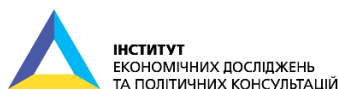


# Щомісячне опитування підприємств

Випуск 1. (5.2022)  
Український бізнес під час війни

Виконавець проекту:



Громадська організація «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»

Фінансова підтримка:



Проект реалізується за фінансової підтримки Європейського Союзу



Міжнародний фонд «Відродження»



Atlas Network

**Автори звіту:**

*Оксана Кузяків, виконавча директорка ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», керівниця проекту «Підтримка Громадської ініціативи «За чесну та прозору митницю»*

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

*Анастасія Гулік, молодша наукова співробітниця ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»*

*Ірина Федець, старша наукова співробітниця ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»*

*Публікацію підготовлено в рамках проекту «За чесну та прозору митницю», який фінансується Європейським Союзом та співфінансується МБФ «Відродження» та благодійним фондом ATLAS Network (США). Її зміст є виключною відповідальністю ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу, МФ «Відродження» чи ATLAS Network.*

ГО «ІНСТИТУТ ЕКОНОМІЧНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ ТА ПОЛІТИЧНИХ КОНСУЛЬТАЦІЙ»

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

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

[institute@ier.kyiv.ua](mailto:institute@ier.kyiv.ua)

[www.ier.com.ua](http://www.ier.com.ua)

[Facebook ІЕД](#)

[Facebook За чесну та прозору митницю](#)

[Телеграм-канал «Чесна митниця»](#)

## ПРО ПЕРШИЙ ВИПУСК

Шановні пані та панове, представляємо вашій увазі перший випуск щомісячного опитування керівників підприємств.

Потреба у вичерпній інформації про економічну ситуацію є важливою для економічної політики під час війни. Для швидкого збору інформації про поточний стан економіки на рівні підприємства, Інститут економічних досліджень та політичних консультацій буде проводити щомісячне опитування підприємств із застосуванням підходу кон'юнктурних досліджень (або Business Tendency Survey). Методологію розроблено для оцінки ситуації з «базового рівня» — суджень та очікувань основних економічних агентів — підприємців та керівників підприємств.

Щомісячне опитування складається з двох частин - регулярної та спеціальної.

Регулярно респонденти даватимуть відповіді на питання про зміну основних показників діяльності та короткострокові прогнози щодо майбутніх змін цих же показників. Мова йде про динаміку випуску (виробництво), реалізації (продажів), експорту, заборгованостей, нових замовлень, зайнятості тощо. Оцінки та очікування щодо змін ділового клімату та фінансово-економічної ситуації на підприємстві в перспективі на півроку також будуть у фокусі нашої уваги. У цій частині опитування використана методологія кон'юнктурних опитувань, гармонізована відповідно до вимог [Joint Harmonised EU Programme of Business and Consumer Surveys \(BCS\)](#). Там, де можливо, ми будемо порівнювати дані з даними щоквартального опитування підприємств «Ділова думка», які проводяться з 1998 року.

Спеціальна частина щомісячного опитування підприємств дає змогу отримати інформацію за конкретними темами. Зокрема, у першому випуску спеціальна частина присвячена впливу війни на діяльність підприємств та проблемам підприємств-експортерів. Чи продовжують експортувати українські підприємства, як змінилися їхні закордонні ринки збуту та з якими перешкодами для експорту вони зіштовхнулися через повномасштабну російську військову агресію.

Щомісячне опитування керівників підприємств відбувається в рамках зміни дії проекту «За чесну та прозору митницю», який фінансується Європейським Союзом та співфінансується МБФ «Відродження» та благодійним фондом ATLAS Network (США). Щомісячні тенденції буде презентовано в таких звітах як цей. Щоквартальні тенденції будуть оприлюднюватися й надалі у звітах «Ділова думка: промисловість», які випускаються ІЕД з липня 2002 року.

У цьому опитуванні буде використано панельну вибірку, тобто ми плануємо опитувати одні й ті ж суб'єкти підприємницької діяльності. Побудова такої вибірки вимагає часу. Наша ціль — отримувати щомісяця відповіді 500 підприємств. У перший місяць було опитано 327 підприємств. Серед них 266 промислових підприємства, які розташовані у 19-ти з 27-ми регіонів України, зокрема у Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Закарпатській, Запорізькій, Івано-Франківській, Київській, Кіровоградській, Львівській, Одеській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Хмельницькій, Черкаській, Чернівецькій і Чернігівській областях та в місті Києві.

Дані було зібрано за допомогою поєднання декількох методів збору даних: самостійне заповнення онлайн-форми та телефонного інтерв'ю представників бізнесу із внесенням відповідей до онлайн-форми інтерв'юерами.

Польовий етап опитування тривав з 28 квітня до 7 травня 2022 року. Підприємства порівнювали ситуацію за результатами квітня 2022 року з березнем 2022 року або (де це окремо було зазначено) з довоєнним часом (період до 24 лютого 2022 року). Опитувані давали прогнози на наступні 1 - 2 місяці роботи підприємств.

При формуванні панельної вибірки використано можливості аналітичної системи YouControl (<https://youcontrol.com.ua/>).

## Зміст

|                                                                            |    |
|----------------------------------------------------------------------------|----|
| Щомісячне опитування підприємств .....                                     | 4  |
| ОСНОВНЕ .....                                                              | 4  |
| ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ТА ОЧІКУВАННЯ В ПЕРСПЕКТИВІ НА ПІВРОКУ .....            | 6  |
| ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА СИТУАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ .....                        | 6  |
| ЗАГАЛЬНОЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ .....                                         | 6  |
| ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА КОРОТКОСТРОВІ ОЧІКУВАННЯ .....         | 8  |
| ВИРОБНИЦТВО .....                                                          | 8  |
| ПРОДАЖІ .....                                                              | 8  |
| ЕКСПОРТ .....                                                              | 9  |
| ЗАПАСИ СИРОВИНИ .....                                                      | 10 |
| ЗАПАСИ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ .....                                             | 11 |
| НОВІ ЗАМОВЛЕННЯ .....                                                      | 12 |
| ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ .....                                           | 12 |
| КРЕДИТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ .....                                          | 13 |
| КІЛЬКІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ .....                                                | 14 |
| ПРАЦІВНИКИ У ВИМУШЕНИХ ВІДПУСКАХ .....                                     | 15 |
| СПЕЦІАЛЬНА ЧАСТИНА ОПИТУВАННЯ .....                                        | 16 |
| ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА .....                                          | 16 |
| Вплив війни на обсяги виробництва .....                                    | 16 |
| Вплив війни на обсяги виручки .....                                        | 17 |
| Перевезення потужностей підприємств .....                                  | 17 |
| Проблеми бізнесу під час війни .....                                       | 18 |
| ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЕКСПОРТНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ .....                      | 20 |
| Проблеми при експорті після 24 лютого 2022 року .....                      | 20 |
| Вплив війни на кількість іноземних ринків .....                            | 21 |
| ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА .....                                                    | 22 |
| Оцінка державної політики з підтримки бізнесу .....                        | 22 |
| Очікувані кроки економічної або регуляторної політики з боку держави ..... | 23 |
| МЕТОДОЛОГІЯ ОПИТУВАННЯ .....                                               | 25 |
| ВИБІРКА .....                                                              | 25 |
| ДОДАТОК 1. Результати опитування у цифрах .....                            | 26 |

# Щомісячне опитування підприємств

## Український бізнес під час війни

### ОСНОВНЕ

Після погіршення всіх показників роботи та подекуди зупинки підприємств у березні та квітні 2022 року підприємства планують відновлення виробництва вже в найближчі 1 - 2 місяці. Очікування бізнесу щодо виробництва та зайнятості в короткостроковій перспективі безпрецедентно оптимістичні на фоні високого рівня невизначеності.

Зростання цін, брак палива та складнощі з перевезеннями сировини та матеріалів територією України є основними викликами для підприємств. Основною проблемою для експортерів є неможливість вивезти експортну продукцію через зміни традиційних шляхів експорту. Основними ризиками для відновлення економіки є невизначеність середовища та економічної політики.

### ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ДІЛОВОГО КЛІМАТУ ТА КОН'ЮНКТУРИ

- Індекс поточної фінансово-економічної ситуації становить -0,36. 47,4% опитаних оцінили поточну фінансово-економічну ситуацію на підприємстві як погану. Очікування на перспективу протягом шести місяців позитивні, хоча спостерігається високий рівень невизначеності.
- Індекс загальноекономічного середовища дуже низький (-0,54), що означає домінування негативних оцінок над позитивними. 60,7% респондентів оцінюють поточне ділове середовище як погане. Прогнози на майбутні шість місяців є більш оптимістичними. Індекс очікуваних змін ділового середовища становить 0,01.
- Зафіксовано високий рівень невизначеності. Більше половини опитаних не змогли дати прогнози на шість місяців. Високий рівень невизначеності для короткострокової перспективи. Особливо високий рівень невизначеності щодо заборгованостей. Більше четверті опитаних не змогли дати прогноз динаміки дебіторської та кредиторської заборгованостей у наступні 1 - 2 місяці.

### ВИРОБНИЦТВО

- 70,5% респондентів повідомили про зменшення обсягів виробництва у квітні 2022 порівняно з березнем 2022 року. Індекс змін у виробництві становить -0,55. Зі зменшенням розміру підприємства темпи падіння зростають.
- Виробничі очікування дуже позитивні. Індекс очікуваних змін обсягів виробництва є додатним та становить 0,12. 32,2% опитаних планують зростання виробництва в наступні 2 місяці.

### ПОПИТ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ

- Обсяги продажу впали, значення Індексу змін реалізації становить, за результатами квітня, -0,48. 69,3% опитаних повідомляли про зменшення продажів. Найбільшою мірою постраждав малий бізнес.
- У наступні 2 місяці підприємства очікують на поживлення виробництва й зростання реалізації. Індекс очікуваних змін продажів є додатним та становить 0,11. 34,1% опитаних планують збільшити обсяги продажів.

### ЗАБОРГОВАНOSTІ

- Дебіторська та кредиторська заборгованості зросли, однак темпи зростання залишались помірними. Індекс змін, відповідно, становив 0,15 та 0,10.
- Спостерігається високий рівень невизначеності щодо динаміки показників у майбутньому.

**ЗАЙНЯТІСТЬ**

- Підприємства скорочували зайнятість, індекс змін зайнятості становить -0,54. 57,8% повідомили про зменшення кількості співробітників, задіяних в усіх операціях підприємства, лише 1,9% повідомили про зростання
- У наступні 1 - 2 місяці підприємства очікують припинення тенденції до скорочення зайнятості. Індекс очікуваних змін дорівнює 0,01. Це означає, що частки тих підприємств, на яких зайнятість буде зменшуватися, балансує з часткою тих, на яких зайнятість буде зростати.

**СПЕЦІАЛЬНІ ЧАСТИНА****ЗАВАНТАЖЕНІСТЬ ВИРОБНИЧИХ ПОТУЖНОСТЕЙ У ПЕРІОД ВІЙНИ**

- У квітні 2022 року порівняно з довоєнним періодом 10% підприємств припинили діяльність. Решта бізнесів переважно скоротили виробництво.
- У квітні 2022 року лише 15% опитаних працювали на повну (або більшу) завантаженість виробничих потужностей порівняно з довоєнним періодом

**РЕЛОКАЦІЯ ВИРОБНИЧИХ ПОТУЖНОСТЕЙ**

- Серед опитаних лише 3% підприємств уже були в процесі перенесення виробничих потужностей, також 3% планують переїхати, а 1% опитаних уже переніс виробництво.
- Відсутність планів перевозити потужності спостерігається в більшості регіонів України.

**ПЕРЕШКОДИ ДЛЯ ВЕДЕННЯ БІЗНЕСУ ПІД ЧАС ВІЙНИ**

- Зростання цін на сировину та матеріали, а також брак палива – це основні проблеми, з якими зіштовхнулися підприємства після 24 лютого 2022 року, коли росія почала повномасштабну війну проти України.
- Складнощі з перевезенням сировини або товарів територією України, зменшення попиту на продукцію або послуги та брак робочої сили складають другу групу проблем для ведення бізнесу.

**ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА**

- Представники підприємств найчастіше оцінюють державну політику з підтримки бізнесу нейтрально.
- Зменшення податків, пільгові кредити, державні замовлення, а також спрощення законодавства, митних процедур та імпорту є найбільш очікуваними заходами державної політики, за результатами цього опитування.

**ПІДПРИЄМСТВА ЕКСПОРТЕРИ**

- Лише 5% опитаних підприємств-експортерів повідомили, що не мають проблем з експортом після початку війни.
- Головними проблемами експортерів є неможливість задовольнити попит на зовнішніх ринках, яка виникла внаслідок блокування та зміни традиційних шляхів експорту, у першу чергу, блокування морських портів. Це спричинило проблеми на залізниці та автодорогах, зокрема черги на західних кордонах України та брак залізничних вагонів, вантажівок і водіїв.
- Кожен другий експортер повідомляє, що кількість країн призначення, до яких відбувався експорт товарів/послуг, зменшилася у порівнянні з довоєнним часом, а лише 30% підприємств не відчували скорочення країн-торговельних партнерів

## ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ТА ОЧІКУВАННЯ В ПЕРСПЕКТИВІ НА ПІВРОКУ

## ФІНАНСОВО-ЕКОНОМІЧНА СИТУАЦІЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

При оцінці стану фінансово-економічного становища майже половина представників бізнесу – 47,4% – оцінила поточну фінансово-економічну ситуацію на підприємстві як погану. Та водночас, 44,4% опитаних оцінили її як задовільну. Лише 8,2% опитаних позитивно оцінюють поточну ситуацію на їхньому підприємстві. *Індекс поточної фінансово-економічної ситуації* при цьому становить -0,36.

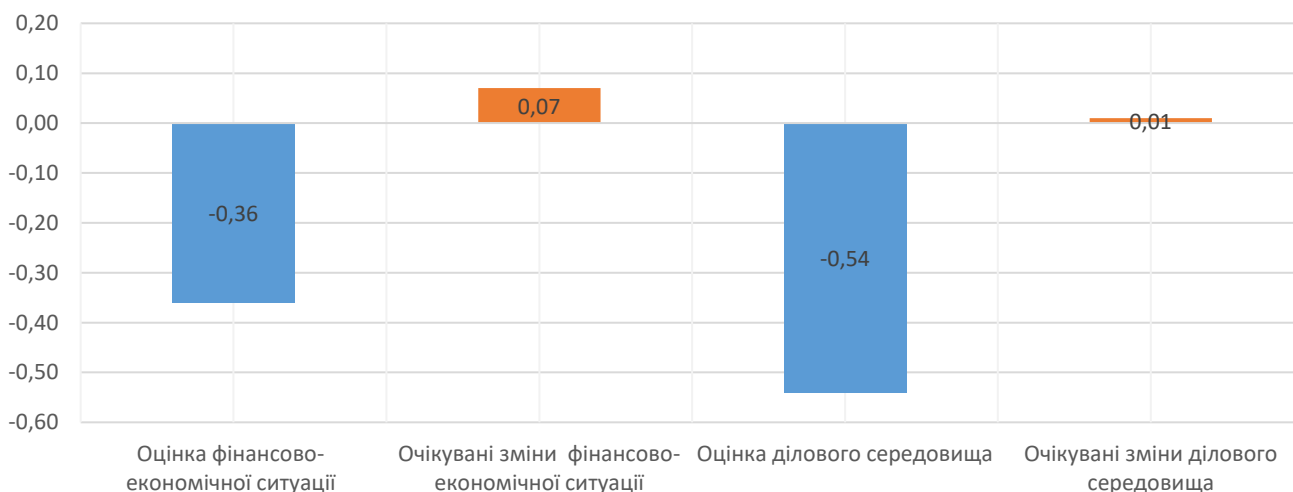
Очікування на перспективу протягом шести місяців позитивні, хоча спостерігається високий рівень невизначеності. Відповідаючи на питання про зміни фінансово-економічного становища на наступні півроку, 45% опитаних не змогли дати прогноз на таку далеку перспективу. Серед решти частка «оптимістів» (40%) переважає над часткою «песимістів» (30,6%). А відсоток тих, хто не очікує жодних змін, становить 29,4%. У результаті цього, *індекс очікуваної фінансово-економічної ситуації* становить 0,07.

## ЗАГАЛЬНООЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ

Оцінки загальнооекономічного середовища зараз є низьким: *індекс ділового середовища* становить -0,54, що означає домінування негативних оцінок над позитивними. 60,7% респондентів оцінюють поточне ділове середовище як погане, тоді як лише 4,7% опитаних дають позитивні оцінки. 34,6% вважають, загальнооекономічне середовище задовільним.

Прогнози на майбутні шість місяців є більш оптимістичними, хоча відсоток «оптимістів» (38,7%) лише незначним чином перевищує відсоток песимістів (35,9%). 25,4% вважають, що протягом майбутніх півроку загальнооекономічне середовище не зміниться. *Індекс очікуваних змін ділового середовища* становить 0,01. Варто також зазначити, що, як і у випадку з фінансово-економічною ситуацією, відсоток тих, хто не зміг дати прогнози щодо стану ділового середовища на майбутнє, є досить високим та становить 47,7%. Зі зменшенням кількості працюючих невизначеність зростає.

Рис. 1. Фінансово-економічна ситуація на підприємстві та загальнооекономічне середовище, за результатами квітня 2022 року, індекси



**ВСТАВКА 1. НЕВИЗНАЧЕНІСТЬ СЕРЕДОВИЩА**

Результати опитування характеризують невизначеність середовища, у якому відбувається діяльність підприємств. Як зазначено вище, близько половини опитаних не змогли дати прогноз щодо змін фінансово-економічної ситуації (45,0%) та загальноекономічної ситуації (47,7%). Рівень невизначеності щодо загальноекономічної ситуації мало відрізняється для підприємств різних розмірів.

Серед мікро- та малих підприємств частка тих, хто не зміг дати прогноз на шість місяців, становить, відповідно, 56,3% та 59,3%, серед великих підприємств таких 50,7%.

Невизначеність щодо фінансово-економічної ситуації на підприємстві більшою мірою залежить від розміру підприємства. Серед мікропідприємств 56,2% не змогли дати прогноз щодо зміни цього показника за півроку, серед малих — 58,2%, серед середніх — 48,0%, а серед великих — 42,9%.

Про високий рівень невизначеності свідчить і частка тих опитаних, які не змогли дати відповідь на питання про очікувані зміни виробничих показників. За результатами Щоквартального опитування керівників промислових підприємств «Ділова думка», частка респондентів, які не змогли дати прогноз за показникам діяльності в перспективі на 3 - 4 місяці, коливалася в діапазоні від 2 до 10 %. У цьому щомісячному опитуванні ми зменшили горизонт прогнозів до 1 - 2 місяців, беручи до уваги ситуацію, що швидко змінюється. У результаті, частка респондентів, які не змогли дати прогноз на таку коротку перспективу, коливається в залежності від показника від 14,7% (кількість працівників) до 27,8% (дебіторська заборгованість). Також високий рівень невизначеності спостерігається щодо заборгованостей та запасів готової продукції.

*Рис. 2. Частка підприємств, які не змогли зробити прогноз про зміну показника в перспективі 1 - 2 місяців, %*



## ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ПІДПРИЄМСТВ ТА КОРОТКОСТРОВІ ОЧІКУВАННЯ

### ВИРОБНИЦТВО

#### Зміни до попереднього місяця

**Індекс змін виробництва** складає -0,55. Частка тих підприємств, на яких виробництво скоротилось у квітні порівняно з березнем 2022, більше ніж у шість разів перевищує частку тих, на яких виробництво зросло (відповідно 70,5% та 11,8%). 17,7% респондентів не зафіксували жодних змін.

**Розмір.** Залежно від розміру підприємства найбільше постраждали мікро- та малі підприємства (індекс тут становить -0,64 та -0,67, відповідно). Дещо краще себе почувають середні (-0,59) та великі (-0,45) підприємства.

**Регіон.** У регіональному розрізі найбільш негативні оцінки Київської області (-1). Краще за всіх ситуація за минулий місяць складалась для Рівненської області (-0,07)<sup>1</sup>.

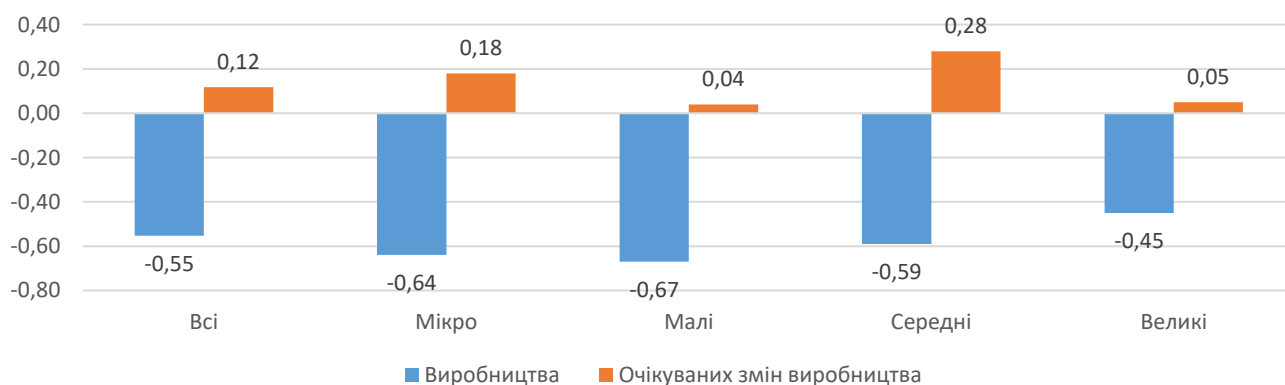
#### Очікування щодо змін виробництва

Виробничі плани підприємств на наступні один - два місяці є оптимістичними. Частка підприємств, де планується зростання виробництва перевищує частку тих, де очікується зменшення обсягів виробництва (відповідно, 32,2% та 17,9%). У результаті, значення *Індексу очікуваних змін виробництва* є додатним та становить 0,12.

**Розмір.** Підприємства всіх розмірів планують зростання виробництва. Найбільше «оптимістів» серед середніх підприємств, тут індекс 0,28. Найнижчі показники дають малі (0,04) та великі (0,05) підприємства. Показник мікропідприємств становить 0,18.

**Регіон.** Плани підприємств залежать від регіону розташування. Найвищі показники очікувань є для Чернігівської, Волинської та Закарпатської – індекс очікувань складає близько 0,5. Найгіршим показник очікувань є для Сумської області: -0,85.

Рис. 3. Індекс змін виробництва



### ПРОДАЖІ

#### Зміни до попереднього місяця

**Індекс продажів** становить -0,48. Частка тих підприємств, у яких продажі зменшились, суттєво переважає ті, у яких продажі зросли у квітні порівняно з березнем 2022 року, відповідно, 69,3% та 15,2%. Для 15,5% підприємств нічого не змінилось протягом минулого місяця.

<sup>1</sup> До порівняння не включено регіони, у яких не було опитано підприємства або у яких кількість опитаних підприємств не достатня для аналізу. Детальніше див. розділ «Вибірка».

**Розмір.** Найнижчим індекс продажів є для мікропідприємств: -0,70. Найвищим, хоча й від'ємним, індекс продажів є для великих підприємств: -0,40.

**Регіон.** У Київській області, де всі підприємства повідомили, що їхні продажі зменшились, індекс продажів найменший: -1. Найвищим він є у Рівненській області: 0,04.

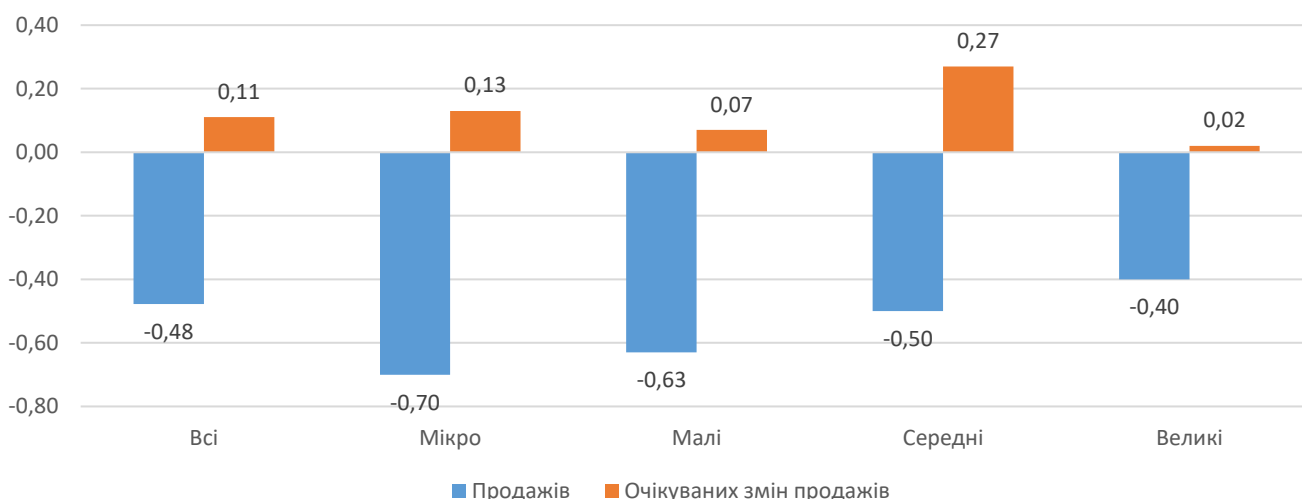
#### Очікувані зміни продажів

Індекс очікуваних змін обсягів продажів є додатним та становить 0,11. 34,1% опитаних планує збільшення обсягів продажів у наступні один - два місяці, а 20,4% опитаних очікують їх зменшення. Разом із цим, майже половина опитаних (45,6%) вважає, що нічого не зміниться.

**Розмір.** Найвищі очікування висловлюють представники мікропідприємств, там індекс становить 0,13. Найнижчим показник є для великих підприємств – 0,02.

**Регіон.** У розрізі регіонів найкращі очікування зафіксовано в Закарпатській, Чернігівській та Волинській областях: відповідний індекс дорівнює або перевищує 0,5. Натомість у Сумській області він найнижчий: -0,94. Практично всі підприємства області очікують зменшення продажів.

Рис. 4. Індекс змін продажів



## ЕКСПОРТ

#### Зміни до попереднього місяця

Значення *індексу змін експорту*<sup>2</sup> становить -0,42. Лише 4,9% підприємств-експортерів повідомили про збільшення обсягів експорту, тоді як для 71,4% обсяги зменшились. 23,6% опитаних не відчували жодних змін. Найгіршими показниками індексу змін експорту є для середніх підприємств: -0,72.

**Розмір.** Найнижчим значення індексу змін експорту є для мікропідприємств: -0,60. Водночас, показники малих та великих підприємств відрізняються лише незначним чином (-0,63 та -0,64, відповідно).

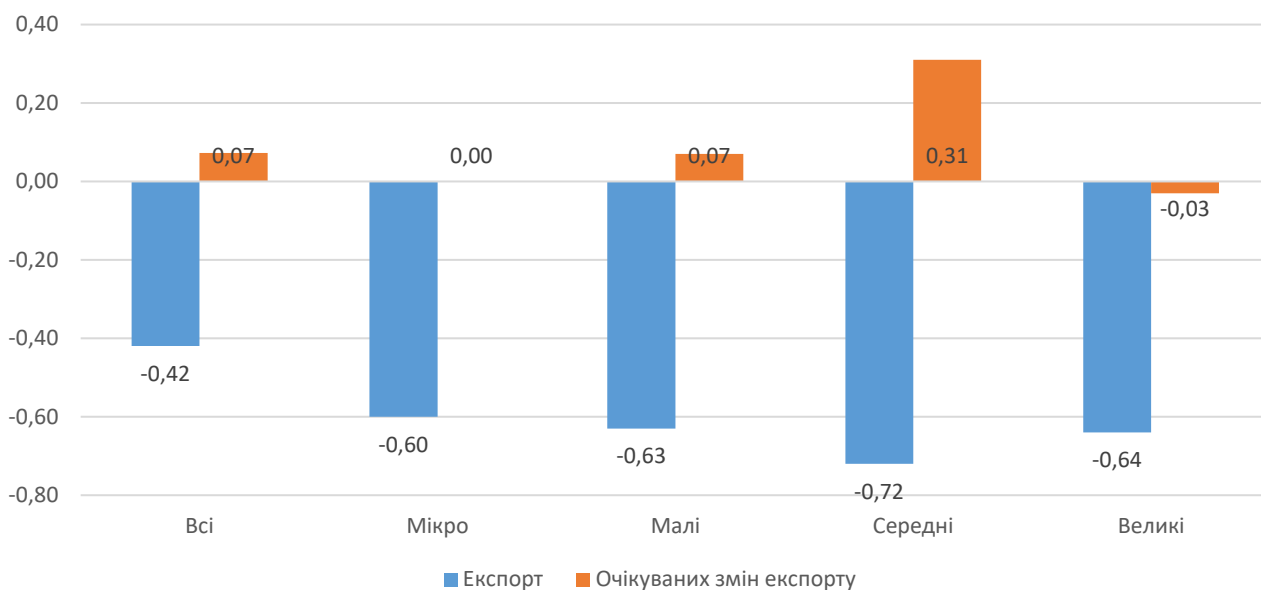
#### Очікувані зміни експорту

Значення *індексу очікуваних змін експорту* при цьому становить 0,07. 27,6% опитаних очікують на збільшення експорту в найближчому майбутньому. Водночас, 14,6% вважають, що обсяги експорту зменшуватимуться. Більше половини опитаних (57,8%) не очікує жодних змін.

**Розмір.** Найвищими показниками індексу очікуваних змін експорту є для середніх підприємств - 0,31. Найнижчим показник індексу є для великих підприємств - -0,03.

<sup>2</sup> Розраховується лише для підприємств-експортерів.

Рис. 5. Індекс змін експорту



## ЗАПАСИ СИРОВИНИ

### Зміни до попереднього місяця

Індекс запасів сировини становить -0,62. Лише 2,3% опитаних респондентів повідомили про збільшення запасів сировини за минулий місяць, тоді як більше половини опитаних (67,4%) вказали на їх зменшення. 30,2% повідомили, що в порівнянні з минулим місяцем нічого не змінилось.

Розмір. Найнижчим індекс запасів сировини є для середніх підприємств (-0,72). Водночас показник майже не відрізняється для малих (-0,64) та великих (-0,66) підприємств та є найвищим для мікропідприємств (-0,49).

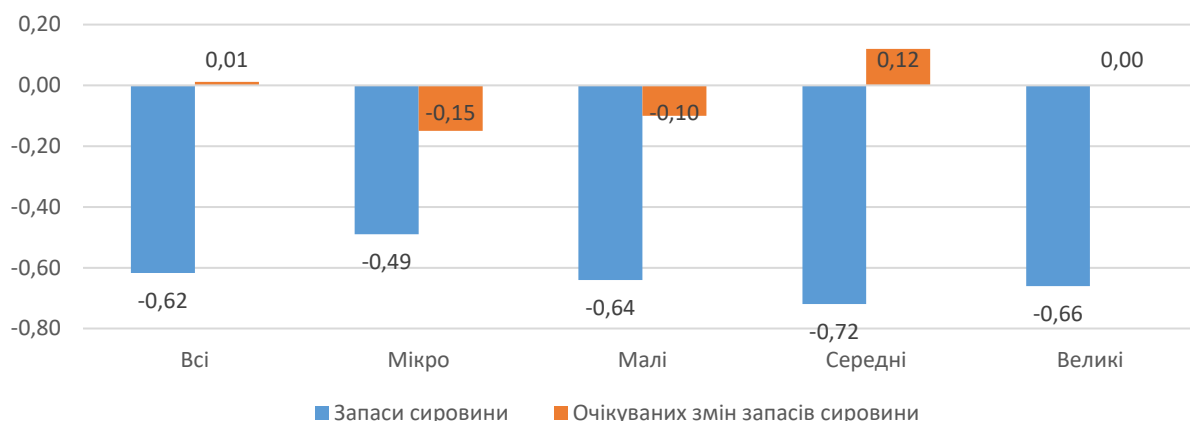
**Регіон.** У регіональному розрізі про зменшення запасів сировини найбільше повідомляють у Тернопільській, Івано-Франківській, Львівській, Одеській та Чернівецькій областях, де значення відповідного індексу знаходиться в межах від -0,94 до -0,82. Найменшою мірою скорочення запасів сировини торкнулося опитаного бізнесу Закарпатської (-0,31) та Сумської (-0,29) областей.

### Очікувані зміни запасів сировини

Водночас на наступні два місяці очікується збільшення цього показника: *індекс очікуваних змін запасів готової продукції* становить 0,01. При цьому кількість респондентів, які вважають, що запаси готової продукції збільшуватимуться/або зменшуватимуться, є однаковою та становить по 23,3%. Та дещо більше половини опитаних (53,3%) вважають, що ситуація не зміниться. Найвищим є показник для середніх підприємств (0,12) а для великих підприємств значення дорівнює нулю. Показник малих підприємств становить -0,10 та найнижчим є показник для мікропідприємств - -0,15.

**Розмір.** Найвищим індекс очікуваних змін запасів сировини є для середніх підприємств та становить 0,12. Значення індексу для мікро- та малих підприємств є від'ємним (-0,15 та -0,10, відповідно). Показник великих підприємств дорівнює нулю.

Рис. 6. Індекси зміни запасів сировини



## ЗАПАСИ ГОТОВОЇ ПРОДУКЦІЇ

### Зміни до попереднього місяця

Індекс запасів готової продукції є від'ємним та дорівнює -0,33. 49,6% респондентів повідомили про зменшення запасів готової продукції, тоді як для 15,5% опитаних вони збільшилися. 34,9% респондентів зовсім не відчули змін.

**Розмір.** Найвищим та єдиним додатним значенням показник запасів готової продукції є для мікропідприємств та становить 0,03. Для малих підприємств це значення становить -0,31. Водночас показник відрізняється лише незначним чином у середніх (-0,44) та великих підприємств (-0,45).

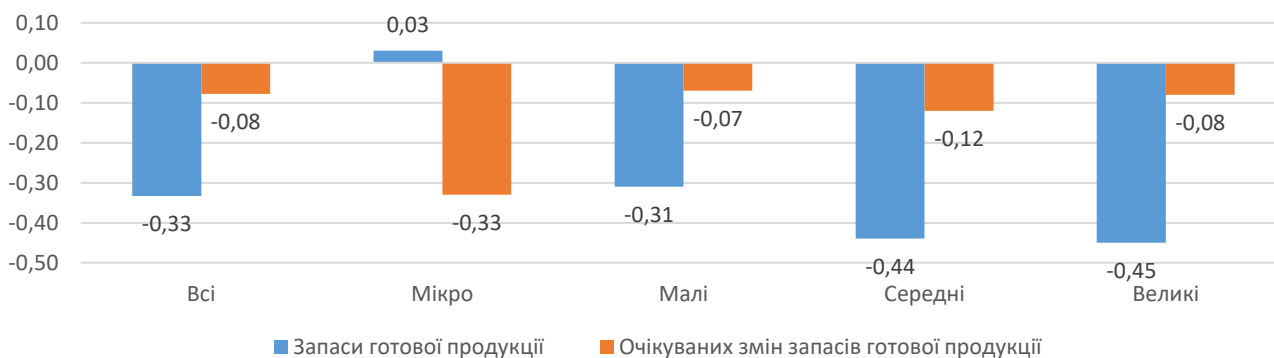
**Регіон.** Серед бізнесу різних регіонів найбільше скорочення цих запасів спостерігається в Івано-Франківській та Львівській областях (відповідний індекс склав -0,92 та -0,81), а найвиразніше збільшення – у Закарпатській області (0,25).

### Очікувані запаси готової продукції

Індекс очікуваних запасів готової продукції становить -0,08. 23,5% опитаних вважає, що запаси готової продукції в наступні два місяці зменшуватимуться, тоді як 11,5% очікує на їх збільшення. 65% вважає, що не відбудеться жодних змін.

**Розмір.** Значення показника відрізняється незначним чином у малих (-0,07) та великих підприємств (-0,08). У середніх підприємств значення становить -0,12; та найнижчим є показник очікувань для мікропідприємств - -0,33.

Рис. 7. Індекси зміни запасів готової продукції



## НОВІ ЗАМОВЛЕННЯ

### Зміни до попереднього місяця

**Індекс нових замовлень** становить -0,52. Близько двох третин опитаних (67,8%) повідомили про зменшення кількості нових замовлень за минулий місяць. Кількість замовлень збільшилась лише для 14,3%. Решта 17,8% не відчули жодних змін.

**Розмір.** Розподіл у залежності від розміру підприємств є майже однаковим для мікропідприємств (-0,6) та малих (-0,58); а також для середніх (-0,51) та великих підприємств (-0,52).

**Регіон.** Серед різних регіонів нові замовлення найбільше скоротилися в Київській області (-1), у той час як у Рівненській найбільше зросли (0,11).

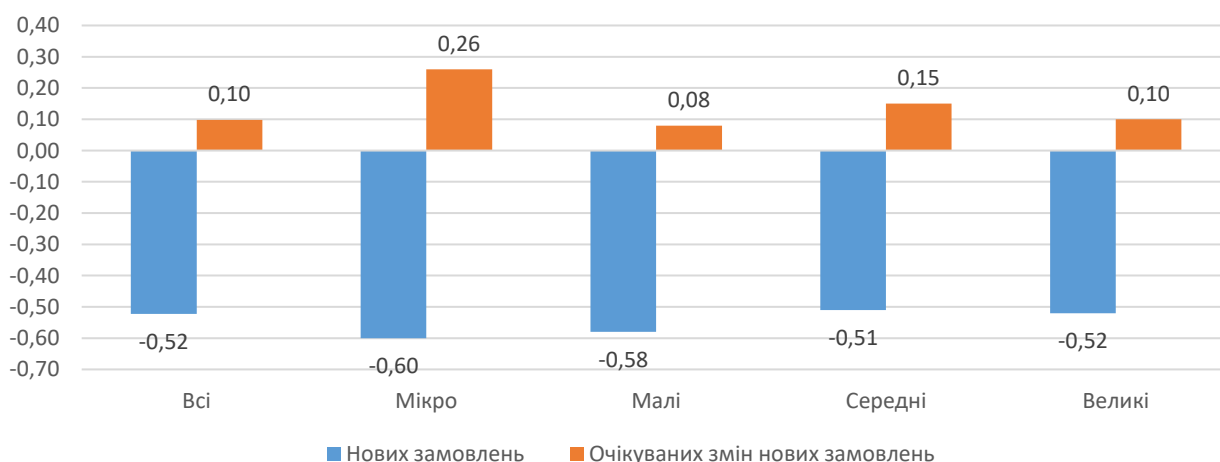
### Очікувані зміни нових замовлень

У наступні два місяці бізнес очікує значних покращень: **індекс очікуваних змін портфеля замовлень** є додатним та становить 0,10. 35,5% опитаних очікують на збільшення цього показника, тоді як 19,8% вважають, що кількість замовлень зменшиться. 44,7% опитаних не очікують жодних змін у наступні два місяці.

**Розмір.** Найвищими очікуваннями в залежності від розміру підприємств є очікування мікропідприємств (0,26). Найнижчими – для малих – 0,08.

**Регіон.** У Сумській області бізнес більшою мірою ніж в інших регіонах очікує зменшення нових замовлень (відповідний індекс склав -0,67). Разом із цим, у Чернівецькій області найбільше переважають очікування збільшення кількості нових замовлень (цей індекс дорівнює 0,63).

Рис. 8. Індекси змін нових замовлень



## ДЕБІТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ

### Зміни до попереднього місяця

Значення **індексу дебіторської заборгованості** є додатним та становить 0,15. При цьому 34,3% опитаних повідомили про збільшення дебіторської заборгованості, тоді як для 17,5% вона зменшилась. Для 48,1% нічого не змінилось за минулий місяць.

**Розмір.** Найвищим показник дебіторської заборгованості є для мікропідприємств (0,24). Водночас для малих за розміром підприємств цей показник є найнижчим (0,09).

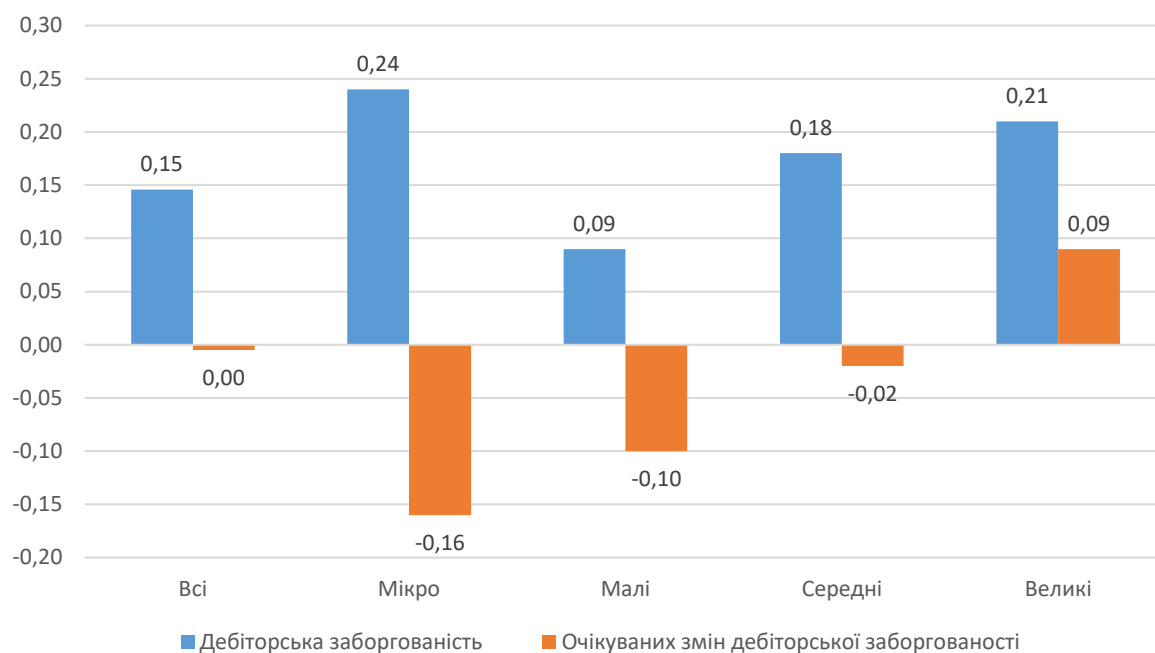
**Регіон.** У розрізі регіонів найбільше зростання дебіторської заборгованості було зафіксовано в Тернопільській області, де відповідний індекс склав 0,8, а найбільше зменшення – у Вінницькій області (-0,5).

*Очікувані зміни дебіторської заборгованості*

На наступні один - два місяці 10,2% опитаних очікують на збільшення цього показника, а 14% – на зменшення. Утім, більшість опитаних (75,8%) вважає, що нічого не зміниться. *Індекс очікуваної дебіторської заборгованості* дорівнює нулю.

**Розмір.** При цьому єдиним додатним значенням є показник для великих підприємств, який становить 0,09. Для всіх інших підприємств значення є від'ємним, та найнижчим є показник для мікропідприємств (-0,16).

Рис. 9. Індекси змін дебіторської заборгованості

**КРЕДИТОРСЬКА ЗАБОРГОВАНІСТЬ***Зміни до попереднього місяця*

*Індекс кредиторської заборгованості* також є додатним та становить 0,10. 28,8% опитаних повідомили про збільшення кредиторської заборгованості, тоді як для 17,6% вона зменшилась. Для 53,6% нічого не змінилось за минулий місяць.

**Розмір.** Найвищим індекс кредиторської заборгованості є для великих підприємств – 0,25. Водночас показник лише незначним чином відрізняється для малих (0,04) та середніх підприємств (0,07). Для мікропідприємств значення індексу становить 0,15.

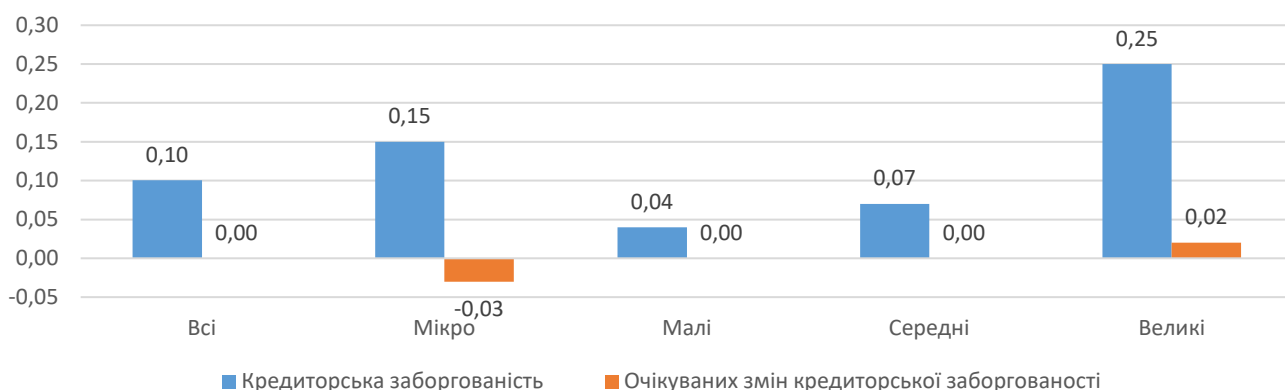
**Регіон.** Кредиторська заборгованість найбільшою мірою зросла для підприємств Львівської області (значення відповідного індексу складає 0,42), а найбільше зменшилась – для бізнесу Вінницької області, у якій цей індекс дорівнює -0,5.

*Очікувані зміни кредиторської заборгованості*

*Індекс очікуваної кредиторської заборгованості*, як і у випадку з дебіторською, дорівнює нулю. Частки респондентів, які очікують збільшення або зменшення кредиторської заборгованості, є однаковими та складають по 11,7%. 76,7% респондентів вважають, що нічого не зміниться.

**Розмір.** Для великих підприємств індекс очікувань є найвищим та становить 0,02. Водночас для малих та середніх підприємств значення не відрізняється та дорівнює нулю. І для мікропідприємств значення є єдиним від'ємним та становить -0,03.

Рис. 10. Індекс змін кредиторської заборгованості



## КІЛЬКІСТЬ ПРАЦІВНИКІВ

### Зміни до попереднього місяця

Індекс кількості працівників на підприємстві є від'ємним та становить -0,54. Більше половини опитаних – 57,8% – повідомили про зменшення кількості співробітників, задіяних в усіх операціях підприємства. Водночас лише 1,9% вказали на їх збільшення. Для 40,3% нічого не змінилось за минулий місяць.

**Розмір.** Найнижчим є цей показник для малих підприємств: -0,61. Для середніх підприємств він становить -0,58. Водночас, значення не відрізняється для середніх та великих підприємств: -0,55.

**Регіон.** У регіональному розподілі найвищим є показник зайнятості для Закарпатської і Рівненської областей, де він дорівнює -0,15. Найнижчими є значення для Києва (-0,83), Сумської (-0,78) та Чернігівської (-0,75) областей.

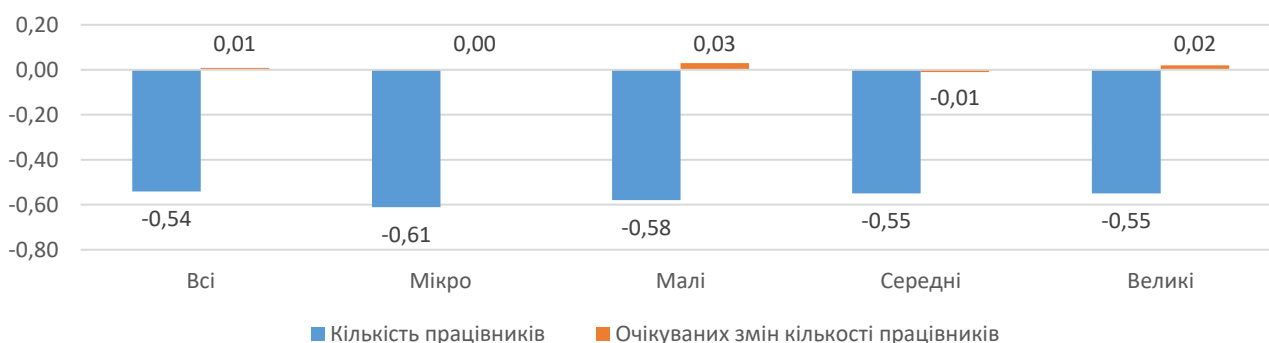
### Очікуванні зміни кількості працівників

У майбутні один - два місяці підприємці та керівники підприємств очікують значного поліпшення ситуації: індекс змін кількості працівників становить 0,01. При цьому відсоток опитаних, які вважають, що кількість працівників збільшиться або зменшиться, є майже однаковим та становить 15,9% та 14,1%, відповідно. Та більше половини опитаних – 69,9% - вважає, що жодних змін не відбудеться.

**Розмір.** При цьому показники малих та великих підприємств відрізняються лише незначним чином (0,03 та 0,02, відповідно), показник мікропідприємств дорівнює нулю, водночас, значення середніх підприємств є єдиним від'ємним та становить -0,01.

**Регіон.** У регіональному розподілі найвищим показник очікувань є для Чернівецької області - 0,38. Найнижчим він є у Сумській області: -0,81.

Рис. 11. Індекс змін кількості працівників



## ПРАЦІВНИКИ У ВИМУШЕНИХ ВІДПУСКАХ

*Зміни до попереднього місяця*

**Індекс кількості працівників у вимушених відпустках** є додатним та становить 0,35. 48,7% представників бізнесу повідомили про збільшення кількості співробітників, що перебувають у вимушених відпустках. Лише 11,6% вказали на їх зменшення. Для 39,6% за минулий місяць ситуація не змінилась.

**Розмір.** Залежно від розміру ситуація є найгіршою для мікропідприємств, у яких відповідний індекс складає 0,61. Водночас, для малих та великих підприємств значення індексу відрізняється лише незначним чином – 0,38 та 0,40 відповідно. Для середніх підприємств цей показник становить 0,34.

**Регіон.** Найбільшою мірою з-поміж різних регіонів таке збільшення спостерігається в Сумській та Хмельницькій областях (у яких відповідний індекс склав 0,81) та в м. Києві (0,69), а найчастіше про зменшення кількості співробітників, що перебувають у вимушених відпустках, повідомляють у Чернівецькій області (-0,27).

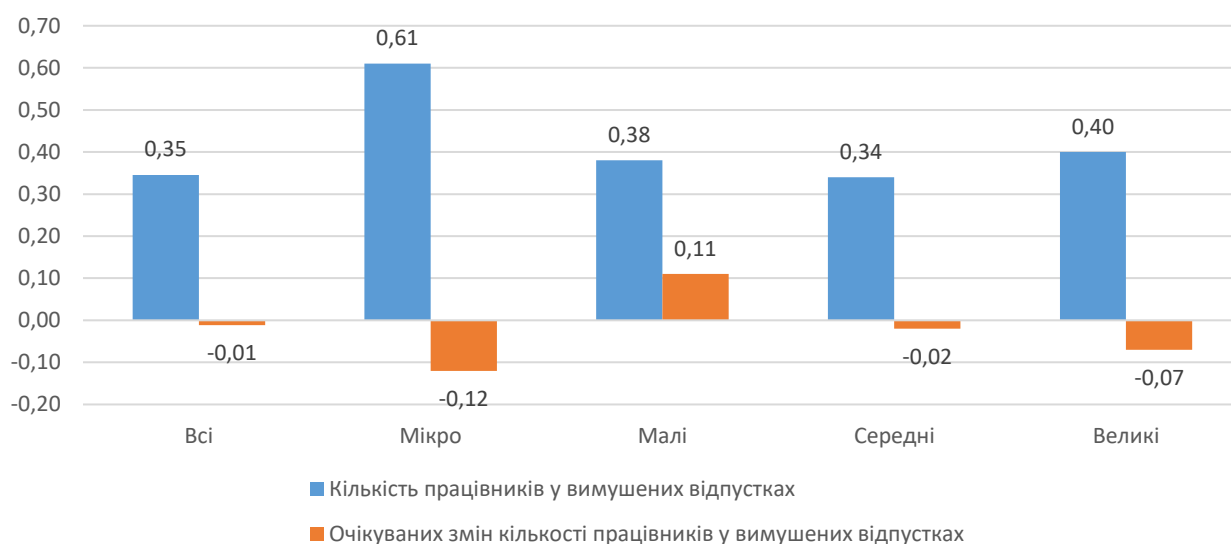
*Очікувані зміни кількості працівників у вимушених відпустках*

**Індекс очікуваних змін кількості працівників у вимушених відпустках** при цьому є близьким до нуля та становить -0,01. Відсоток тих, хто вважає, що кількість таких працівників на їхньому підприємстві зменшиться (13,8%), лише незначно перевищує відсоток тих, хто вважає, що кількість працівників у вимушених відпустках збільшиться (13,4%). Проте 72,7% вважає, що ніяких змін не відбудеться.

**Розмір.** Водночас малі підприємства найбільше очікують зростання кількості працівників у вимушених відпустках та їхній індекс має єдине додатне значення – 0,11. Найнижчим є показник мікропідприємств: -0,12.

**Регіон.** При цьому у Сумській області бізнес найбільше очікує збільшення кількості працівників у вимушених відпустках (відповідний індекс дорівнює 0,8), а у Чернігівській області, навпаки, найбільше переважають очікування, що таких працівників стане менше (індекс очікуваних змін кількості працівників у вимушених відпустках дорівнює -0,58).

Рис. 12. Індекси змін кількості працівників у вимушених відпустках



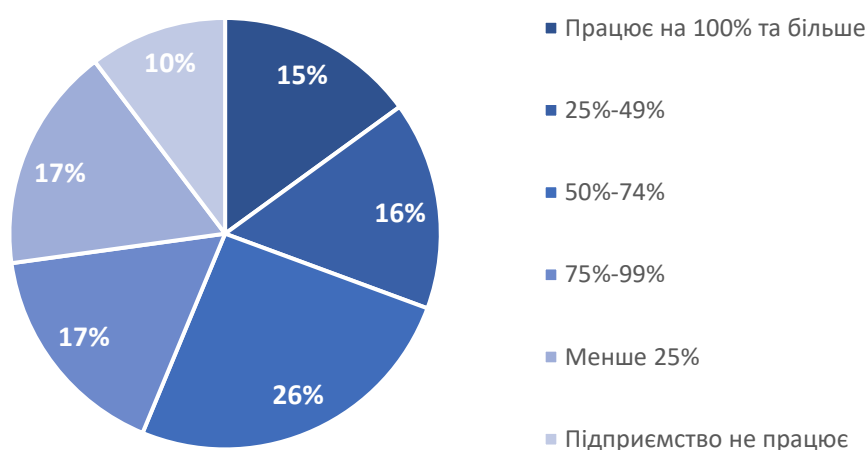
## СПЕЦІАЛЬНА ЧАСТИНА ОПИТУВАННЯ

## ВПЛИВ ВІЙНИ НА ПІДПРИЄМСТВА

## Вплив війни на обсяги виробництва

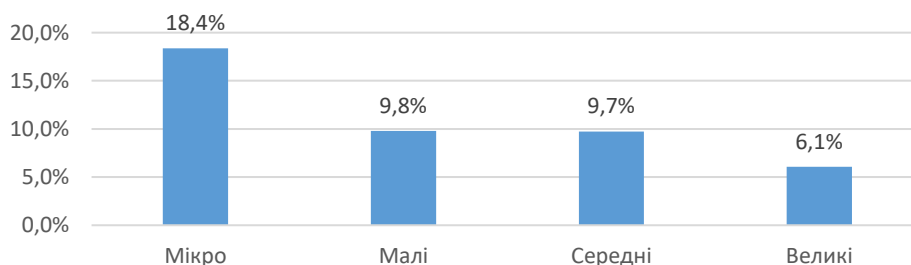
Десять відсотків опитаних підприємств припинили діяльність порівняно з довоєнним періодом. Близько третини опитаних (33%) більше як удвічі скоротили свою роботу. Ще близько чверті опитаних (26%) працювали на рівні 50 - 74% від довоєнних обсягів. Водночас для 17% обсяги виробництва або надання послуг зменшилися незначною мірою (на 75%-99%). Водночас 15% опитаних працюють на 100% або більше порівняно з довоєнними обсягами.

Рис. 13. Вплив війни на роботу підприємств (% опитаних)



**Результати для бізнесу різного розміру і галузей.** Результати дослідження свідчать, що мікробізнес найбільше постраждав від воєнних дій. Саме на мікросуб'єкти підприємництва припадає найвища частка підприємств, які не працюють – 18% опитаних. Водночас для суб'єктів більшого розміру цей показник у декілька разів нижчий – 10% для малих та середніх, 6% для великих бізнесів. При цьому середні та великі підприємства найчастіше мали змогу повністю зберегти обсяги виробництва або наростити їх – 18,6% та 15,2% опитаних, відповідно.

Рис. 14. Частка підприємств, які припинили діяльність порівняно з довоєнним періодом (за розміром підприємств, %)



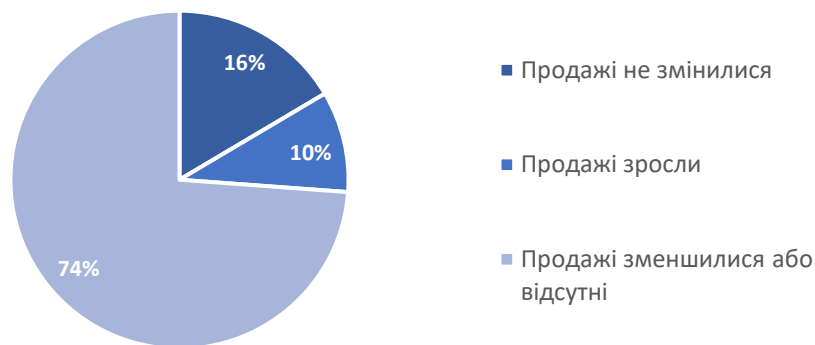
**Результати за регіонами.** У регіональному розрізі найбільше від військових дій постраждав бізнес Чернігівської області, де про припинення роботи повідомили 40% опитаних респондентів регіону. Також високий показник підприємств, які не працюють, зафіксовано в Одеській області (32%), місті Київ (22%), Сумській (17%) та Київській (10%) областях. Таким чином, результати відображають безпосередній вплив активних бойових дій на території відповідних областей. На противагу цьому, у західних регіонах відсутні респонденти, які були змушені закрити підприємство. Окрім цього, у західних та центральних областях

найвища частка підприємств, які зберегли або наростили обсяги виробництва. Зокрема більше половини (56%) респондентів Рівненської області працюють на 100% та більше відсотків порівняно з довоєнним часом. Також високий відповідний показник у Закарпатській (31%), Вінницькій (27%), Тернопільській (22%) та Хмельницькій (16%) областях. Водночас також необхідно виділити Одеську область, яка зберегла обсяги виробництва 18% підприємств, незважаючи на близькість до південного театру бойових дій.

#### Вплив війни на обсяги виручки

Респонденти також оцінили зміни обсягу продажів/виручки підприємств порівняно з довоєнним періодом. Майже три чверті (74%) опитаних (серед тих підприємств, які працюють) повідомляють, що продаж/виторг зменшився або відсутній, що підтверджує значне падіння виробництва та надання послуг бізнесом унаслідок бойових дій. Для 10% опитаних продажі залишилися на такому ж рівні, які і до 24 лютого. Водночас 16% опитаних мали зростання продажів за період військового стану. Таким чином, незначна частина бізнесу змогла побороти негативний вплив військових дій та скористатися доступними можливостями на ринку навіть для зростання продажів.

Рис. 15. Вплив війни на продажі (% серед опитаних підприємств, які продовжують працювати)



**Результати для бізнесу різного розміру і галузей.** Зменшення виручки зафіксовано серед більшості підприємств незалежно від їхнього розміру. Однак підприємства невеликого розміру більш часто повідомляють про зменшення виручки – відповідно 79% та 82% опитаних. Водночас відповідний показник становить 76% для великих та 64 середніх. У секторальному розрізі не зафіксовано значних відмінностей у результатах підприємств.

**Результати за регіонами.** У регіональному розрізі збереження або зростання обсягів виручки також спостерігається переважно на Заході та в центрі України. Подібно до ситуації з обсягами виробництва, єдиним винятком є Одеська область. Найвища частка підприємств, які зберегли на попередньому рівні виручку у Вінницькій області, – 33% опитаних. В Одеській області обсяги продажів втримали теж 33% опитаних, у Закарпатській області – 31%, у Рівненській – 30%. Саме Рівненська область, яка найкраще втримала рівень виробництва, змогла найбільше наростити обсяги продажів. Про зростання виручки повідомили 33% опитаних на Рівненщині. Також виручка зростала серед бізнесів Одеської (20% опитаних), Івано-Франківської (18%), Тернопільської (13%) та Хмельницької (13%) областей.

#### Перевезення потужностей підприємств

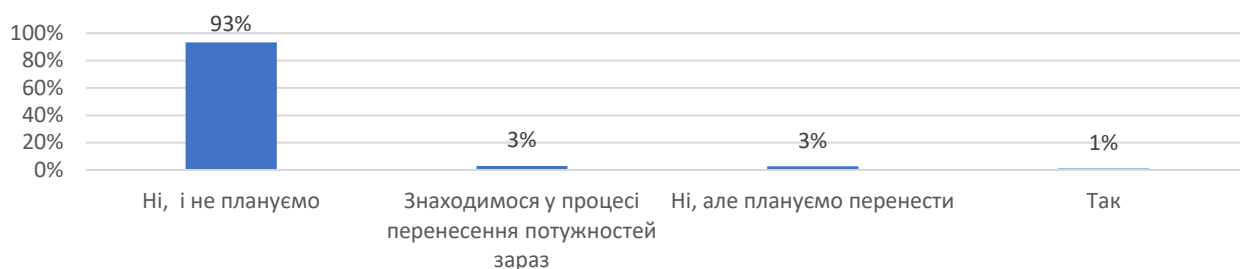
Результати опитування свідчать, що лише незначна частка бізнесів мають у планах перевезення своїх потужностей до інших регіонів. Зокрема, 3% опитаних уже були в процесі перенесення потужностей на момент опитування, також 3% планують переїхати, а 1% опитаних уже переніс виробництво. Таким чином, більшість опитаних не перевозили своє виробництво і не мають таких планів.

**Результати для бізнесу різного розміру і галузей.** Необхідно зауважити, що результати для підприємств різних розмірів відрізняються лише в незначній мірі, однак можуть підтверджувати, що великому бізнесу

більш складно перевезти свої потужності, зважаючи на розмір. Зокрема, жодне велике підприємство не змогло перевезти свої потужності, тоді як це змогли зробити 6% опитаних мікробізнесів. Однак аж 7% великих підприємств думають про переїзд, що є найвищим показником серед різних типів підприємств. Також спостерігаються відмінності за секторами. Зокрема, найчастіше займаються переїздом представники сфери послуг. Однак навіть серед представників цього сектору 85% опитаних не переїжджали і не планують. При цьому не мають планів переїжджати 100% представників торгівлі.

**Результати за регіонами.** Відсутність планів перевезення потужностей спостерігається в більшості регіонів України. На противагу цьому, у Дніпропетровській області подібні плани відсутні лише в 57% опитаних. Також на різних етапах питання переїзду часто присутнє в Київській та Чернігівській областях.

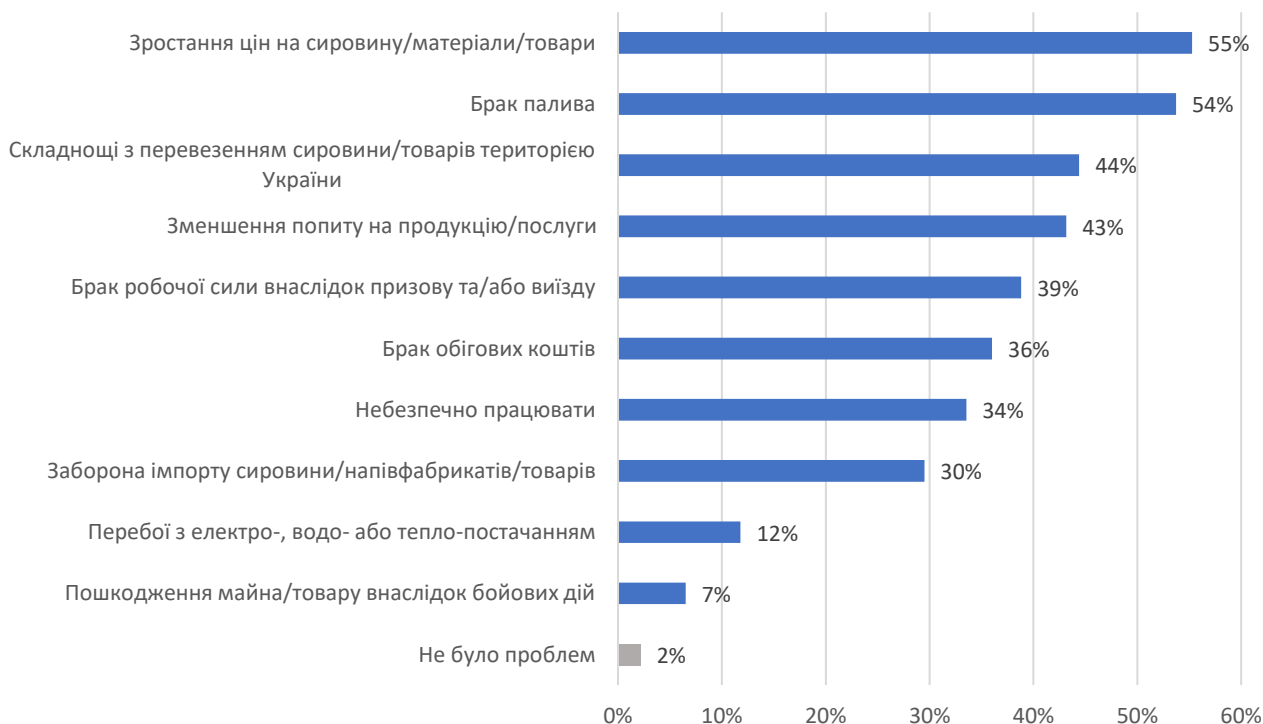
Рис. 16. Плани щодо перевезення потужностей підприємства в більш безпечні регіони України



### Проблеми бізнесу під час війни

Зростання цін на сировину та матеріали, а також брак палива – це основні проблеми, на які вказують опитані підприємства. Так, 55% представників бізнесу назвали зростання цін на сировину, матеріали або товари, які вони продають, серед основних проблем, з якими вони зіштовхнулися з початку повномасштабного російського вторгнення. 54% назвали такою проблемою брак палива.

Рис. 17. Найважливіші проблеми для опитаного бізнесу



На третє та четверте місця з мінімальною різницею вийшли такі проблеми для бізнесу, як складнощі з перевезенням сировини чи готових товарів територією України (44%) та зменшення попиту на їхню

продукцію або послуги (43%). П'ятірку основних проблем для бізнесу замикає брак робочої сили внаслідок призову співробітників на військову службу та/або їх виїзду в інші місця. Ця проблема актуальна для 39% підприємств.

Приблизно третина опитаних говорить про такі проблеми для свого бізнесу під час війни, як брак обігових коштів (36%), безпека праці (34%), відсутність можливості імпортувати сировину, напівфабрикати або товари з інших країн через заборону (30%). У 12% підприємств виникали перебої з електро-, водо- або теплопостачанням, а у 7% унаслідок бойових дій було пошкоджено майно або товар. Крім того, 2% опитаних сказали, що не зіштовхувалися з проблемами для бізнесу.

**Проблеми для бізнесу різного розміру і галузей.** Простежуються деякі відмінності у сприйнятті описаних проблем підприємствами різних галузей та груп за розміром. Про зростання цін на сировину або матеріали найчастіше повідомляють у сфері торгівлі (67%), найменше – у сфері послуг (35%). Також ця проблема особливо гостро стоїть перед підприємствами великого розміру (65%).

Проблема браку палива посилюється зі збільшенням розміру підприємств: про неї повідомляють 22% мікропідприємств, 55% малих, 58% середніх і 68% великих. У галузевому розрізі про брак палива найчастіше говорять у сільському господарстві (70% опитаних). Така ж частка с/г підприємств (70%) повідомила про те, що стикаються з проблемою складнощів із перевезенням сировини чи готових товарів територією України. Це більше ніж в інших галузях.

Зменшення попиту на продукцію або послуги найбільше вплинуло на мікро- та малий бізнес. На цю проблему вказали 63% мікропідприємств і 51% малих. Для порівняння, серед бізнесу середнього та великого розмірів зі зменшенням попиту зіштовхнулася третина підприємств. З точки зору сектору, про зниження попиту після початку повномасштабної війни найбільше повідомляють у сфері торгівлі (67%), а найменше – у сільському господарстві (10%).

Брак робочої сили під час війни більше відчувається у великому та середньому бізнесі (45% та 40%, відповідно) ніж у мікро- та малому (31% та 37%, відповідно). З-поміж підприємств різних галузей співробітників найбільше бракує в промисловості (41%).

**Проблеми бізнесу за регіонами.** У регіональному розрізі також спостерігаються відмінності у впливі проблем, які для бізнесу створила російська агресія<sup>3</sup>. Про дві найпоширеніші проблеми – зростання цін на сировину і матеріали та брак палива – найчастіше говорить бізнес Тернопільської області (94% опитаних), а також Рівненської (89% та 86%, відповідно) та Івано-Франківської (86% та 93%, відповідно) областей. Крім того, у Волинській області висока частка опитаних (86%) скаржитися на зростання вартості сировини і матеріалів, а у Львівській області – на брак палива (94%).

У Волинській (82%) та Рівненській (70%) областях зафіксовані найвищі частки бізнесу, що говорять про складнощі з перевезенням товарів по Україні. У Київській області всі опитані підприємства (100%) повідомили про те, що зменшився попит на їхню продукцію чи послуги. Це найбільша частка серед бізнесу всіх областей.

Брак робочої сили внаслідок призову або від'їзду працівників найбільше відчувається в Івано-Франківській (71% підприємств), Вінницькій (68%) та Рівненській (67%) областях, а також у м. Києві (67%). У Рівненській області та у Києві також частіше ніж в інших регіонах бізнес говорить про брак обігових коштів (71% та 67% опитаних, відповідно).

Про проблему безпеки праці під час війни найбільшою мірою повідомляє бізнес в Одеській області (80%), у Києві (72%) та в Київській області (70%). Заборона імпорту сировини, напівфабрикатів чи товарів більше ніж в інших областях відчувається у Львівській (79%), Тернопільській (72%), Рівненській (67%) та Івано-Франківській (64%) областях.

<sup>3</sup> До порівняння не включено регіони, у яких не було опитано підприємства або кількість опитаних підприємств не достатня для аналізу. Детальніше див. розділ «Вибірка».

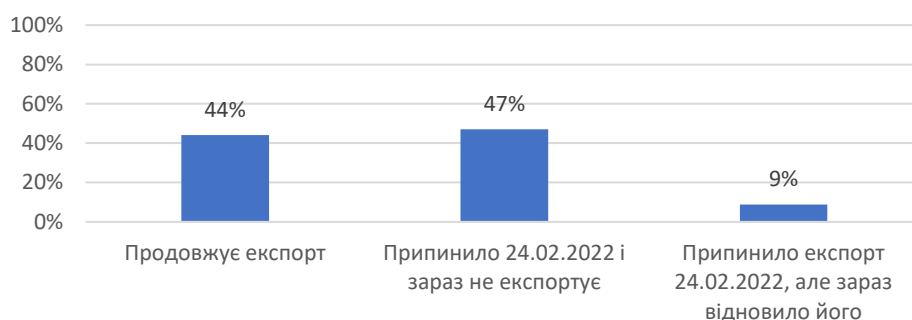
На перебої з електро-, водо- або теплопостачанням найчастіше вказує бізнес Чернігівської області (77%), у якій з початку повномасштабного російського вторгнення велися бойові дії, а сам Чернігів близько місяця був позбавлений електроенергії, водопостачання і тепла. Також у Чернігівській області більша частка бізнесу ніж в інших регіонах називає пошкодження майна або товару внаслідок бойових дій серед пов'язаних із війною проблем (50% опитаних).

### ВПЛИВ ВІЙНИ НА ЕКСПОРТНУ ДІЯЛЬНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ

Більше половини опитаних бізнесів (55%) є експортерами, однак не всім вдалося зберегти свою експортну діяльність після початку війни. Зокрема майже половині (47%) експортерів довелося припинити експорт після 24 лютого 2022 року, а станом на проведення опитування експортна діяльність не була відновлена. Ще 9% опитаних експортерів припиняли експорт після початку війни, але змогли відновити. Решта експортерів (48%) продовжували постачати свою продукцію за кордон, незважаючи на війну.

Необхідно зазначити, що більше третини (37%) опитаних підприємств ніколи не мали експорту і не планують його. Однак 7% респондентів також раніше не експортували, але хочуть розпочати експортну діяльність найближчим часом. Це може підтверджувати оптимізм частини бізнесу, який має позитивні очікування щодо найближчого майбутнього.

Рис. 18. Вплив на експортну діяльність (% опитаних експортерів)



**Результати для бізнесу різного розміру.** Результати опитування підтверджують, що зі зростанням розміру бізнесу зростає імовірність проведення експортної діяльності. Зокрема, ніколи не мали експорту 69% мікро- та 59% малих бізнесів. Водночас для середніх підприємств цей показник становить лише 19% та 13%.<sup>4</sup> При цьому, саме експортна діяльність малого та середнього бізнесу постраждала більше ніж у великого бізнесу. Зокрема припинили експорт після 24 лютого 2022 і не відновили його на момент опитування 65% малих та 51% середніх підприємств. При цьому, для великих підприємств цей показник становить лише 33%.

**Результати за регіонами.** Результати свідчать, що припинення експорту переважно не залежить від географічного розташування підприємства, оскільки постраждали експортери в різних регіонах країни. Зокрема, припинили експорт і не змогли його відновити 27% експортерів Дніпропетровської, 22% Вінницької та 20% Волинської областей. Водночас у місті Києві цей показник становить 82%. Найнижча частка підприємств, які не змогли відновити експорт, на Закарпатті – 13% опитаних.

### Проблеми при експорті після 24 лютого 2022 року

Результати опитування свідчать, що лише 5% експортерів не мають проблем з експортом після початку війни. При цьому головною проблемою для бізнесу є неможливість виготовляти достатньо товарів (надавати послуг), щоб відповідати попиту на зовнішніх ринках – 34% опитаних. На другій сходинці перешкод черги на західних кордонах України, про які вказали 32% експортерів. На третьому місці перешкод падіння попиту на продукцію/послуги підприємства на зовнішніх ринках (28%). Окрім цього,

<sup>4</sup> Необхідно зауважити, що такий високий рівень залучення бізнесу до експортної діяльності також відображає особливості вибірки для опитування, яка, у першу чергу, відображає найбільші підприємства-представники виробничої промисловості.

респонденти часто скаржаться на неможливість здійснювати експорт морем через блокування морських шляхів (27%). Також експортери виділяють інші логістичні проблеми – брак залізничних вагонів, вантажівок та водіїв (26%).

Рис. 19. Перешкоди, з якими зіткнулося підприємство при експорті після 24 лютого 2022 року<sup>5</sup>



Частина експортерів серед проблем виділяє питання роботи митниці. Зокрема на складні митні формальності скаржаться 17% опитаних, а корупцію на митниці – 5%. Для 12% опитаних проблемою стала необхідність переорієнтувати експорт з ринків СНД на інші країни. Окрім цього, частина експортерів також вказала власні варіанти перешкод при експорті. Зокрема, респонденти згадували про подорожчання доставки, зупинку роботи кур'єрських служб та обмеження для виїзду чоловіків-водіїв. Окрім цього, частина експортерів просто ще не змогла відновити роботу підприємства.

**Результати для бізнесу різного розміру та галузей.** Актуальність окремих перешкод відрізняється для бізнесу різного розміру. Наприклад, великий бізнес частіше скаржиться на логістичні проблеми: неможливість здійснювати експорт морським шляхом, брак залізних вагонів/вантажівок/водіїв. Водночас, для малого бізнесу більш болючим є падіння попиту на його продукцію/послуги на зовнішніх ринках та корупцію на митниці. Наприклад, серед великих підприємств немає жодного респондента, який поскаржився на корупцію на митниці.

Необхідно зауважити, що серед експортерів у вибірці домінують промислові підприємства. Таким чином, рейтинг перешкод відображає насамперед проблеми українських переробних підприємств.

#### Вплив війни на кількість іноземних ринків

Результати дослідження підтверджують суттєве скорочення експортних можливостей України. Майже кожен п'ятий експортер повністю припинив експортну діяльність взагалі (18% опитаних).<sup>6</sup> Окрім цього, кожен другий експортер (50%) повідомляє, що кількість країн призначення, до яких відбувався експорт товарів/послуг, зменшилася в порівнянні з довоєнним часом. Таким чином, лише 30% підприємств не відчували скорочення країн-торговельних партнерів, а 2% навіть змогли розширити географію експорту.

<sup>5</sup> Сума відповідей може перевищувати 100%, оскільки респонденти мали змогу вибрати декілька відповідей.

<sup>6</sup> Слід зауважити, що частина підприємств, які припинили експорт, також оцінила питання про скорочення ринків.

Рис. 20. Чи змінилася кількість країн, у які Ваше підприємство експортує товари/послуги, у порівнянні з довоєнним часом? (% експортерів)



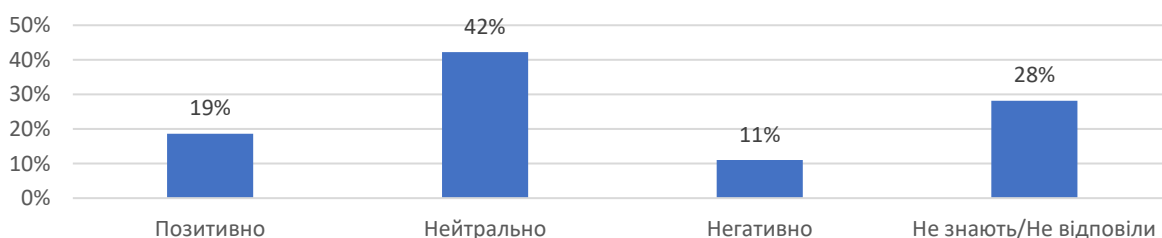
**Результати для бізнесу різного розміру.** Про скорочення напрямків торгівлі повідомляють, насамперед, великі підприємства. Про зменшення кількості країн, до яких відбувається експорт товарів/послуг, вказав 61% представників великого бізнесу. Водночас, цей показник становить 36% для малих та 48% для середніх підприємств. Однак серед великого бізнесу найменша частка підприємств, яким довелося припинити експорт повністю, лише 7% опитаних. Малі та середні підприємства в декілька разів частіше повідомляли про припинення експортної діяльності – 21% та 24%, відповідно. Такі результати можуть свідчити, що великий бізнес більш стійкий до викликів під час військового стану ніж сектор МСП. Тому більш імовірно, що великі підприємства лише скорочують експортну діяльність, але не припиняють її повністю.

## ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА

### Оцінка державної політики з підтримки бізнесу

Підприємцям та керівникам підприємств було запропоновано оцінити теперішню державну політику з підтримки бізнесу. Вони могли оцінити її позитивно, негативно або нейтрально. Найбільша частка відповідей (42%) припала на варіант «нейтрально». Разом із цим, позитивних оцінок більше ніж негативних: 19% респондентів позитивно оцінили державну політику з підтримки бізнесу, а 11% – негативно. Решта 28% опитаних не змогли відповісти на це запитання.

Рис. 21. Оцінка державної політики з підтримки бізнесу



Мікропідприємства дещо гірше оцінюють державну політику з підтримки бізнесу ніж бізнес більших розмірів. Серед них 14% дали негативні оцінки, тоді як серед малих, середніх і великих підприємств ця частка знаходиться в межах 10 - 12%. Також представники мікропідприємств частіше від інших не могли дати такої оцінки (37%, серед решти – від 23% до 28%). У розрізі галузей позитивні оцінки найчастіше надають сільськогосподарські підприємства (33%), найрідше – бізнес, що працює у сфері послуг (12%).

Більше половини опитаних представників бізнесу Волинської області (52%) оцінили державну політику з підтримки бізнесу позитивно. Висока частка опитаних дали позитивні оцінки і в Київській області (40%). Разом із цим, кожен п'ятий, опитаний у Київській області (20%), оцінив державну політику з підтримки бізнесу негативно. Це одна з найбільших часток у порівнянні з іншими областями. Негативні оцінки цієї політики також відносно часто висловлювали в Чернігівській (20%), Хмельницькій (19%), Дніпропетровській (18%) областях та в м. Києві (17%).

## Очікувані кроки економічної або регуляторної політики з боку держави

У рамках цього опитування представники бізнесу відповіли на запитання про те, які, на їхню думку, кроки економічної або регуляторної політики з боку держави покращили б ситуацію для їхніх підприємств у теперішніх умовах. Це запитання було відкритим, тобто респонденти могли дати відповідь своїми словами.

Серед очікувань, які висловлювали найчастіше, – зменшення або скасування податків, у тому числі податків на землю і нерухомість, акцизів, митних платежів при імпорті, а також податкові канікули. Декілька респондентів назвали таким необхідним кроком розблокування податкових накладних. Окремі респонденти сказали, що потрібні зміни в оподаткуванні, не називаючи, які саме. Зокрема, у контексті податків респонденти говорили таке: «зменшення податків», «зменшення податкового навантаження», «зменшення фіскального тиску», «податкові канікули», «розблокування податкових накладних, які були до війни», «скасування акцизу», «скасування ПДВ», «відшкодування ПДВ», «відновлення електронного обліку ПДВ», «зменшення або тимчасове скасування мита», «зміна системи оподаткування на всіх рівнях», «на нерухомість і землю зменшити податки», «не треба підвищувати військовий збір до 3%».

Вагома частка очікувань стосується кредитів: це доступні кредити, пільгові або безвідсоткові кредити, кредитні канікули, компенсація відсотків за наявними кредитами, а також спрощені процедури отримання кредиту. Серед прикладів таких рекомендацій від респондентів такі: «відкриття кредитних ліній для іншого бізнесу (не тільки аграрного)», «доступні й дешеві кредити», «нульове кредитування або зменшення відсоткової ставки», «надання обігових коштів (можна пільговий кредит) для термінового запуску виробництва», «кредитування під купівлю обладнання та сировини, ми могли б вийти на експорт», «швидкі або прості (без величезних анкет на сто сторінок та купу довідок) гроші під низькі відсотки для бізнесу».

Таблиця 1. Основні очікування респондентів від державної політики

| Основні очікування від державної політики   |
|---------------------------------------------|
| • податкові та митні пільги                 |
| • доступні кредити                          |
| • спрощення законодавства і митних процедур |
| • державні замовлення                       |
| • інвестиції у відновлення                  |
| • інформація та консультації                |

Досить часто говорили про необхідність державних замовлень та про спрощення законодавства, митних процедур і, зокрема, імпорту. До того ж, у контексті імпорту декілька представників бізнесу очікують лібералізацію некритичного імпорту. Говорячи про законодавчі спрощення, зокрема, вказували на такі: «спрощення законодавства», «відтермінування введення касових апаратів», «дозвіл на тимчасовий перетин кордону чоловіків, пов'язаний з експортними бізнес-процесами», «зменшення бюрократії», «спрощення митних процедур», «дозвіл валютних операцій для імпорту продукції», «дозволити ринковий курс валют», «зміна критеріїв критичного імпорту», «розширення списку критичного імпорту», «спростити умови для закупівлі сировини», «прибрати непотрібну сертифікацію».

Також представники бізнесу говорять про важливість інвестицій – зокрема, очікують інвестиції на відновлення пошкодженого майна та доріг, страхування інвестицій у майно та надходження іноземних інвестицій: «виділення коштів на ремонт та відбудову житлового фонду», «дотації для підтримки бізнесу, що постраждав», «інвестиції на відновлення пошкодженого майна», «підтримка та відродження регіонів України, які були в окупації або в оточенні».

Деякі опитані висловили потребу в стабілізації або регулюванні цін на пальне та збільшенні його поставок. Частина респондентів мають потреби в налагодженні логістики та в отриманні інформації або консультацій

про зміни в законодавстві під час війни. Інші, менш поширені, побажання, висловлені бізнесом, стосуються як митних питань, так і мобілізації працівників і діяльності окремих політиків: «допоможіть вийти з окупації», «зменшити корупцію», «припинити контрабанду», «синхронізація європейських та українських митниць», «необхідно напрацювати прозорий механізм щодо можливості бронювання критично важливих працівників для підприємства», «звільнити Гетьманцева», «не заважати підприємцям».

Крім того, незважаючи на те, що це запитання стосувалося лише економічної або регуляторної політики в реаліях війни та не передбачало інших сценаріїв, представники бізнесу часто говорили про те, що насамперед потрібно виграти війну, щоб війна припинилася та щоб настав мир. Ця відповідь у різних формулюваннях була найбільш поширеною, хоча й виходила за рамки запитання.

## МЕТОДОЛОГІЯ ОПИТУВАННЯ

Опитування «Український бізнес в умовах війни» було проведено за допомогою поєднання декількох методів кількісного опитування: самостійне заповнення онлайн-форми та особистого опитування представників бізнесу із внесенням відповідей в онлайн-форму.

Насамперед, ІЕД розіслав українським підприємствам анкету цього опитування у вигляді онлайн-форми. Частина респондентів заповнили її самі. Також ІЕД через партнерів у регіонах організував опитування, коли ці ж питання були поставлені представникам бізнесу інтерв'юерами, а відповіді респондентів були внесені в онлайн-форму. Завдяки цьому всі відповіді – і заповнені респондентами самостійно, і надані інтерв'юерам – були зібрані в одній базі даних. Після завершення опитування експерти ІЕД провели контроль та очищення даних і проаналізували відповіді.

У цьому опитуванні, зокрема, вивчаються показники ділового клімату та кон'юнктури, які досліджує ІЕД у щоквартальних опитуваннях промислових підприємств у рамках проєкту «Ділова думка». Це, зокрема, агрегований показник перспектив промисловості, а також індекси, які в числовому вимірі показують нещодавні зміни таких важливих для бізнесу показників, як обсяги виробництва та реалізації, обсяги експорту, запаси сировини та матеріалів, кількість нових замовлень та інших та очікування бізнесу щодо їхніх змін у короткотривалих термінах – протягом наступних 1 - 2 місяців.

Усі наведені нижче індекси рахуються за єдиною методологією. Ми зараховуємо відповіді як +1, коли підприємство відповідає, що показник збільшився, 0, якщо він не змінився і -1, якщо він зменшився. Наприклад, якщо зі 100 респондентів 20 вказали на зростання виробництва, 50 респондентів – на його скорочення, і 30 зазначили, що все залишилося без змін, то відповідне значення індексу буде -0,30. Додатне (від'ємне) значення індексу означає, що частка підприємств, на яких зросло виробництво, є більшою (меншою) ніж кількість тих, на яких виробництво скоротилось.

За допомогою таких індексів можна відстежувати динаміку змін цих показників, порівнювати їх у часі та швидко оцінювати загальний напрямок змін умов для ведення бізнесу та ситуації на підприємствах.

Польовий етап опитування тривав з 28 квітня до 7 травня 2022 року.

## ВИБІРКА

Усього було опитано 327 підприємств, які представляють різні галузі. Більшість опитаного бізнесу (304 підприємства або 93% вибірки) – юридичні особи. 7% або 27 СПД – це фізичні особи-підприємці (ФОП).

Опитані підприємства знаходяться у Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Закарпатській, Запорізькій, Івано-Франківській, Київській, Кіровоградській, Львівській, Одеській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Тернопільській, Хмельницькій, Черкаській, Чернівецькій і Чернігівській областях та в місті Києві. У кожному з цих регіонів знаходиться від 3-х до 32-х опитаних підприємств. Варто зазначити, що в опитуванні підприємства вказували ту область, у якій вони знаходилися до початку повномасштабної війни.

Серед опитаних підприємств є підприємства різних розмірів, які визначаються за кількістю працівників. Сорок дев'ять підприємств або 15% вибірки – це мікропідприємства (до 10-ти працівників включно). Дев'яносто п'ять підприємств або 29% вибірки – малі (від 11-ти до 50-ти працівників). Середніх підприємств (на яких зайняті від 51-го до 250-ти працівників) – 115 або 35% вибірки. Шістдесят вісім підприємств або 21% вибірки – це великі підприємства (більше ніж 250 працівників).

Найбільшу частку вибірки за сектором – 266 підприємств або 81% – склали промислові підприємства. Але серед опитаного бізнесу є і представники сектору послуг (34 підприємства або 10% вибірки), торгівлі (15 підприємств або 5% вибірки) та сільського господарства (12 підприємств або 4% вибірки).

**ДОДАТОК 1. Результати опитування у цифрах****Показники діяльності підприємств та ділового середовища**

Показники діяльності підприємств та ділового середовища за розміром, індекси змін

|                                                              | Усі   | Мікро- | Малі  | Середні | Великі |
|--------------------------------------------------------------|-------|--------|-------|---------|--------|
| <b>Виробництва</b>                                           | -0,55 | -0,64  | -0,67 | -0,59   | -0,45  |
| Очікуваних змін виробництва                                  | 0,12  | 0,18   | 0,04  | 0,28    | 0,05   |
| <b>Продажів</b>                                              | -0,48 | -0,70  | -0,63 | -0,50   | -0,40  |
| Очікуваних змін продажів                                     | 0,11  | 0,13   | 0,07  | 0,27    | 0,02   |
| <b>Експорт</b>                                               | -0,42 | -0,60  | -0,63 | -0,72   | -0,64  |
| Очікуваних змін експорту                                     | 0,07  | 0,00   | 0,07  | 0,31    | -0,03  |
| <b>Дебіторська заборгованість</b>                            | 0,15  | 0,24   | 0,09  | 0,18    | 0,21   |
| Очікуваних змін дебіторської заборгованості                  | 0,00  | -0,16  | -0,10 | -0,02   | 0,09   |
| <b>Кредиторська заборгованість</b>                           | 0,10  | 0,15   | 0,04  | 0,07    | 0,25   |
| Очікуваних змін кредиторської заборгованості                 | 0,00  | -0,03  | 0,00  | 0,00    | 0,02   |
| <b>Запаси сировини</b>                                       | -0,62 | -0,49  | -0,64 | -0,72   | -0,66  |
| Очікуваних змін запасів сировини                             | 0,01  | -0,15  | -0,10 | 0,12    | 0,00   |
| <b>Запаси готової продукції</b>                              | -0,33 | 0,03   | -0,31 | -0,44   | -0,45  |
| Очікуваних змін запасів готової продукції                    | -0,08 | -0,33  | -0,07 | -0,12   | -0,08  |
| <b>Нові замовлення</b>                                       | -0,52 | -0,60  | -0,58 | -0,51   | -0,52  |
| Очікуваних змін нових замовлень                              | 0,10  | 0,26   | 0,08  | 0,15    | 0,10   |
| <b>Кількість працівників</b>                                 | -0,54 | -0,61  | -0,58 | -0,55   | -0,55  |
| Очікуваних змін кількості працівників                        | 0,01  | 0,00   | 0,03  | -0,01   | 0,02   |
| <b>Кількість працівників у вимушених відпустках</b>          | 0,35  | 0,61   | 0,38  | 0,34    | 0,40   |
| Очікуваних змін кількості працівників у вимушених відпустках | -0,01 | -0,12  | 0,11  | -0,02   | -0,07  |
| <b>Оцінка фінансово-економічної ситуації</b>                 | -0,36 | -0,59  | -0,45 | -0,28   | -0,34  |
| Очікувані зміни фінансово-економічної ситуації               | 0,07  | 0,14   | 0,00  | 0,27    | -0,11  |
| <b>Оцінка ділового середовища</b>                            | -0,54 | -0,64  | -0,57 | -0,47   | -0,64  |
| Очікувані зміни ділового середовища                          | 0,01  | 0,04   | -0,05 | 0,24    | -0,18  |

**Проблеми, з якими зіштовхується бізнес під час війни**

Проблеми, з якими зіштовхується бізнес під час війни, за розміром бізнесу, індекси змін

|                                                                     | Усі | Мікро- | Малі | Середні | Великі |
|---------------------------------------------------------------------|-----|--------|------|---------|--------|
| <b>Зростання цін на сировину/матеріали/товари</b>                   | 55% | 53%    | 54%  | 52%     | 65%    |
| <b>Брак палива</b>                                                  | 54% | 22%    | 55%  | 58%     | 68%    |
| <b>Складнощі з перевезенням сировини/товарів територією України</b> | 44% | 41%    | 39%  | 46%     | 51%    |
| <b>Зменшення попиту на продукцію/послуги</b>                        | 43% | 63%    | 51%  | 33%     | 34%    |
| <b>Брак робочої сили внаслідок призову та/або виїзду</b>            | 39% | 31%    | 37%  | 40%     | 45%    |
| <b>Брак обігових коштів</b>                                         | 36% | 41%    | 46%  | 34%     | 22%    |
| <b>Небезпечно працювати</b>                                         | 34% | 33%    | 32%  | 35%     | 34%    |
| <b>Заборона імпорту сировини/напівфабрикатів/товарів</b>            | 30% | 16%    | 27%  | 35%     | 34%    |

|                                                 |     |     |     |     |     |
|-------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Перебої з електро-, водо- або тепло-постачанням | 12% | 18% | 10% | 11% | 12% |
| Пошкодження майна/товару внаслідок бойових дій  | 7%  | 10% | 3%  | 6%  | 9%  |
| Не було проблем                                 | 2%  | 0%  | 3%  | 4%  | 0%  |

Проблеми, з якими зіштовхується бізнес під час війни, за сектором, % опитаних

|                                                              | Усі | С/г | Промисловість | Торгівля | Послуги |
|--------------------------------------------------------------|-----|-----|---------------|----------|---------|
| Зростання цін на сировину/матеріали/товари                   | 55% | 50% | 57%           | 67%      | 35%     |
| Брак палива                                                  | 54% | 70% | 54%           | 33%      | 59%     |
| Складнощі з перевезенням сировини/товарів територією України | 44% | 70% | 46%           | 40%      | 26%     |
| Зменшення попиту на продукцію/послуги                        | 43% | 10% | 43%           | 67%      | 41%     |
| Брак робочої сили внаслідок призову та/або виїзду            | 39% | 10% | 41%           | 33%      | 29%     |
| Брак обігових коштів                                         | 36% | 40% | 35%           | 40%      | 41%     |
| Небезпечно працювати                                         | 34% | 40% | 33%           | 33%      | 38%     |
| Заборона імпорту сировини/напівфабрикатів/товарів            | 30% | 10% | 31%           | 47%      | 15%     |
| Перебої з електро-, водо- або тепло-постачанням              | 12% | 20% | 10%           | 13%      | 21%     |
| Пошкодження майна/товару внаслідок бойових дій               | 7%  | 10% | 6%            | 13%      | 3%      |
| Не було проблем                                              | 2%  | 0%  | 3%            | 0%       | 0%      |

#### Оцінка державної політики з підтримки бізнесу

Оцінка державної політики з підтримки бізнесу за розміром бізнесу, % опитаних

|                        | Усі | Мікро- | Малі | Середні | Великі |
|------------------------|-----|--------|------|---------|--------|
| Позитивно              | 19% | 18%    | 17%  | 20%     | 19%    |
| Нейтрально             | 42% | 31%    | 43%  | 47%     | 41%    |
| Негативно              | 11% | 14%    | 12%  | 10%     | 10%    |
| Не знають/Не відповіли | 28% | 37%    | 28%  | 23%     | 29%    |

Оцінка державної політики з підтримки бізнесу за сектором, % опитаних

|                        | Усі | С/г | Промисловість | Торгівля | Послуги |
|------------------------|-----|-----|---------------|----------|---------|
| Позитивно              | 19% | 33% | 19%           | 20%      | 12%     |
| Нейтрально             | 42% | 25% | 44%           | 27%      | 41%     |
| Негативно              | 11% | 8%  | 11%           | 20%      | 6%      |
| Не знають/Не відповіли | 28% | 33% | 26%           | 33%      | 41%     |

#### Вплив війни

Оцінка впливу війни на обсяги виробництва товарів та послуг (за розміром бізнесу), % опитаних

|                                               | Усі | Мікро | Малі | Середні | Великі |
|-----------------------------------------------|-----|-------|------|---------|--------|
| Підприємство не працює                        | 10% | 18%   | 10%  | 10%     | 6%     |
| Працює на менше ніж 25% від довоєнних обсягів | 17% | 29%   | 16%  | 11%     | 20%    |

|                                                   |     |     |     |     |     |
|---------------------------------------------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Приблизно на 25% - 49% від довоєнних обсягів      | 17% | 22% | 17% | 11% | 17% |
| Приблизно на 50% - 74% від довоєнних обсягів      | 26% | 14% | 28% | 27% | 27% |
| Приблизно на 75% - 99% від довоєнних обсягів      | 16% | 6%  | 15% | 23% | 15% |
| На 100% та більше відсотків від довоєнних обсягів | 15% | 10% | 13% | 19% | 15% |

Чи перенесло ваше підприємство свої потужності в більш безпечні регіони?, % опитаних

|                                                     | Усі | Мікро- | Малі   | Середні | Великі |
|-----------------------------------------------------|-----|--------|--------|---------|--------|
| Знаходимося в процесі перенесення потужностей зараз | 3%  | 6,1%   | 0,0%   | 6,3%    | 0,0%   |
| Ні, і не плануємо                                   | 93% | 87,9%  | 100,0% | 89,5%   | 93,1%  |
| Ні, але плануємо перенести                          | 3%  | 0,0%   | 0,0%   | 3,2%    | 6,9%   |
| Так, перенесли                                      | 1%  | 0,0%   | 0,0%   | 3,2%    | 6,9%   |

### Вплив війни на експорт

Зміни експортної діяльності через війну, % опитаних

|                                                                                                    | Усі | Мікро- <sup>7</sup> | Малі | Середні | Великі |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------|------|---------|--------|
| Продовжує експорт                                                                                  | 44% | -                   | 30%  | 37%     | 61%    |
| Підприємство припинило експорт після початку повномасштабної війни 24.02.2022 і зараз не експортує | 47% | -                   | 65%  | 51%     | 33%    |
| Підприємство припинило експорт після початку повномасштабної війни, але зараз відновило його       | 9%  | -                   | 5%   | 13%     | 7%     |

Чи змінилася кількість країн, у які Ваше підприємство експортує товари/послуги, у порівнянні з довоєнним часом?, % опитаних

|                                        | Усі | Мікро- <sup>8</sup> | Малі  | Середні | Великі |
|----------------------------------------|-----|---------------------|-------|---------|--------|
| Ні, не змінилася                       | 30% | -                   | 42,9% | 27,6%   | 29,5%  |
| Підприємство припинило експорт взагалі | 18% | -                   | 21,4% | 24,1%   | 6,8%   |
| Так, змінилася: цих країн стало більше | 2%  | -                   | 0,0%  | 0,0%    | 2,3%   |
| Так, змінилася: цих країн стало менше  | 50% | -                   | 35,7% | 48,3%   | 61,4%  |

<sup>7</sup> Наповнюваність підвибірки недостатня для аналізу мікропідприємств у цьому запитанні.

<sup>8</sup> Наповнюваність підвибірки недостатня для аналізу мікропідприємств у цьому запитанні.