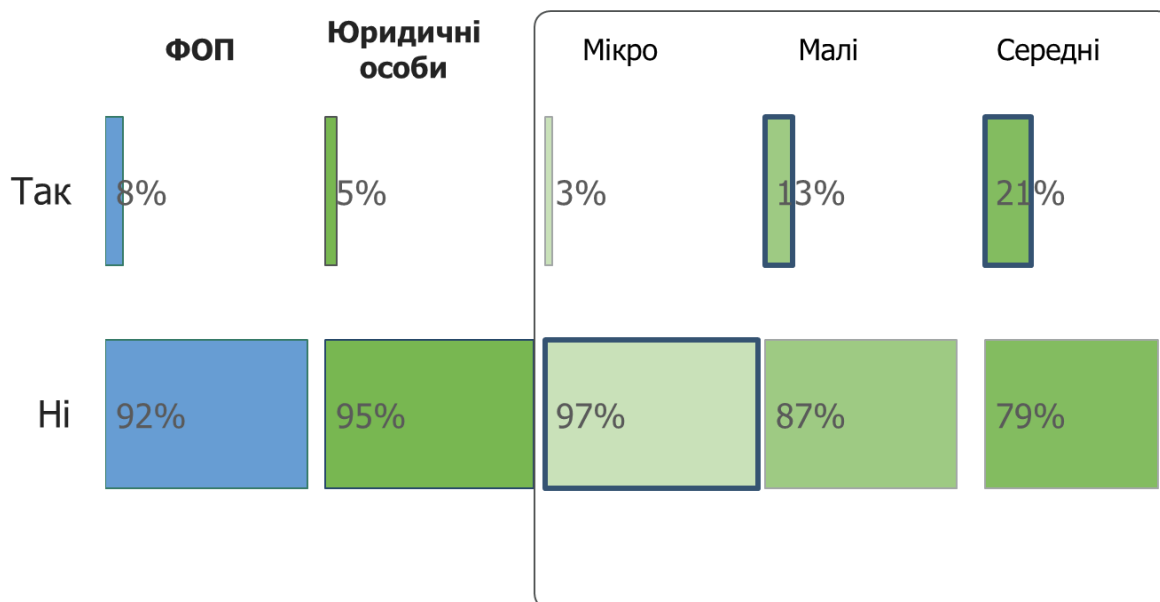
Серед ФОП та мікро-підприємств лише невелика частка займалася експортом (8% та 14% відповідно) до 24 лютого 2022 року. Серед малих і середніх підприємств експортом займалася майже кожен третій (29%) (Рисунок 3). Частка експорту у доходах для більшості підприємств-юридичних осіб становила до 10%.

Рисунок 3. Зовнішньоекономічна діяльність (до 24 лютого 2022 року)



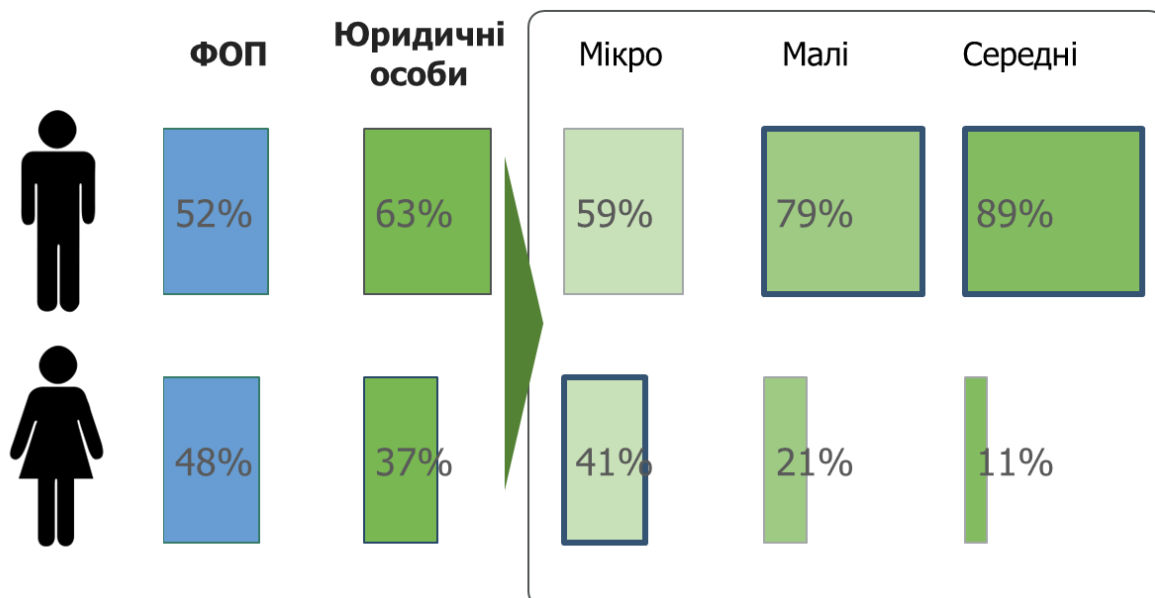
Після початку широкомасштабного вторгнення частка експортерів залишилася такою самою для ФОП і майже втричі скоротилася для юридичних осіб – головним чином за рахунок мікро- і малого бізнесу (Рисунок 4).

Рисунок 4. Зовнішньоекономічна діяльність (після 24 лютого 2022 року)



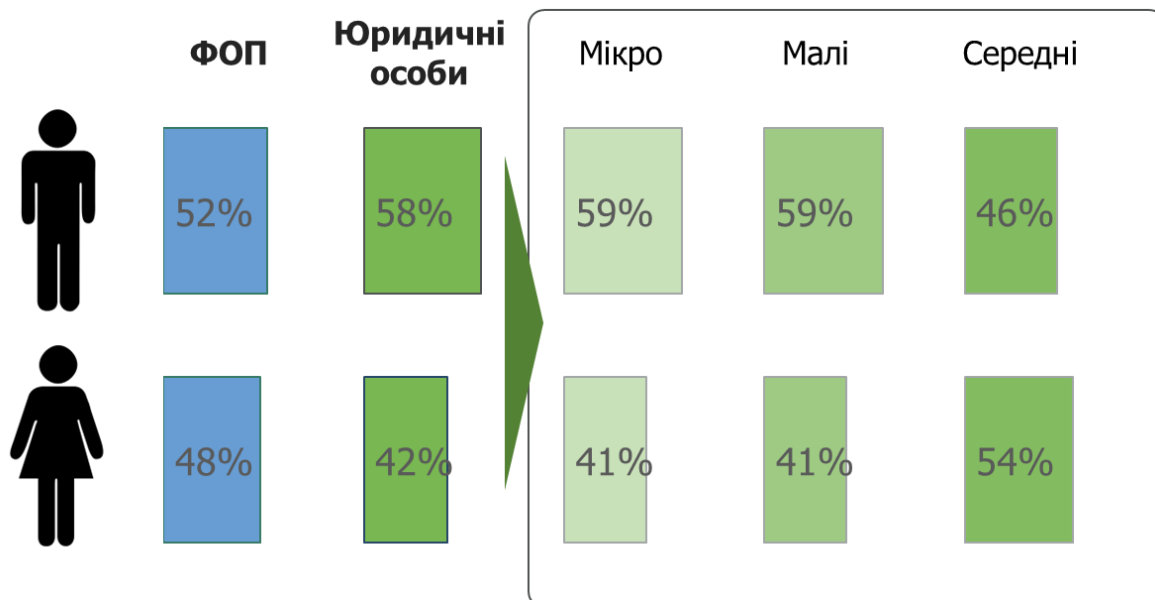
Серед керівників підприємств переважають чоловіки, у той час як для ФОП частка жінок і чоловіків майже однакова (Рисунок 5). Серед юридичних осіб найбільшою частка жінок є на мікро-підприємствах (41%). Середній бізнес у 89% випадках керується чоловіком.

Рисунок 5. Стать керівника підприємства



Щодо респондентів опитування, то частка жінок більша (за рахунок того, що на питання опитувальника відповідали також заступниці керівника (Рисунок 6). Цікаво, що саме на середніх підприємствах жінки-респондентки становлять більшість (54%).

Рисунок 6. Стать респондента



### III. Результати дослідження

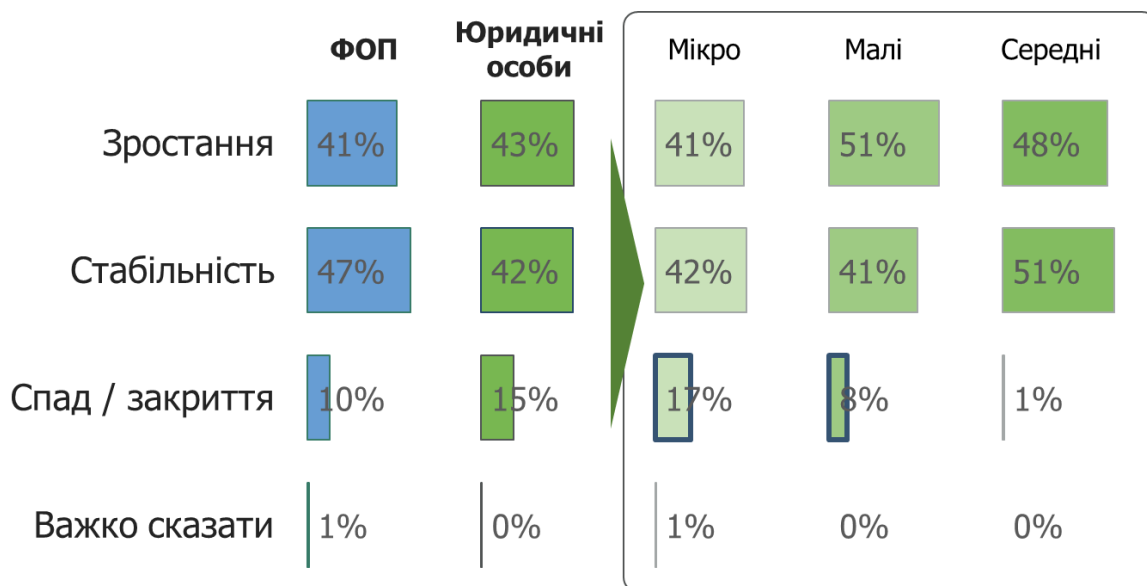
#### Оцінка розвитку бізнесу і втрат від війни

Станом на початок лютого 2022 року (до початку широкомасштабного вторгнення) переважна більшість бізнесу оцінювали своє становище як стабільне або з трендом до зростання (Рисунок 7).

Так, про стан, близький до спаду або закриття, заявили 10% ФОП та 15% юридичних осіб. Останні – головним чином через спад діяльності мікро-підприємств (17%).

Серед решти у стані зростання перебували приблизно половина підприємств, а у сегменті малого бізнесу частка тих, хто оцінив свій довоєнний стан як «зростання», перевищила частку тих, хто оцінював стан як «стабільність».

Рисунок 7. Як Ви оцінюєте розвиток вашого підприємства/ організації до початку війни?



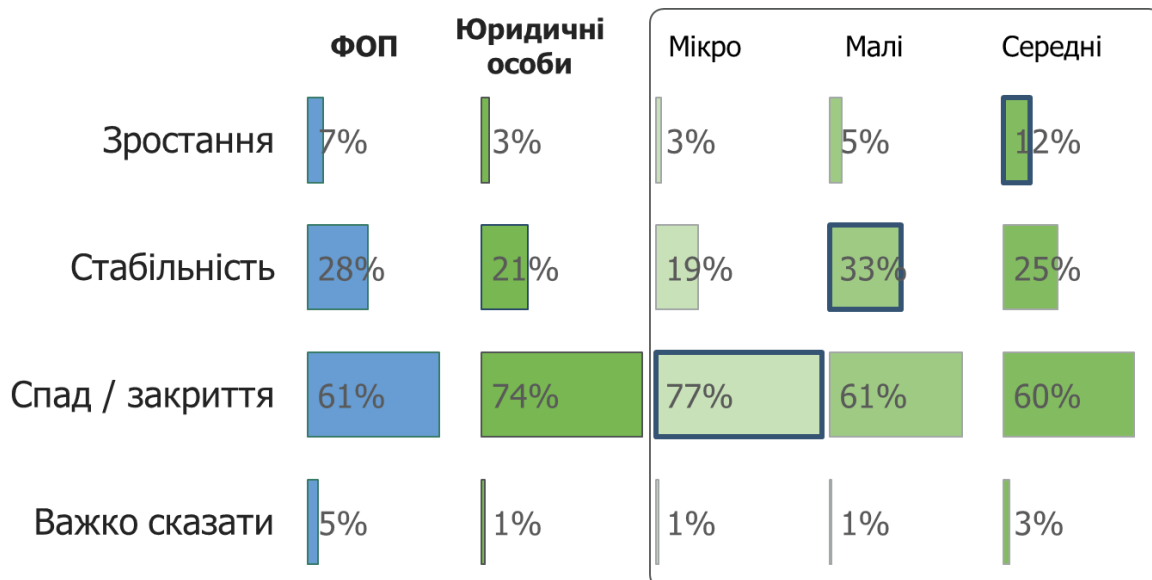
Початок широкомасштабного вторгнення 24 лютого 2022 року вніс жахливі корективи у стан українського бізнесу.

Так, станом на вересень 2022 року 61% ФОП і 74% юридичних осіб заявили про те, що вони перебувають у стані падіння активності або закриття (Рисунок 8).

Серед юридичних осіб найбільше постраждав мікро-бізнес – про спад заявили 77% респондентів. Серед малих і середніх підприємств «лише» близько 60% позначили свій стан як «спад/закриття». При цьому середній бізнес відносно більшою мірою перейшов у стан стабільності (33%), а середній бізнес частіше за інших каже про зростання (12%, у 4 рази більше, ніж по вибірці в цілому).

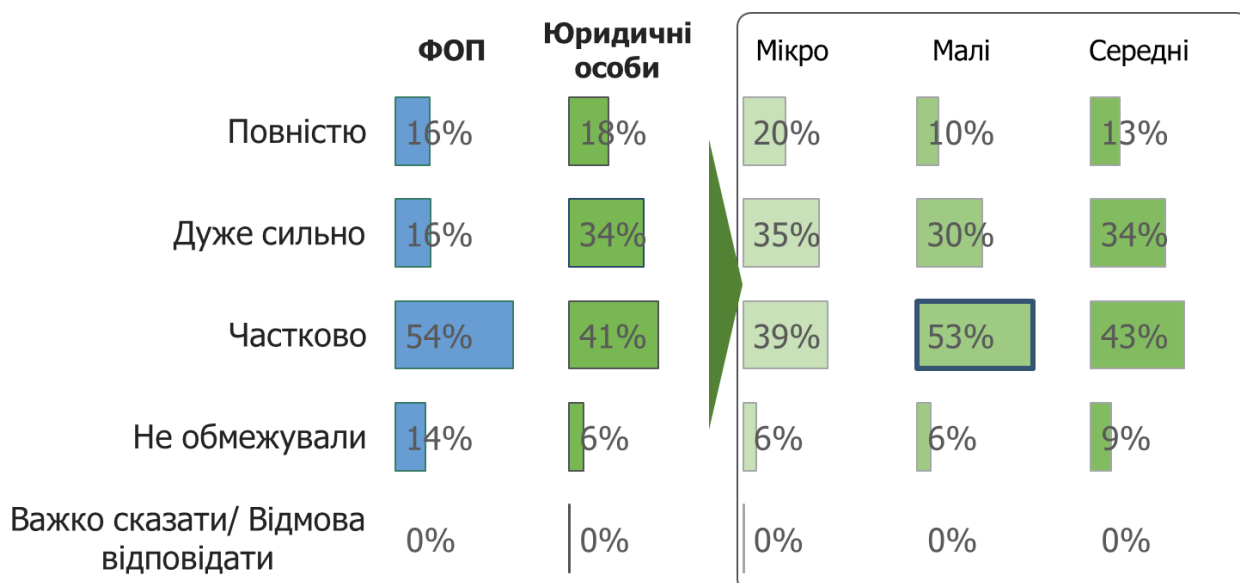
Цікаво, що сегмент ФОП виявився більш стійким, ніж мікро-бізнес: про зростання кажуть удвічі більше респондентів (7% серед ФОП проти 3% серед мікро-підприємств), а про стабільність – у півтора рази більше (28% серед ФОП проти 19% серед мікро-підприємств).

Рисунок 8. Як Ви оцінюєте розвиток вашого підприємства / організації на даний момент?



Утім, частка підприємств, які були повністю обмежені у своїй діяльності через воєнні дії, складає 16% для ФОП і 18% для юридичних осіб в цілому (Рисунок 9). Проте, не варто забувати, що підприємства, які повністю припинили діяльність, просто не потрапили у вибірку, тож цю оцінку можна вважати оптимістичною.

Рисунок 9. Наскільки воєнні дії в країні обмежили діяльність вашого бізнесу?



Знову відмітимо, що ФОП продемонстрували більшу стійкість, ніж юридичні особи: більша частина з них (54%) обмежили діяльність лише частково, а 14% - взагалі не обмежували (для порівняння – серед юридичних осіб не обмежували діяльність лише 6%).

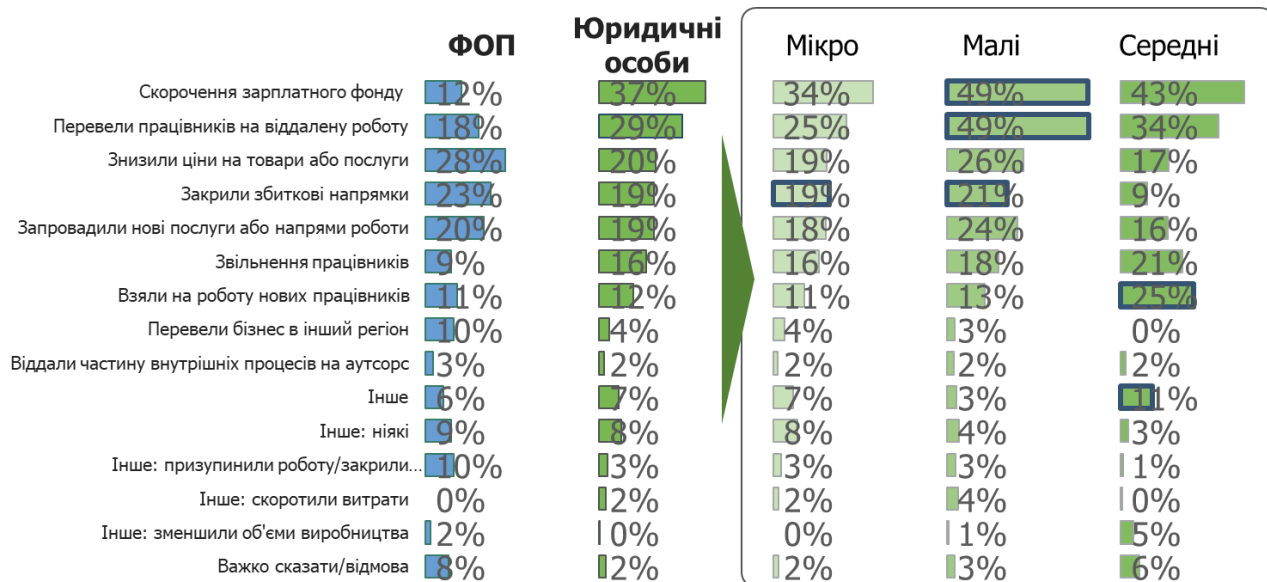
Серед дій, до яких вдавався бізнес для підвищення стійкості, найбільше виділяються наступні (Рисунок 10):

- Скорочення зарплатного фонду
- Перевели працівників на віддалену роботу
- Знизили ціни на товари або послуги
- Закрили збиткові напрямки
- Запровадили нові послуги або напрями роботи

При цьому до скорочення зарплатного фонду і переведення працівників на режим віддаленої роботи найчастіше вдавався малий бізнес (49%). Зниження цін своїм клієнтам частіше пропонували ФОП (28%). Середні підприємства рідше вдавалися до закриття збиткових напрямків (лише 9%, що щонайменше удвічі менше, ніж на дрібніших підприємствах і ФОП).

Зауважимо, що кожне четверте середнє підприємство взяло на роботу нових працівників, як захід для збереження стійкості бізнесу.

Рисунок 10. До яких заходів ви вдавалися, щоб зберегти стійкість бізнесу після 24 лютого?

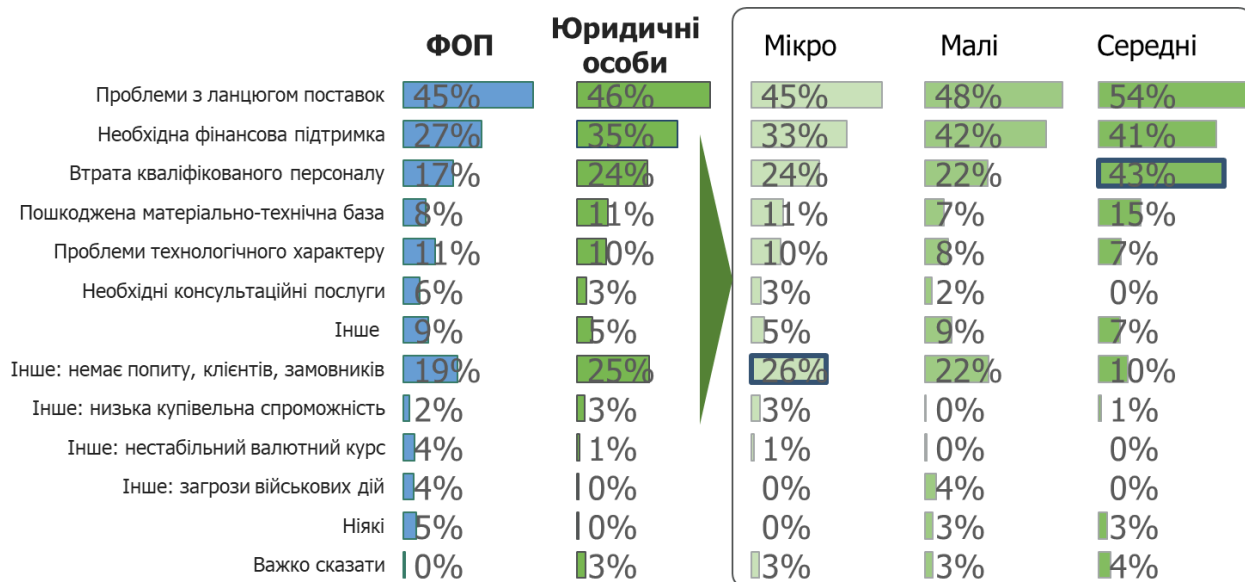


Така поведінка середніх підприємств є цілком зрозумілою, адже втрата кваліфікованого персоналу – одна з трьох найбільших проблем, з якими стикається цей сегмент бізнесу (Рисунок 11). Малі і мікро-підприємства потерпають від нестачі персоналу меншою мірою (22-24% для малого мікро-бізнесу проти 43% для середнього бізнесу).

Дві інші найбільші проблеми – це порушення ланцюгів поставок і необхідність фінансової підтримки (з ними стикаються як ФОП, так і бізнес усіх сегментів).

Також значною проблемою є скорочення попиту, відтік клієнтів, замовників — про це кажуть 19% ФОП і кожен четвертий керівник підприємства-юр.особи.

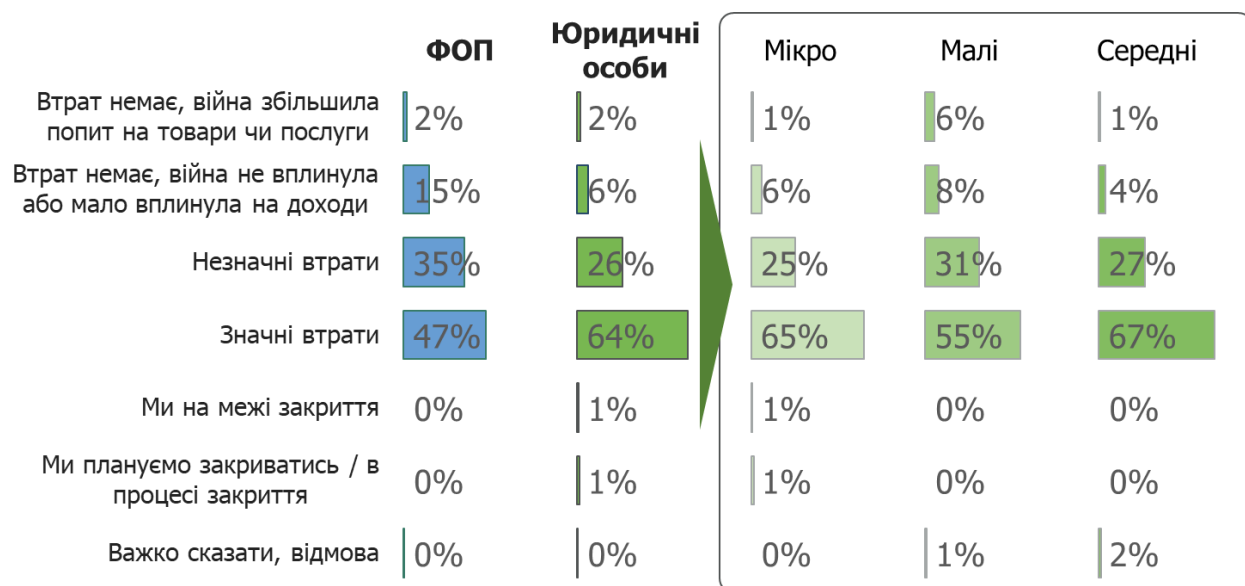
Рисунок 11. Які складнощі має наразі Ваша компанія?



Загалом про значні втрати від війни заявляє майже кожен другий ФОП і майже 2 з 3 керівників підприємств – юридичних осіб (Рисунок 12).

І знову сегмент ФОП демонструє більшу стійкість: 17% респондентів кажуть, що втрат нема. Цей показник удвічі вищий, ніж серед юридичних осіб (8%).

Рисунок 12. Як би ви оцінили свої втрати від війни?





## Потреби і перешкоди розвитку бізнесу

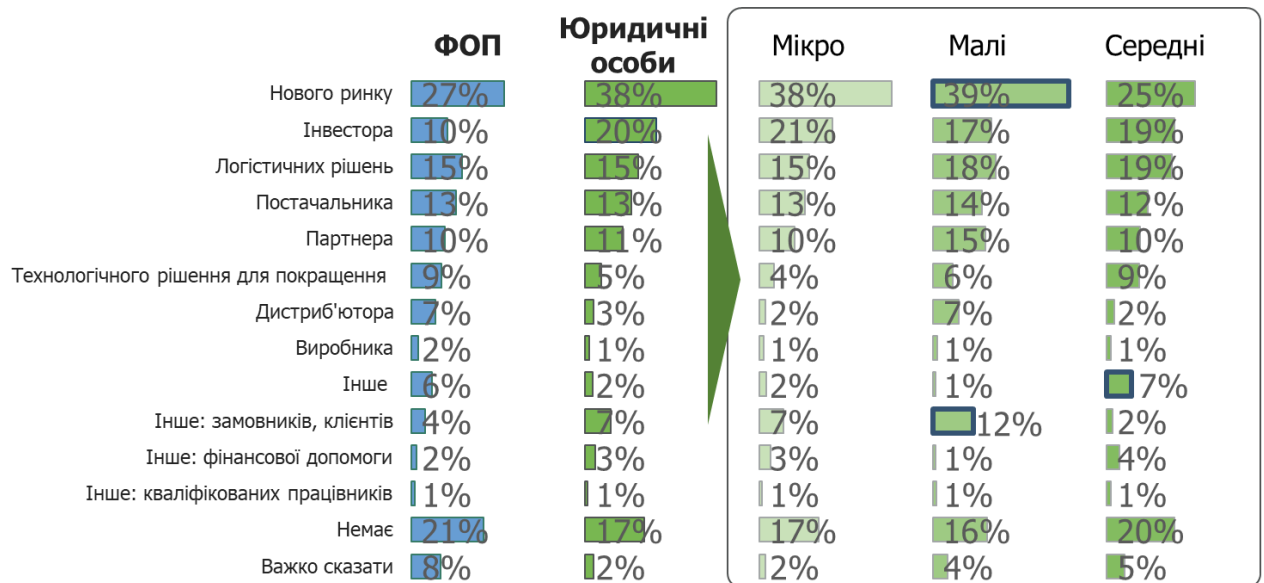
На фоні скорочення платоспроможного попиту, основна потреба бізнесу полягає у пошуку нових ринків. Особливо це актуально для малого і мікро-бізнесу (

Рисунок 13).

Друге місце поділили пошук інвестора (для покриття потреб у фінансовій підтримці, що є другою за частотою складністю, з якою стикається бізнес) та пошук нових логістичних рішень (адже переривання ланцюгів поставок є складністю №1). Також підприємці шукають партнерів і постачальників.

Кожен п'ятий ФОП та керівник середнього бізнесу кажуть що, не мають жодних потреб. Серед малих і мікро-підприємств це показник нижчий і становить 16-17%).

Рисунок 13. Чи є у вашого бізнесу потреба у пошуку...?

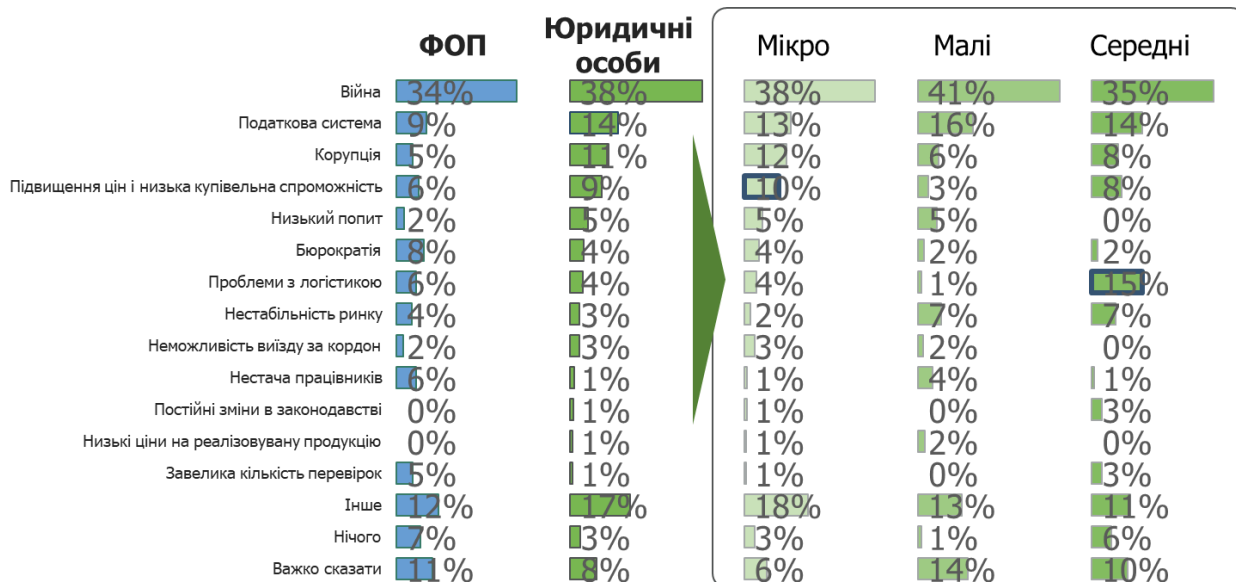


Щодо перешкод розвитку бізнесу, то якщо відкинути війну (яка є основною перешкодою для більшості опитаних), то на перші місця виходять податкова система, корупція і уже згадана низька купівельна спроможність, особливо актуальна для мікро-бізнесу (



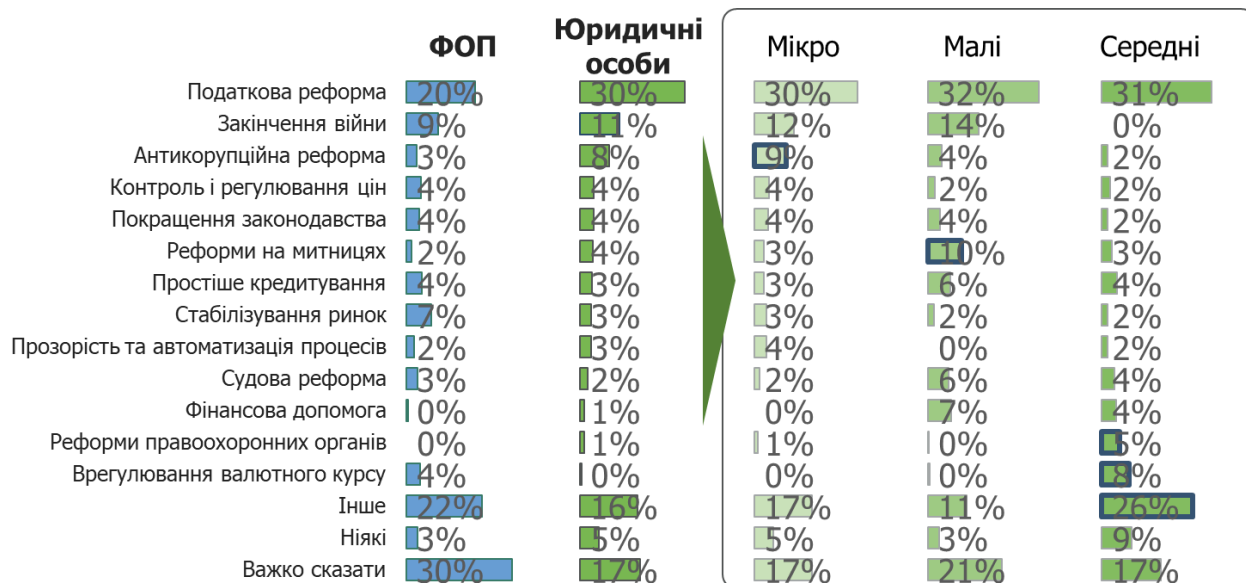
Рисунок 14).

Рисунок 14. На Вашу думку, які найбільші перешкоди для ведення бізнесу існують в Україні зараз?



Відповідно, і серед відповідей на питання щодо найбільш актуальних реформ, перше місце впевнено посіла податкова реформа (Рисунок 15). Її згадують 20% ФОП і 30% представників підприємств-юридичних осіб. Питання про реформи було відкритим, відповідно, значну частку відповідей при аналізі довелося віднести у «інше». Тож, серед «інших» реформ респонденти називали реформи конкретних галузей (медичної, сільськогосподарської, будівної і т.д.), зміну людей на керівних посадах, співставність зі стандартами ЄС тощо.

Рисунок 15. На вашу думку, які реформи в Україні найбільш потрібні для розвитку вашого бізнесу зараз

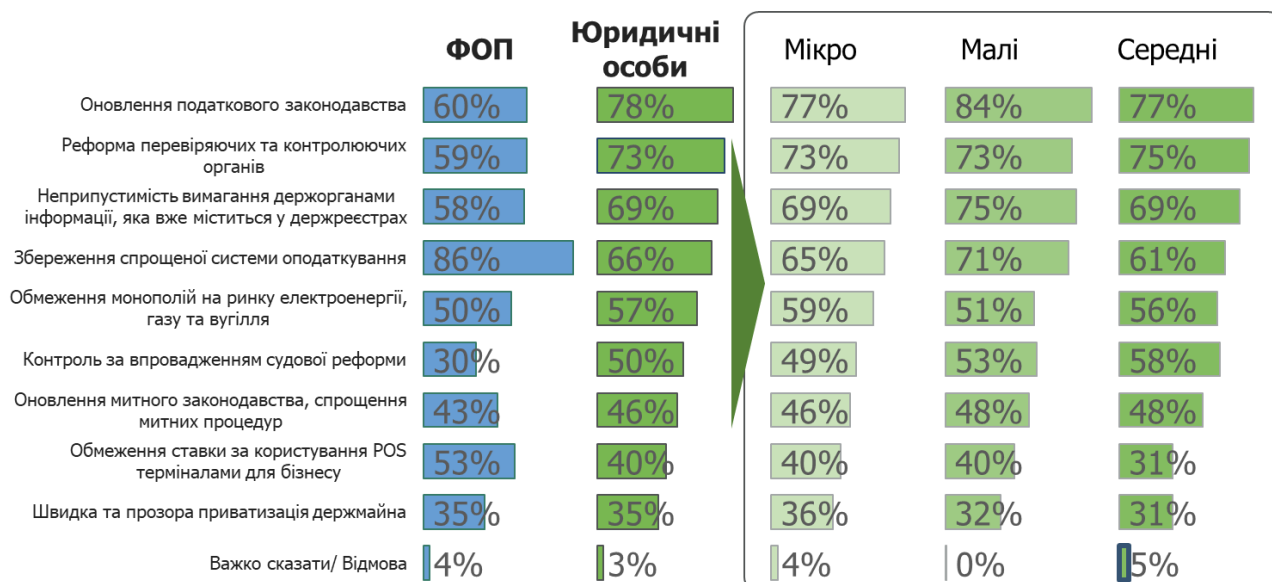


Серед пріоритетів розвитку бізнесу, які найбільше відповідають потребам конкретних підприємств (Рисунок 16), переважна частина ФОП проголосувала за збереження спрощеної системи оподаткування (86%).

Серед інших напрямків найбільшу кількість «голосів» набрали

- Оновлення податкового законодавства (ФОП 60%, юр.особи 78%)
- Реформа перевіряючих та контролюючих органів (ФОП 59%, юр.особи 73%)
- Неприпустимість вимагання держорганами інформації, яка вже міститься у держреєстрах (ФОП 58%, юр.особи 69%)

Рисунок 16. Які з наведених пріоритетів розвитку бізнесу в Україні найбільше відповідають потребам вашого бізнесу на сьогодні?



Загалом зауважимо, що більшість напрямків є дуже актуальною, і за кожен «проголосували» більше половини респондентів у кожному сегменті. Тож легше виділити аутсайдерів, тобто ті напрямки, які бізнес підтримує найменше). Це в першу чергу приватизація держмайна (підтримує приблизно кожен третій респондент) та обмеження ставки за користування POS-терміналами для бізнесу (підтримує 53% ФОП, 40% мікро- і малого бізнесу і 31% середнього бізнесу).

Для ФОП також менш актуальним є контроль за впровадженням судової реформи (підтримує приблизно кожен третій).

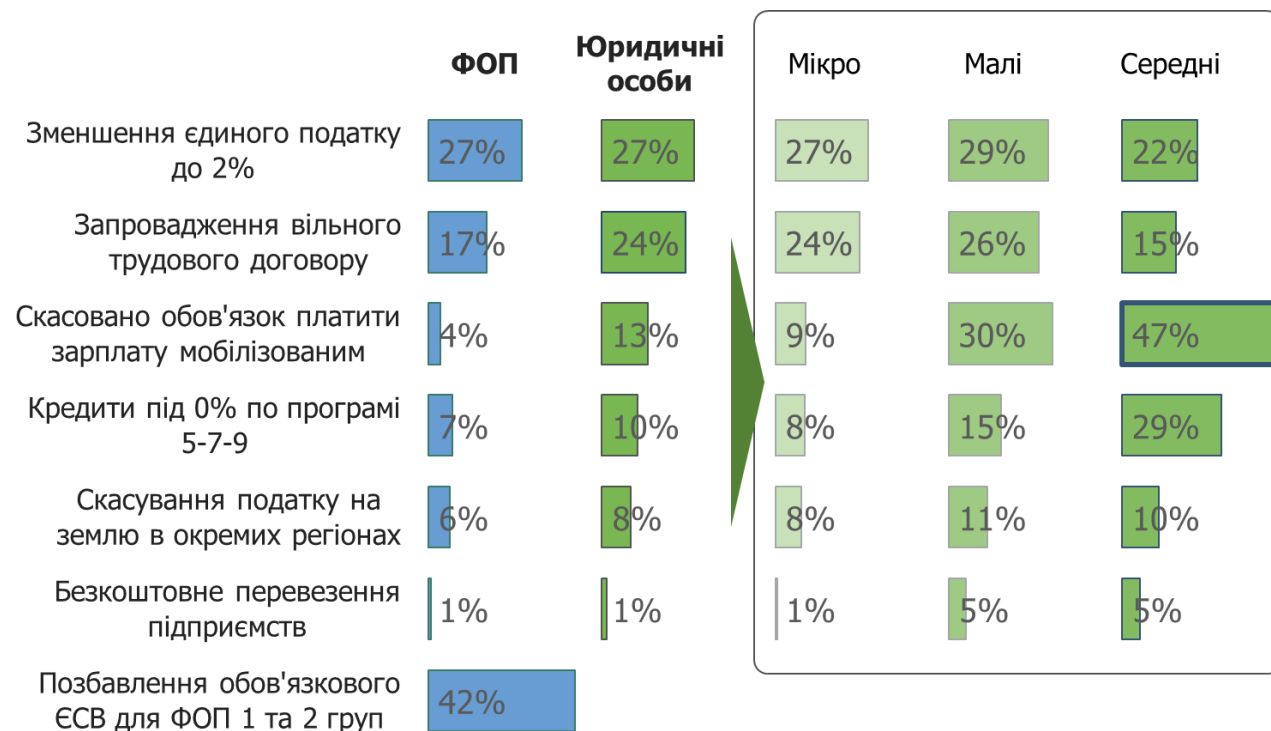
## Напрямки підтримки бізнесу

Серед заходів, які уряд України вжив на підтримку бізнесу, за рівнем підтримки особливо виділяються два: це позбавлення обов'язкового ЄСВ для ФОП 1 і 2 групи (про те, що вони відчули підтримку, заявили 42% ФОП) та скасування обов'язку платити зарплату мобілізованим працівникам (про підтримку заявили 47% представників середнього бізнесу) (Рисунок 17).

Серед заходів, які виявилися дієвими для усіх сегментів бізнесу, можна виділити запровадження єдиного податку із ставкою 2% з обороту (дієвість підтримки відзначили 27% респондентів) та осучаснення трудового законодавства, запровадження вільного трудового договору (відзначили особливо малі і мікро-підприємства, кожен четвертий).

*Рисунок 17. Як заходи, яких уряд України вжив на підтримку бізнесу, вплинули на ваш бізнес?*

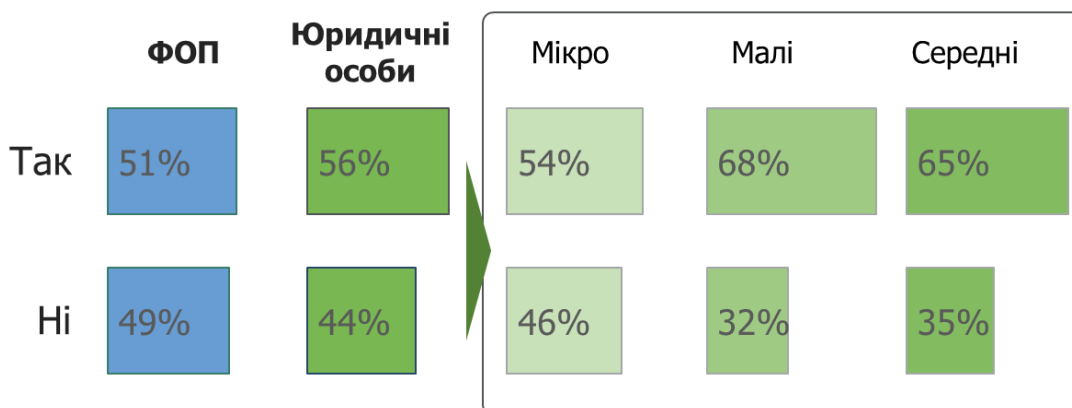
(сума відповідей «деяка» та «значна підтримка»)



Щодо доступу до фінансів, то більшість респондентів ствердно відповідають на пряме запитання (Рисунок 18). Нагадаємо також, що відсутність фінансової підтримки є однією з найбільших складнощів, а пошук інвестора – однією із найбільших потреб бізнесу. Звертає на

себе увагу той факт, що чим більший розмір бізнесу, тим більш ймовірно, що він потребує доступу до кредитних та фінансових ресурсів.

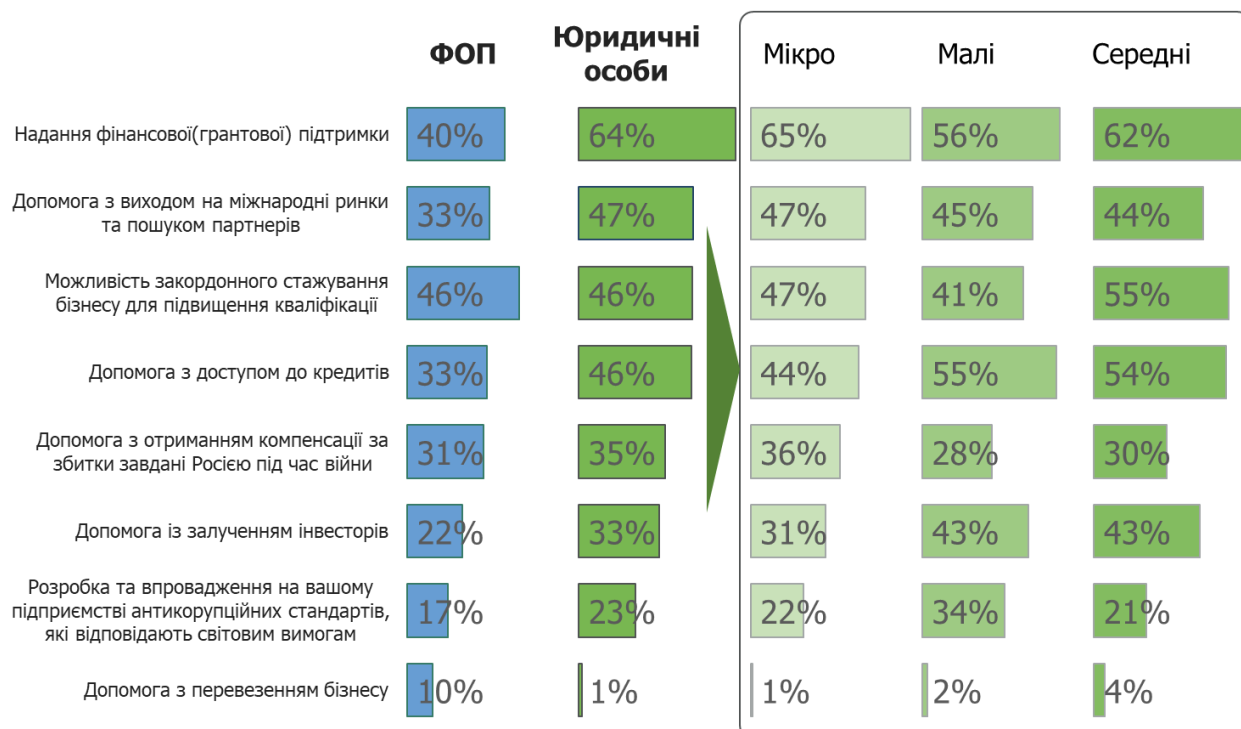
Рисунок 18. Чи потрібний вам доступ до кредитних та фінансових ресурсів для розвитку вашого бізнесу?



Таким чином, не дивно, що серед напрямків допомоги від міжнародних донорів, першість серед юридичних осіб впевнено посідає надання фінансової (грантової) підтримки, 64% респондентів кажуть, що така підтримка «важлива» або «дуже важлива» (Рисунок 19). Друге місце поділили три напрямки: допомога з виходом на міжнародні ринки, допомога з доступом до кредитів та можливість закордонного стажування (останнє – більше актуально для ФОП)

Рисунок 19. Яка допомога від міжнародних донорів була б доцільна для вашого бізнесу сьогодні?

(сума відповідей «важлива» та «дуже важлива»)

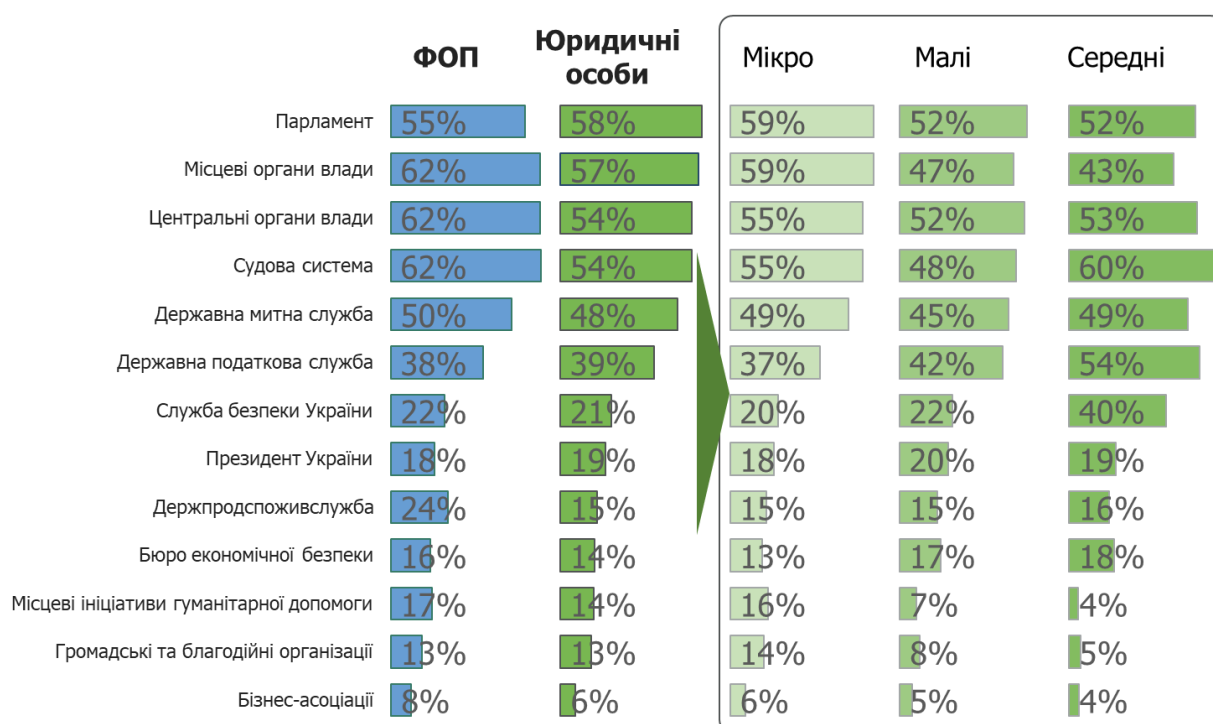


## Подолання корупції

Як ми пам'ятаємо, корупцію було названо однією із найбільших перешкод розвитку бізнесу. На думку респондентів, корупція більшою мірою зосереджена у таких інституціях як парламент, місцеві та центральні органи влади, судова система — більше половини респондентів вважають, що рівень корупції тут високий або дуже високий (Рисунок 20). Середні підприємства також схильні вважати корумпованою державну податкову службу.

Серед інституцій, де корупції майже нема, лідирують бізнес-асоціації.

Рисунок 20. Як Ви оцінюєте рівень корупції в роботі наступних інституцій в Україні? (сума відповідей «високий» та «дуже високий»)



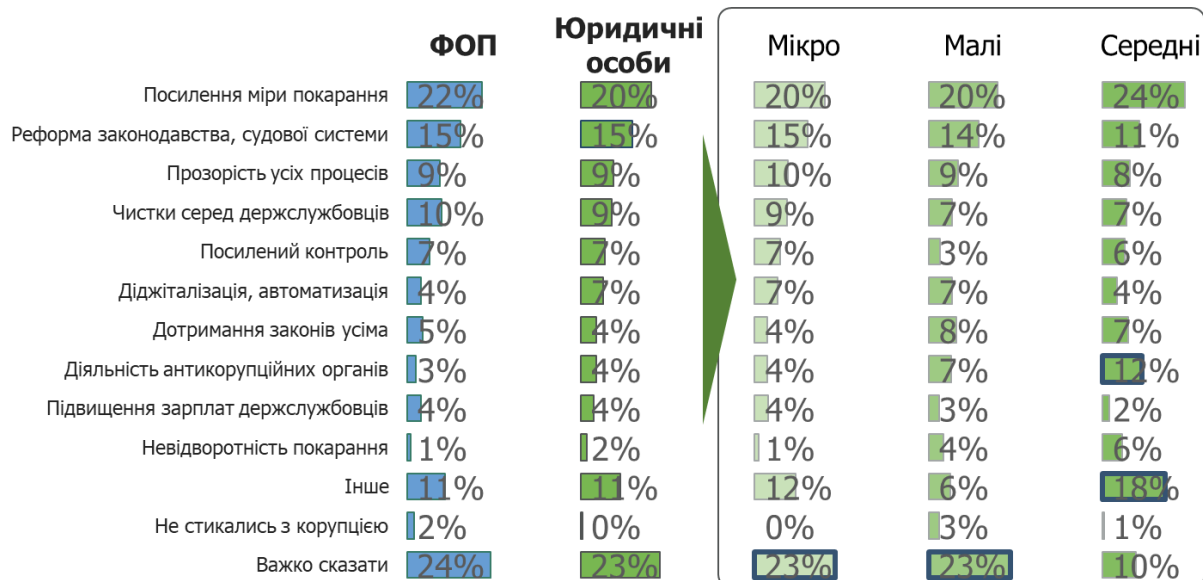
Щодо подолання корупції, більшість респондентів у відповідь на відкрите запитання (без варіантів відповідей) кажуть про необхідність посилення міри покарання (

Рисунок 21). Цей варіант є лідером серед усіх сегментів бізнесу.

На другому місці – реформа законодавства і судової системи.



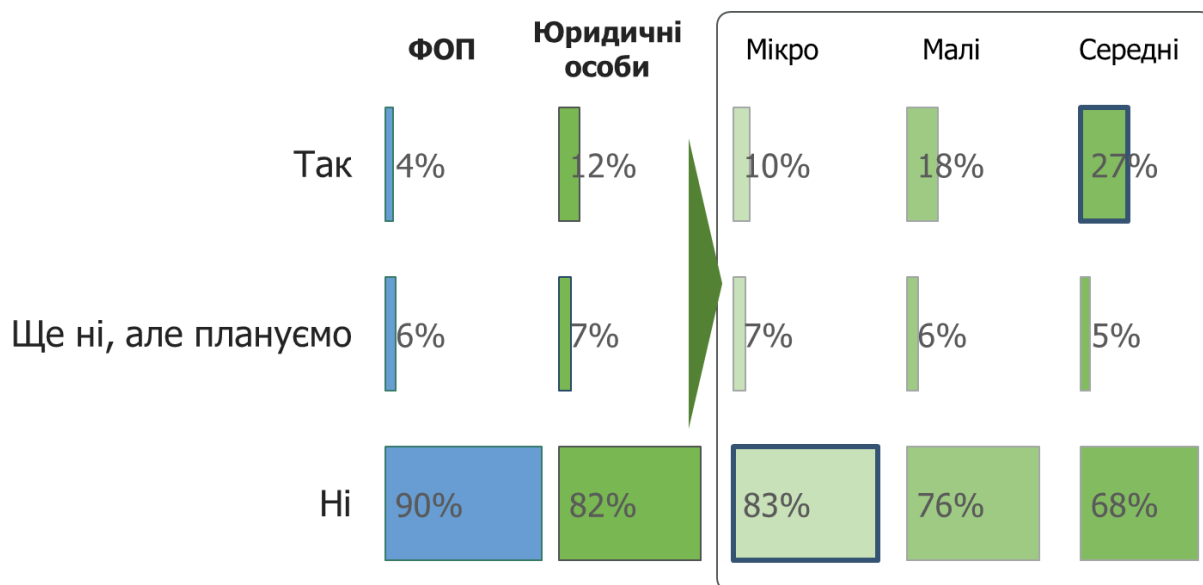
Рисунок 21. Які заходи, спрямовані на подолання корупції, Ви вважаєте найбільш ефективними для впровадження державою?



Утім, щодо запровадження антикорупційних практик безпосередньо на підприємствах, підприємства не дуже активно вдаються до подібних дій (Рисунок 22). Серед ФОП та мікро-бізнесу негативну відповідь дали 90% і 83% відповідно.

Малий і середній бізнес долучається до запровадження антикорупційних практик більш активно: 18% малих і 27% середніх підприємств уже запровадили такі практики.

Рисунок 22. Чи запроваджуєте ви на вашому підприємстві офіційні антикорупційні практики?



Тим підприємствам, які вже долучилися до впровадження антикорупційних практик, в першу чергу потрібна підтримка щодо захисту їхніх прав перед контролюючими органами, про це кажуть 2 респонденти із 3 (Рисунок 23).

Також більше половини респондентів сказали, що їм потрібно:

- Навчання (тренінги) щодо міжнародних стандартів з питань запобігання та протидії корупції при веденні бізнесу;
- Контакти з міжнародними партнерами та організаціями для співпраці з цього приводу;
- Надання консультативної підтримки;
- Доступ до інформації на відповідних ресурсах;

тобто відмітили майже увесь спектр допомоги, яка пропонується.

Менш актуально представлення інтересів перед органами влади та менторський супровід у впровадженні антикорупційних практик і відповідних посад.

*Рисунок 23. Яка підтримка була б актуальна для впровадження таких антикорупційних практик?<sup>3</sup>*



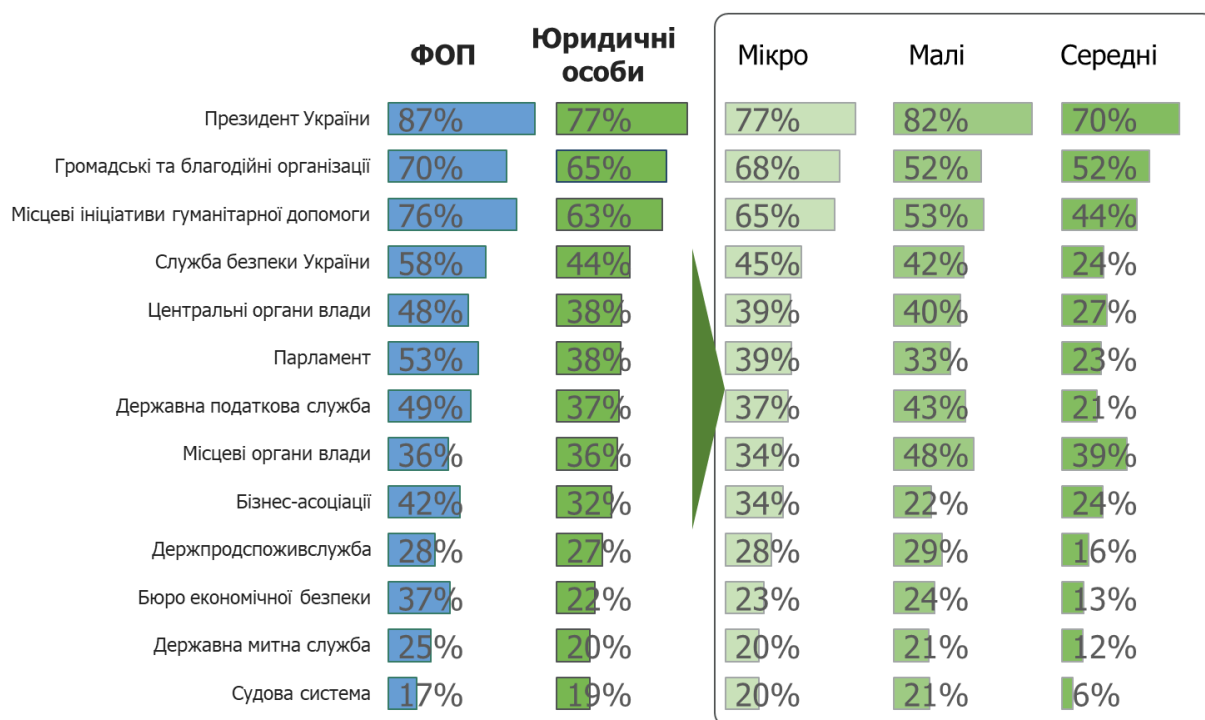
<sup>3</sup> Питання для респондентів, які планують чи вже запроваджують офіційні антикорупційні практики, n=68

## Ефективність роботи інституцій

Серед інституцій, роботу яких респонденти оцінюють як ефективну, найбільше виділяються Президент України та гуманітарні організації та ініціативи (Рисунок 24).

Зауважимо, що оцінка роботи ефективності лише частково зворотно корелює із оцінкою рівня корупції (Рисунок 20). Так, наприклад, Президент України має найвищу оцінку ефективності, але посідає середні щаблі у рейтингу рівня корупції. А бізнес-асоціації, які, на думку респондентів, є найменш корумпованими, не сприймаються як дуже ефективні.

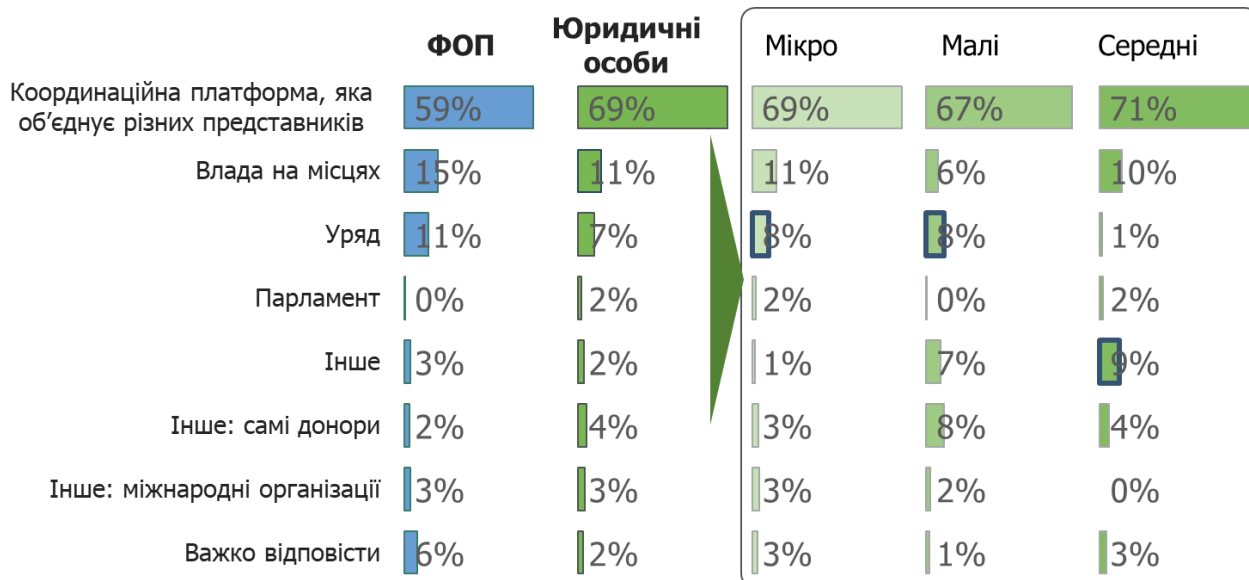
Рисунок 24. Як Ви оцінюєте ефективність роботи наступних інституцій в Україні? (сума відповідей «високий» та «дуже високий»)



Утім, незважаючи на високу оцінку ефективності роботи різних органів влади, на питання, хто має контролювати розподіл донорських коштів на відновлення і реконструкцію України, респонденти відповідають майже одногосно: має бути створено Координаційну платформу з реконструкції країни, куди б увійшли у рівних квотах представники уряду, бізнесу, громадських активістів та міжнародних донорів. За цей варіант «голосують» 59% ФОП та 69% керівників юридичних осіб (Рисунок 25).

На другому місці з величезним відривом — влада на місцях (15% і 11% серед ФОП і юридичних осіб відповідно). На третьому місці – центральний уряд (11% і 7% серед ФОП і юридичних осіб відповідно), але зауважимо, що середній бізнес взагалі не схильний довіряти уряду розподіл коштів для післявоєнної реконструкції країни.

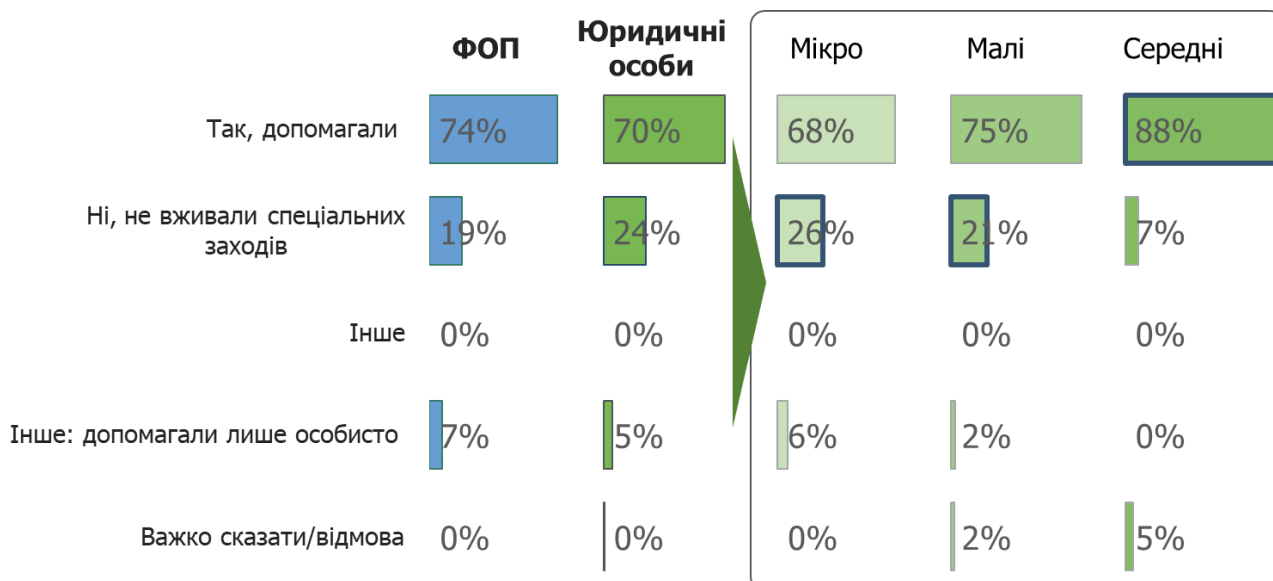
Рисунок 25. Хто має контролювати розподіл донорських коштів на відновлення і реконструкцію України?



## Згуртованість

З початку широкомасштабного вторгнення український бізнес активно включився у підтримку суспільства і армії, надаючи допомогу постраждалим від воєнних дій. При чому, чим більший розмір бізнесу, тим активніше він включився у допомогу (Рисунок 26): так, серед мікро-підприємств 26% не вживали спеціальних заходів, тоді як серед малого бізнесу таких 21%, а серед середнього – лише 7%.

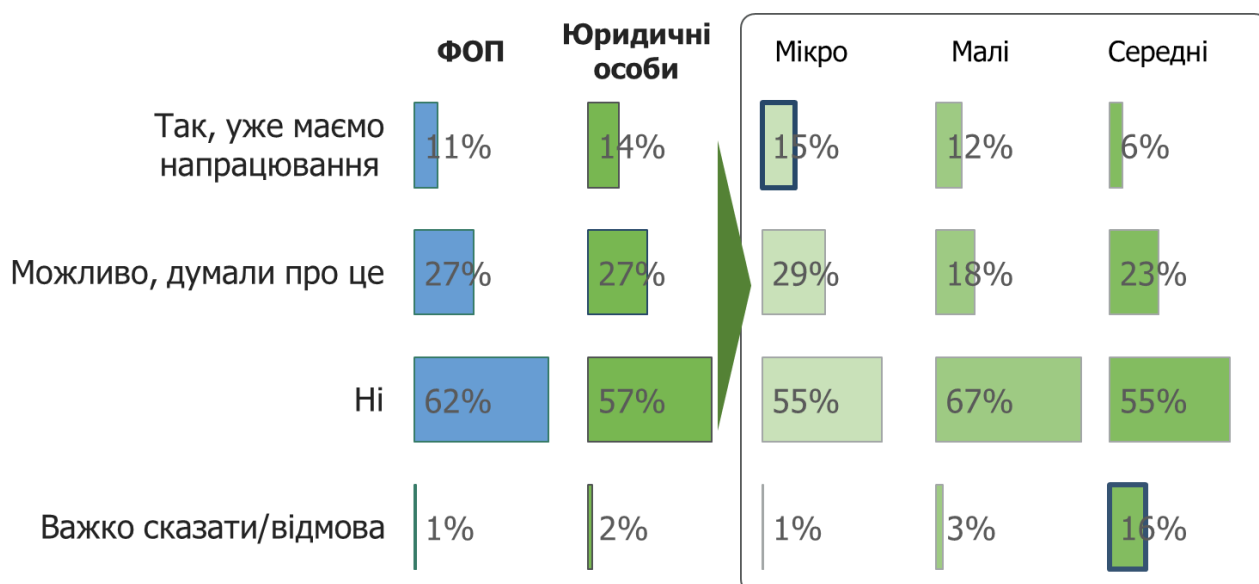
Рисунок 26. Чи ваш бізнес вживав спеціальних заходів для допомоги суспільству коли розпочалася війна?



Також було зафіксовано тренд до поширення згуртованості серед бізнесу. Йдеться не про формальне членство в асоціаціях і бізнес-об'єднаннях, а про можливість об'єднати зусилля з іншою компанією (одною або кількома) для підвищення стійкості бізнесу, розширення діяльності, інших проєктів.

Найбільш привабливою ця ідея видається мікро-бізнесу: 15% підприємств уже мають напрацювання, а 29% думають про це (Рисунок 27). Середній і малий бізнес менш гнучкий – лише близько 30% загалом пристали на цю ідею хоча б теоретично, а близько 70% відповідають негативно або відмовляються від відповіді.

Рисунок 27. Чи розглядаєте ви можливість об'єднати зусилля з іншою компанією (одною або кількома) для підвищення стійкості бізнесу, розширення діяльності, інших проєктів?

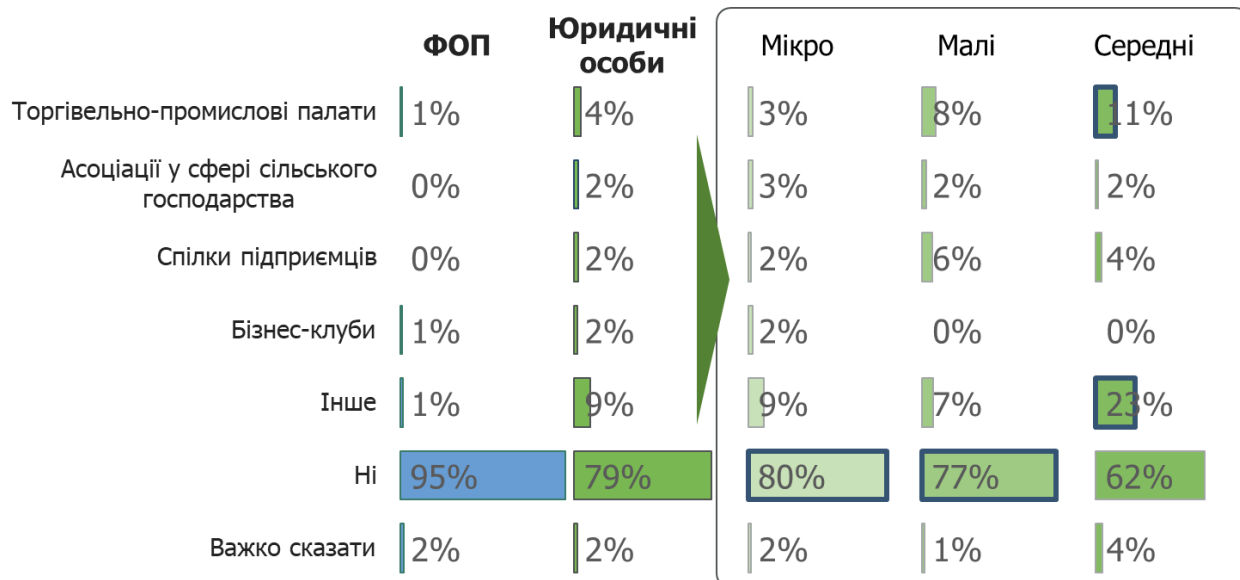


Утім, коли йдеться про участь у бізнес-об'єднаннях, мікро-бізнес, навпаки, виявляється менш активним: 80% кажуть, що не є членам жодного об'єднання, тоді як серед малого і середнього бізнесу цей показник становить 77% і 62% відповідно (

Рисунок 28).

Таким чином, можна стверджувати, що мікро-бізнес (найпоширеніший сегмент у структурі підприємництва в Україні) тяжіє до об'єднання з іншими компаніями, підприємствами, але при цьому відкидає традиційні форми участі у таких об'єднаннях.

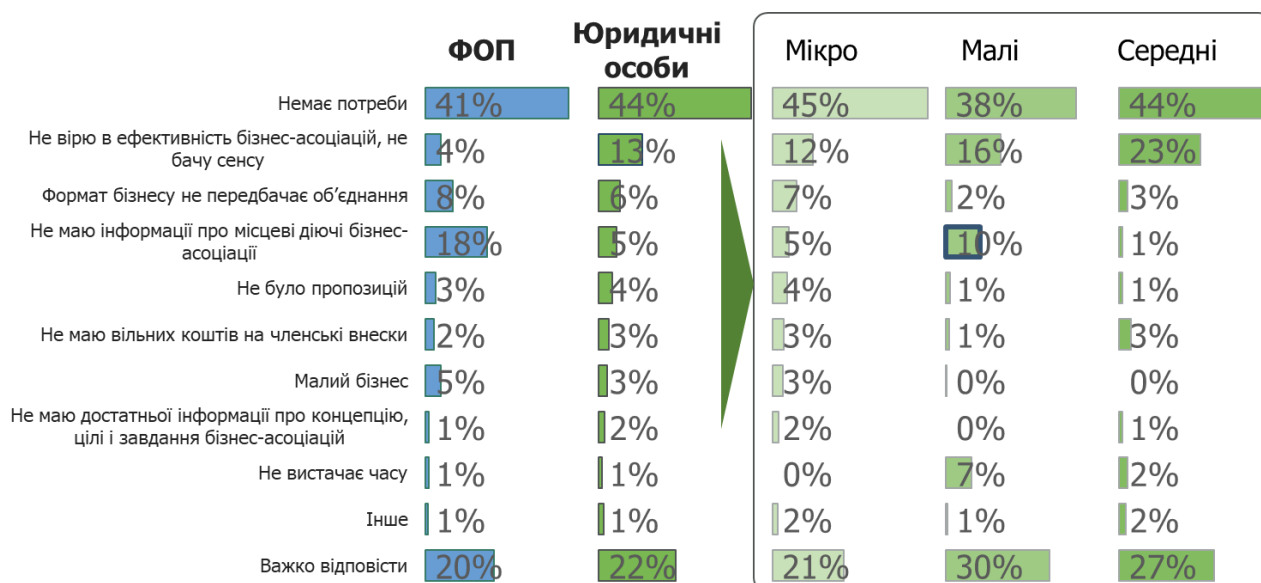
Рисунок 28. Чи є Ваше підприємство членом хоча б одного бізнес-об'єднання, включаючи бізнес-асоціації, торгово-промислові палати, спілки підприємств тощо?



Серед причин, чому підприємства не прагнуть набути членства у бізнес-об'єднаннях, лідирує відповідь «немає потреби» (Рисунок 29). До цього варіанту схиляється відносна більшість респондентів в усіх сегментах (від 38% до 44%).

Серед інших причин виділяються дві: зневіра у ефективність бізнес-асоціацій (23% для середнього бізнесу) і відсутність інформації про місцеві діючі бізнес-асоціації (18% для ФОП).

Рисунок 29. Чому ваше підприємство не членом бізнес-об'єднань?<sup>4</sup>



<sup>4</sup> питання для респондентів, які не є членом бізнес-асоціації, n=325

Це ставлення до бізнес-асоціацій впливає і на спектр відповідей на питання, яку підтримку вони можуть надати: переважна більшість респондентів або відмовляється відповідати, або каже, що не потребує підтримки (Рисунок 30). Серед тих, хто все-ж таки обрав змістовний варіант відповідей, відносна більшість схильється до консультацій (17% ФОП та 12% юридичні особи) та тренінгів (9% ФОП та 11% юридичні особи). 10% малих підприємств сподіваються на фінансову підтримку.

Рисунок 30. Якої підтримки від бізнес-асоціацій, громадських організацій Ваш бізнес наразі потребує найбільше?

