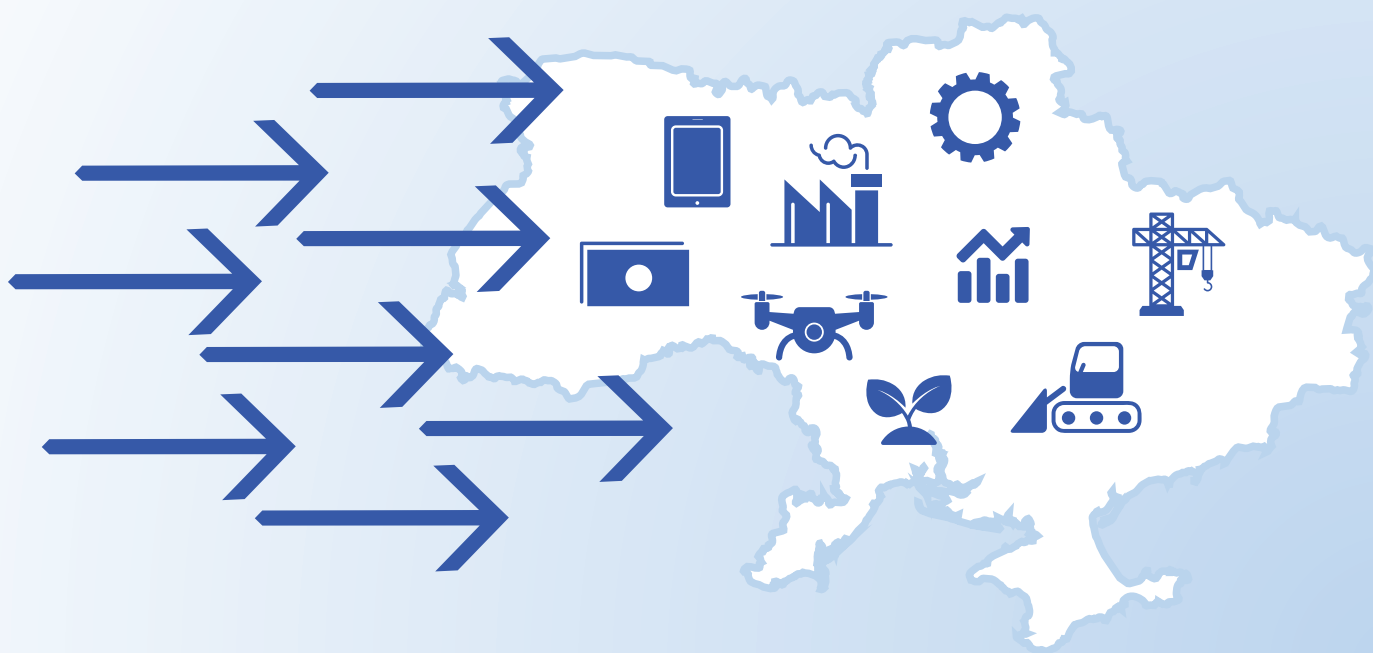


Актуальні виклики бізнесу та інвестиційної привабливості України



Зміст

Вступ	4
Основні висновки та рекомендації для формування державної політики	5
Ключові результати: український бізнес	6
Ключові результати: порівняння за розмірами	7
Ключові результати: іноземні інвестори	8
Рекомендації для державної політики	9
Основні тенденції та виклики для бізнесу й інвестиційного клімату	9
Вибірка (загальна характеристика респондентів)	10
 Розділ 1. Умови ведення бізнесу в Україні	13
1. 1. Основні проблеми для бізнесу	13
Брак робочої сили	14
Вплив війни на бізнес	16
 1.2. Захист прав власності	17
Рівень захисту прав власності в Україні	17
Рівень довіри до судової системи	17
Застосування механізмів захисту прав та прав власності,	18
Оцінка ефективності механізмів захисту	20
Недобросовісна конкуренція	20
Механізми захисту від недобросовісної конкуренції	21
 1.3. Публічні закупівлі	22
Участь у публічних закупівлях	22
Фактори, які стримують від участі в закупівлях	23
Прозорість публічних закупівель	24
Корупція в публічних закупівлях	24
 1.4. Взаємодія з органами влади	25
Взаємодія з податковою	25
Тиск фіскальних та/або правоохоронних органів	26
 1.5. Доступ до ресурсів та інструменти підтримки	27
Доступ до фінансування	27
Участь в державних програмах підтримки	28
Страховання воєнних ризиків	28
Бажана підтримка від держави	29

Розділ 2. Євроінтеграція.....31

2.1. Обізнаність бізнесу щодо євроінтеграції.....31

Можливості євроінтеграції 32

Рівень комунікації зі сторони держави щодо євроінтеграції для бізнесу 32

Недоліки в комунікації 33

Побажання щодо комунікації..... 34

2.2. Експорт в ЄС.....36

Наявність експорту в ЄС 36

Бар'єри для експорту в ЄС..... 36

Очікувані заходи зі сторони держави для подолання бар'єрів
виходу українського бізнесу на ринки ЄС.....37

Розділ 3. Інвестиційна привабливість України40

3.1. Інвестиційний потенціал40

Найбільш інвестиційно привабливі галузі40

Поінформованість іноземного бізнесу про бізнес-клімат та інвестиції в Україні.....41

Форми входу на ринок та здійснення інвестицій в Україні 42

3.2. Бар'єри для інвестицій.....43

Перешкоди для відкриття або розширення іноземного бізнесу в Україні..... 44

Законодавчі та регуляторні перешкоди після завершення війни..... 45

3.3. Інституційні чинники інвестиційної привабливості.....46

Вплив євроінтеграції на інвестиції46

Вплив корупції та прозорості ведення бізнесу в Україні47

3.4. Інструменти стимулювання інвестицій48

Оцінка можливих стимулів іноземним бізнесом.....49

Заходи уряду та місцевої влади49

Методологія.....50

Вступ

Четвертий рік повномасштабної війни став для українського бізнесу періодом одночасно значних втрат та адаптації. Підприємства продовжують працювати в умовах безпекових ризиків, кадрового дефіциту, логістичних обмежень та високої невизначеності. Водночас бізнес поступово перебудовує виробничі процеси, змінює ринки збуту та поглиблює інтеграцію до європейських ринків. У цих умовах особливого значення набувають якості інституційного середовища, передбачуваність державної політики, доступ до правосуддя та рівень довіри між бізнесом і державою. Водночас інвестиційна привабливість України дедалі більше визначається не лише економічним потенціалом окремих секторів, а й якістю інституцій, передбачуваністю державної політики та доступністю механізмів управління воєнними ризиками.

З огляду на важливість системного моніторингу змін у бізнес-середовищі, Рада бізнес-омбудсмена України вже вдруге проводить дослідження, присвячене актуальним викликам бізнесу та інвестиційній привабливості України.

Метою цього дослідження є комплексний аналіз актуальних викликів, які стоять перед українським бізнесом, оцінка взаємодії підприємств із державними

інституціями, отримання розуміння сприйняття євроінтеграційних процесів, а також визначення ключових факторів, які впливають на інвестиційну привабливість України. Дослідження також має на меті виявити бар'єри та умови, які можуть сприяти активізації внутрішніх та зовнішніх інвестицій у контексті воєнного часу та майбутнього повоєнного відновлення.

Автори дослідження висловлюють вдячність організаціям та інституціям, які підтримали проведення дослідження та сприяли поширенню анкети серед представників українського та міжнародного бізнесу. Зокрема, щиро дякуємо Урядовому офісу із залучення та підтримки інвестицій, Американській торговельній палаті в Україні, Європейській бізнес асоціації, Українсько-чеській торговельній палаті, Франко-українській торговельній палаті, Польсько-українській торговельній палаті, Міжнародному товариству польських підприємців в Україні, Закордонному торговельному бюро Польської агенції інвестицій та торгівлі в Києві.

Опитування та узагальнення результатів проведене Інститутом економічних досліджень та політичних консультацій на замовлення Ради бізнес-омбудсмена України.

Авторами дослідження від Інституту економічного дослідження є:

Оксана Кузяків, Євген Ангел, Анастасія Гулік.

Від Ради бізнес-омбудсмена над дослідженням працювали:

Заступниця бізнес-омбудсмена **Тетяна Коротка**;

Старший менеджер з питань відновлення **Дмитро Полянський**;

Економічний аналітик **Ірина Ткаченко**;

Старша менеджерка з правових питань відновлення **Олена Чорна**;

Юрист з питань відновлення **Альона Видюк**.

ОСНОВНІ ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

для формування державної політики

Дослідження демонструє, що український бізнес зберігає високу адаптивність та орієнтацію на розвиток навіть в умовах триваючої війни. Головними стримуючими факторами для розвитку бізнесу сьогодні є кадровий дефіцит, воєнні ризики та слабкість інституційного середовища. Водночас європейська інтеграція та інвестиційний потенціал України оцінюються позитивно, а ключовими передумовами для подальшого економічного розвитку є посилення верховенства права, боротьба з корупцією, забезпечення захисту прав власності та створення передбачуваних умов для ведення бізнесу.

Дослідження показує, що потреби великого та малого бізнесу суттєво відрізняються. Якщо для великих підприємств першочерговими є виклики пов'язані з мобілізацією персоналу, забезпечення повернення трудових ресурсів, розвиток логістики та експортної інфраструктури, то для малого бізнесу ключовими викликами є розширення доступу до фінансування, підвищення конкурентоспроможності на ринку праці та практична підтримка в адаптації до нових регуляторних вимог. Це означає, що державна політика підтримки має бути диференційованою залежно від масштабу підприємств.

Водночас результати опитування іноземного бізнесу свідчать про збереження значного інтересу до України як майбутнього напрямку інвестування. Для міжнародних інвесторів вирішальне значення мають не спеціальні податкові режими чи окремі стимули, а якість інституційного середовища – ефективна боротьба з корупцією, незалежна судова

система, надійний захист інвестицій і передбачувана державна політика. Це підтверджує, що відновлення України та успішне залучення приватного капіталу мають ґрунтуватися насамперед на зміцненні інституцій, поглибленні європейської інтеграції та формуванні довіри між державою, бізнесом і міжнародними партнерами.

Отримані результати свідчать, що подальший економічний розвиток України та її інвестиційна привабливість визначатимуться насамперед якістю інституційного середовища та здатністю державної політики відповідати на реальні потреби бізнесу. Пріоритетними напрямками мають стати подолання кадрового дефіциту, забезпечення верховенства права та ефективного захисту прав власності, боротьба з корупцією, розвиток експортної та логістичної інфраструктури, а також розширення доступу до фінансування, особливо для малого і середнього бізнесу. Водночас успішне залучення іноземних інвестицій потребує формування передбачуваного регуляторного середовища, незалежної судової системи та дієвих механізмів захисту інвесторів. Реалізація цих пріоритетів у поєднанні з подальшим просуванням на шляху європейської інтеграції створить умови для сталого економічного зростання та успішної післявоєнної відбудови України.

Нижче наведено ключові результати дослідження, що характеризують поточний стан бізнес-середовища в Україні, відмінності між різними категоріями підприємств та оцінки іноземних інвесторів.

Ключові результати: український бізнес

1. Український бізнес демонструє високу стійкість, але працює в умовах постійних викликів

- Практично всі підприємства стикаються з певними проблемами: лише 0,3% респондентів повідомили, що не мають жодних труднощів.
- Найбільшим викликом залишається дефіцит робочої сили (70,8%), який бізнес пов'язує насамперед із мобілізацією працівників та їхнім виїздом за кордон.
- Серед інших ключових проблем – зростання цін на сировину та ресурси (48,7%), скорочення ринків збуту (34,2%), логістичні обмеження (32,9%), а також енергетичні та безпекові ризики.

2. Війна змінила структуру основних проблем бізнесу

- Найбільший негативний вплив повномасштабного вторгнення пов'язаний із кадровим дефіцитом та втратою персоналу.
- Також суттєвими наслідками є перебої з електропостачанням, падіння попиту та логістичні труднощі.
- Лише 1,7% підприємств заявили, що війна не вплинула на їхню діяльність.

3. Ключова проблема інституційного середовища – низька довіра до системи захисту прав власності

- 63,6% бізнесу оцінюють рівень захисту прав власності як низький або скоріше низький.
- 63,1% не довіряють судовій системі у питаннях захисту бізнесу.
- Найефективнішими механізмами захисту підприємства вважають адвокатів та юридичні компанії, тоді як правоохоронні органи отримали найнижчі оцінки ефективності.

4. Недобросовісна конкуренція та корупція не є масовими явищами, але залишаються проблемою для окремих компаній

- Майже дві третини підприємств (64,2%) не стикалися з проявами недобросовісної конкуренції.

- 46,8% бізнесів ніколи не стикалися з корупцією у сфері публічних закупівель.
- Водночас близько чверті компаній повідомляють про окремі випадки недобросовісної конкуренції або корупційних проявів.

5. Взаємодія з державними органами залишається неоднозначною

- Переважна більшість оцінює взаємодію з податковими органами як нейтральну.
- Разом із тим, близько кожного п'ятого підприємства повідомляє про випадки неправомірного тиску.
- Серед тих, хто стикався з таким тиском, найчастіше згадується Державна податкова служба.

6. Бізнес потребує фінансових ресурсів і практичних інструментів підтримки

- Доступ до кредитування загалом оцінюється як прийнятний, однак мікро- та малий бізнес стикаються з більшими труднощами.
- Лише 14,7% підприємств мають страхування воєнних ризиків, а половина бізнесу вважає його фактично недоступним.
- Найбільш затребуваною державною підтримкою є фінансова допомога, а також експортні програми, сертифікаційна підтримка та спрощення регуляторного режиму.

7. Євроінтеграція сприймається як можливість, але бізнес очікує більш прикладної комунікації

- Український бізнес загалом позитивно оцінює перспективи інтеграції до ЄС і бачить у ній можливості для партнерств, інвестицій та доступу до ринку.
- Водночас понад половина респондентів вважає державну комунікацію щодо євроінтеграції недостатньою.
- Основний запит бізнесу – це практичні роз'яснення, онлайн-портали, гайди та вебінари.

8. Українські компанії вже активно інтегровані до ринку ЄС

- 61,1% опитаних уже експортують до країн ЄС, ще майже 10% планують почати експорт найближчим часом.
- Найбільшими бар'єрами залишаються висока вартість виходу на ринок, жорстка конкуренція, сертифікація та логістика.
- При цьому нестача інформації про ринок ЄС не є проблемою (лише 5% визначили це як бар'єр при експорті або виході на ринок ЄС), що свідчить про достатню обізнаність бізнесу.

9. Інвестиційний потенціал України залишається високим

- Найперспективнішими сферами для інвестування, представники бізнесу назвали енергетику, оборонну промисловість, IT, будівництво та аграрний сектор.

- Для іноземних компаній найбільш привабливими формами входу є інвестиції в уже існуючі підприємства та створення партнерств з українськими компаніями.

10. Вирішальним фактором для інвесторів є якість інституцій, а не податкові пільги як такі

- Основними бар'єрами для інвестицій бізнес вважає корупцію, недосконалість судової системи та регуляторну нестабільність.
- Курс України на вступ до ЄС позитивно впливає на інвестиційні рішення більшості потенційних інвесторів.
- Водночас результати дослідження показують, що інвестори очікують насамперед гарантій захисту інвестицій, верховенства права, прозорих правил гри та зниження рівня корупції, тоді як спеціальні економічні зони чи податкові пільги мають значно нижчий пріоритет.

Ключові результати: порівняння за розмірами

Розмір бізнесу визначає характер його викликів

1. Великі підприємства: системний кадровий дефіцит і потреба у стабільності

- Великі компанії найгостріше відчувають нестачу робочої сили: про цю проблему повідомили 81,4% таких підприємств.
- Основними причинами кадрового дефіциту вони називають мобілізацію працівників до ЗСУ (87%) та виїзд працівників за кордон (84,1%).
- Великі підприємства також частіше стикаються з логістичними обмеженнями, активніше користуються банківським кредитуванням і державними програмами підтримки та більшою мірою інтегровані в зовнішні ринки.
- Для них особливо важливими є гарантії захисту інвестицій, сертифікаційна підтримка та розвиток експортної інфраструктури.

2. Малий і мікробізнес: внутрішні ресурсні обмеження

- Хоча нестача кадрів залишається головною проблемою і для малого бізнесу, її масштаби є нижчими, ніж у великого бізнесу.
- Для мікропідприємств кадровий дефіцит значною мірою пояснюється неможливістю запропонувати конкурентний рівень оплати праці – цей фактор назвали 45,5% респондентів.
- Саме малий бізнес найчастіше стикається з обмеженим доступом до фінансування, практично не використовує державні програми підтримки та майже не має страхування від воєнних ризиків.
- Крім того, мікро- та малі підприємства демонструють нижчий рівень обізнаності щодо євроінтеграції та частіше потребують практичних роз'яснень і консультацій.

Ключові результати: іноземні інвестори

1. Попри війну, інтерес до України залишається високим

- Жоден з опитаних представників міжнародного бізнесу не заявив про відсутність інтересу до інвестування в Україну.
- Половина респондентів уже володіє базовою інформацією про український ринок, а понад третина оцінює свій рівень обізнаності як високий.
- Це свідчить, що Україна продовжує розглядатися як перспективний напрям для майбутніх інвестицій.

2. Війна залишається головним стримуючим фактором, але не єдиним

- Найбільшою перешкодою для відкриття або розширення бізнесу іноземні компанії називають ризики, пов'язані з війною (75%).
- Водночас значну роль відіграють обмежений доступ до фінансування та страхування, економічна невизначеність, а також можливі недобросовісні дії державних органів.
- Таким чином, навіть після завершення бойових дій інституційні ризики залишатимуться визначальними для інвестиційних рішень.

3. Головний запит інвесторів – верховенство права, а не податкові пільги

- Найважливішими умовами для покращення інвестиційного клімату іноземний бізнес вважає:
 - о зниження рівня корупції (90%);
 - о спрощення адміністративних процедур (75%);
 - о забезпечення доступу до правосуддя (65%).
- Натомість такі інструменти, як спеціальні економічні зони чи окремі податкові режими, мають значно нижчий пріоритет.

- Це свідчить, що інвестори насамперед очікують якісних інституцій та передбачуваного регуляторного середовища.

4. Європейська інтеграція є важливим стимулом для інвестицій

- Майже 95% респондентів зазначили, що курс України на вступ до ЄС повністю або частково впливає на їхні інвестиційні рішення.
- Для міжнародного бізнесу євроінтеграція є сигналом довгострокової стабільності, гармонізації правил та зниження регуляторних ризиків.

5. Найпривабливіша модель входу – прямі інвестиції у діюче підприємство

- Іноземні інвестори віддають перевагу прямим інвестиціям у вже діючі українські підприємства та створенню спільних підприємств.
- Це демонструє високий потенціал розвитку партнерств між українськими та міжнародними компаніями й підтверджує довіру до локальної експертизи.

6. Для залучення капіталу потрібні механізми зниження ризиків

- Найбільш привабливими державними інструментами підтримки іноземні інвестори вважають: страхування воєнних і політичних ризиків; пільгове фінансування або кредитування; податкові стимули та доступ до програм відбудови.
- Це означає, що політика залучення інвестицій має бути зосереджена не лише на просуванні України як країни можливостей, а й на створенні практичних механізмів управління ризиками.

Рекомендації для державної політики

1. Розробити диференційовані інструменти підтримки для великих і малих підприємств з урахуванням їхніх різних потреб.
2. Запровадити заходи для подолання кадрового дефіциту, зокрема підтримку професійного навчання, перекваліфікації та повернення робочої сили.
3. Посилити інституційні гарантії захисту прав власності, незалежності судової системи та боротьби з корупцією.
4. Розширити доступ бізнесу до фінансування та механізмів страхування ризиків, особливо для малого і середнього підприємництва.
5. Продовжити гармонізацію з правом ЄС та підтримку експорту, що сприятиме інтеграції українських компаній до європейських ринків і підвищенню інвестиційної привабливості країни.

Основні тенденції та виклики для бізнесу й інвестиційного клімату

Головні перешкоди для бізнесу в Україні

- Результати дослідження свідчать, що у 2026 році лише **0,3% підприємств** не мають проблем. Попри домінування кадрової кризи, діяльність компаній стримується цілим комплексом економічних бар'єрів та викликів воєнного часу.
- Брак робочої сили (70,8%): головний виклик для українського бізнесу. Бізнес пояснює брак кадрів мобілізацією (74%) та виїздом працівників за кордон (73,7%).
- Зростання цін на сировину та ресурси (48,7%): другий за значущістю виклик, що вказує на збереження інфляційного тиску та високих виробничих витрат.
- Скорочення ринків збуту (34,2%) та логістичні обмеження (32,9%): свідчать про складнощі з відновленням економічної активності та функціонуванням ланцюгів постачання.
- Енергетичні (28,2%) та безпекові ризики (24,8%): проблеми з електропостачанням та безпекові ризики ведення діяльності через війну залишаються актуальними для чверті підприємств.

Інституційне середовище

Результати дослідження свідчать про низький рівень довіри бізнесу

до ключових правових інститутів, що безпосередньо впливає на оцінку бізнес-клімату:

- **Низький захист прав власності (63,6%):** більшість респондентів оцінюють рівень захисту прав як низький або скоріше низький.
- **Криза довіри до судів (63,1%):** майже аналогічний відсоток підприємців не довіряють судовій системі у питаннях захисту своїх інтересів.
- **Взаємодія з органами влади та захист:** серед компаній, які стикалися з неправомірним тиском, головним джерелом ризику названо Державну податкову службу (69,5%). При цьому звернення до правоохоронних органів вважається найменш ефективним механізмом захисту (44,2% оцінок – «низька ефективність»), через що бізнес віддає перевагу адвокатам та асоціаціям.

Євроінтеграція та експорт

- **Недостатність комунікації (51,7%):** понад половина респондентів вважають поточне інформування з боку держави щодо впливу євроінтеграції слабким. Бізнес очікує не загальної інформації про євроінтеграцію, а прикладних роз'яснень щодо змін регулювання, вимог до сектору та практичних наслідків для діяльності підприємств.

- **Запит на диджитал-інструменти:** бізнесу потрібні чіткі цифрові рішення – спеціалізований онлайн-портал (52,9%), практичні гайди (48,8%) та вебінари (47,9%).
- **Бар'єри на ринку ЄС:** головними перешкодами для експансії залишаються високі фінансові витрати на вихід (45,5%), жорстка конкуренція (38,9%) та складна сертифікація під стандарти ЄС (36,2%). Як наслідок, 53,3% очікують від держави прямої фінансової допомоги (гранти, компенсації).

Інвестиційна привабливість

- **Топові галузі для інвестицій:** найбільш перспективними бізнес вважає енергетику (60%) та оборонну промисловість (53,2%).
- **Ключові умови інвесторів:** головними вимогами іноземних компаній для входу на ринок є зниження рівня корупції (90%), спрощення адмінпроцедур (75%) та забезпечення доступу до правосуддя (65%).
- Результати дослідження не підтверджують уявлення про те, що залучення іноземних інвесторів визначається насамперед податковими пільгами чи спеціальними режимами. **Класичні інструменти підтримки**, такі як створення спеціальних економічних зон (15%) чи пільги для індустриальних

парків (10,5%), мають **мінімальний пріоритет для іноземного капіталу**.

Точки стійкості та позитивні тренди

- **Масштабна інтеграція в ЄС:** значна частина українського бізнесу вже працює на європейському ринку – 61,1% опитаних є діючими експортерами, а ще 9,9% планують розпочати експорт найближчим часом. При цьому бізнес чітко розуміє правила гри: брак інформації про ринок ЄС є найменш вагомим бар'єром (лише 5,4%).
- **Стійкість до недобросовісної конкуренції та корупції в закупівлях:** майже дві третини бізнесів (64,2%) зазначили, що не стикалися з проявами недобросовісної конкуренції. Крім того, близько половини підприємств (46,8%) ніколи не стикалися з корупцією у сфері публічних закупівель, а серед іноземних компаній цей показник сягає 85,7%.
- **Інвестиційний оптимізм:** жоден із опитаних представників міжнародного бізнесу не зазначив, що не має інтересу до інвестицій в Україну. Ба більше, 35% іноземних компаній уже оцінюють свою обізнаність про бізнес-клімат в Україні як високу, а курс на вступ до ЄС є потужним стимулом для інвестиційних рішень для 94,9% респондентів.

Вибірка (загальна характеристика респондентів)

Польовий етап дослідження «Актуальні виклики бізнесу та інвестиційної привабливості України» тривав з 14 травня до 4 червня 2026 року. Окрім представників українського бізнесу були також опитані іноземні підприємства, яким надавались анкети польською та англійською мовами. У рамках дослідження окремо було проведено опитування іноземного бізнесу щодо інвестиційного клімату в Україні. Зокрема, в опитуванні взяли участь

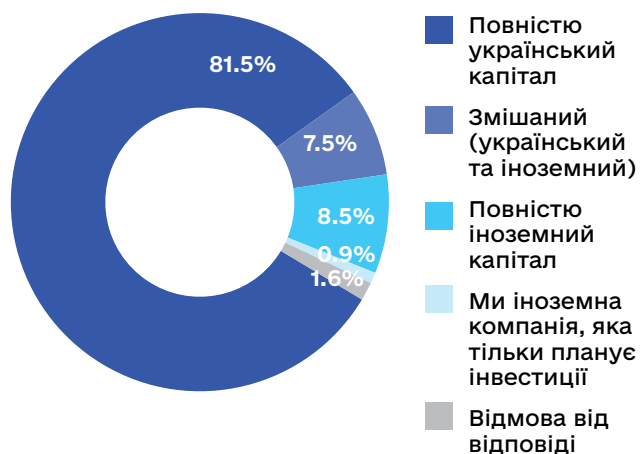
компанії з Болгарії, Німеччини, Польщі, Франції, Чехії та Швейцарії. Всього було опитано 319 підприємств.

Більшу частину опитаних підприємств, а саме 260, або ж 81,5% вибірки становлять підприємства з повністю українським капіталом. 27 підприємств, що становить 8,5% мають повністю іноземний капітал. 24 підприємства (7,5% вибірки) мають змішаний (іноземний та український капітал). Ще 3 підприємства (0,9%) це іноземні компанії, які тільки розглядають

можливість виходу на український ринок. Лише 5 підприємств (або ж 1,6% опитаних) відмовились надавати відповідь щодо структури власності.

Структура вибірки відображає реальний ландшафт української економіки, у якому підприємства з іноземним капіталом становлять відносно невелику, проте важливу частину бізнес-середовища, а також дозволяє врахувати погляди як компаній, що вже працюють в Україні, так і потенційних інвесторів, які розглядають можливість виходу на український ринок або розширення присутності в країні.

Рис. 1. Структура капіталу (% респондентів)



Вибірка складається із підприємств, які працюють у 20 з 27 регіонів України: у Вінницькій, Волинській, Дніпропетровській, Закарпатській, Запорізькій, Житомирській, Івано-Франківській, Київській, Кіровоградській, Львівській, Одеській, Полтавській, Рівненській, Сумській, Харківській, Хмельницькій, Черкаській, Чернівецькій, Чернігівській областях та в місті Києві. У кожному з регіонів опитано від 2 до 31 підприємства.

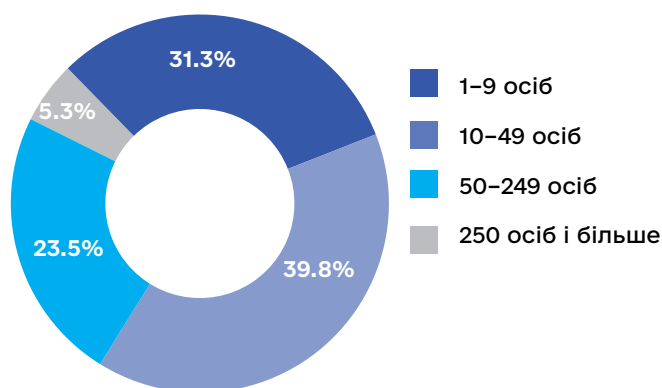
Рис. 2. Розподіл підприємств за видом діяльності (% респондентів)



Більше половини вибірки складають промислові підприємства – 230 підприємств, або 72,1%. Серед них переважають підприємства харчової промисловості (25,7%), хімічної (9,1%) промисловості та машинобудування (7,8%). До сільського господарства відносяться 14 підприємств або ж 4,4% вибірки. До торгівлі – 28 підприємств (8,8%), транспортні послуги – 20 підприємств (6,3%), 4 підприємства, або ж 1,3% займаються видавництвом, до IT сфери відноситься 2 підприємства або ж 0,6% вибірки, та ще 17 підприємств, що складає 5,3% вибірки надають інші послуги, і 3 підприємства (0,9%) займаються будівництвом.

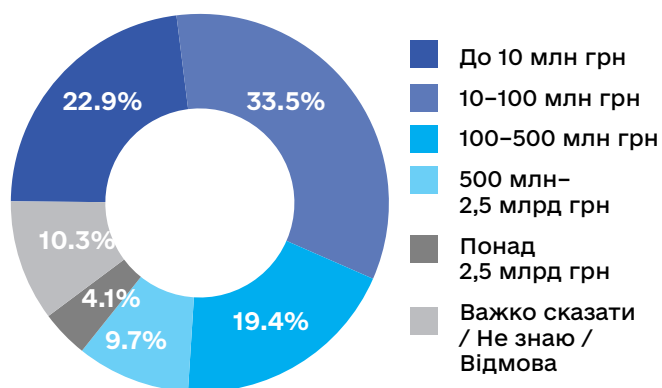
Серед опитаних підприємств є підприємства різних розмірів, які розподіляються залежно від кількості працівників. Зокрема, мікробізнес (кількість працівників до 9 осіб) становить 5,3% вибірки. 31,3% вибірки становить малий бізнес (від 10 до 49 працівників). Найбільшу частину вибірки становлять середні підприємства – 39,8% респондентів (від 50 до 249 працівників). До великого бізнесу (від 250 та більше працівників) належать 23,5% опитаних.

Рис. 3. Розподіл підприємств за розміром (% респондентів, кількість працівників)



Найбільшу групу складають бізнеси з доходом 10-100 млн грн – 33,5% опитаних. До малого бізнесу з доходом до 10 млн грн віднесли себе 22,9% опитаних. Бізнес, що має прибуток від 100 до 500 млн грн становить 19,4% вибірки. Дохід від 500 млн до 2,5 млрд грн мають 9,7%. Найменша група, це бізнес із доходом понад 2,5 млрд (4,1% вибірки). Лише 10,3% респондентів підмовились надати відповідь щодо обсягів річного доходу.

Рис. 4. Розподіл підприємств за розміром (% респондентів, дохід в грн)



Розділ І.

Умови ведення бізнесу в Україні

1.1. Основні проблеми для бізнесу

Результати опитування свідчать, що у 2026 році ключовою проблемою для українського бізнесу залишається нестача робочої сили, яку назвали найбільш суттєвою 70,8% опитаних підприємств. Це суттєво випереджає інші виклики та відображає загострення кадрового дефіциту внаслідок міграції населення, мобілізації та демографічних втрат, спричинених війною. Другим за значущістю викликом є зростання цін на сировину та ресурси (48,7%), що вказує на збереження інфляційного тиску та високих виробничих витрат. Водночас близько третини бізнесів повідомляють про недостатній попит або скорочення ринків збуту (34,2%) та логістичні обмеження (32,9%), що свідчить про складнощі з відновленням економічної активності та функціонуванням ланцюгів постачання.

Попри стабілізацію енергосистеми в післязимовий період, проблеми з електропостачанням та інфраструктурою залишаються актуальними для 28,2% підприємств. Майже чверть респондентів (24,8%) вказують на безпекові ризики ведення діяльності, пов'язані з війною. Натомість інституційні бар'єри – такі як податковий тиск (8,1%), корупція (7%), регуляторний тиск (5,4%) чи обмежений доступ до фінансування (5,4%) – хоча й присутні, сприймаються бізнесом як менш критичні порівняно з кадровими, ринковими та безпековими викликами.

Лише 0,3% підприємств зазначили, що не мають жодних проблем, що підкреслює високий рівень адаптаційного навантаження на український бізнес в умовах воєнної економіки.

Серед інших проблем респонденти також називали окремі воєнні та кадрові виклики (мобілізація, бронювання працівників, дія воєнного стану), ринкові труднощі (втрата закордонних партнерів, зниження цін на продукцію), виробничі обмеження (брак сировини), а також адміністративні проблеми, пов'язані з митними процедурами. Окремі респонденти також зазначали комплексний характер труднощів, вказуючи на наявність «багатьох проблем» одночасно.

Актуальність окремих проблем залежить від розміру бізнесу. Нестача робочої сили є головною проблемою для всіх типів бізнесу, але значущість цієї проблеми залежить від розміру – 53,8% серед мікробізнесу проти 81,4% серед великих підприємств. Логістичні обмеження частіше згадують великі підприємства (51,4%), що може бути пов'язано з більшими обсягами виробництва та складнішими ланцюгами постачання. Для мікробізнесу відносно більш важливим викликом є обмежений доступ до фінансування (23,1%).

Рис. 5. Які з наведених проблем є найбільш суттєвими для Вашого бізнесу? (% опитаних, респонденти могли обрати до 3 варіантів відповіді)¹



Нестача робочої сили є також головною проблемою для більшості галузей, особливо для машинобудування (79,2%), деревообробної промисловості (87,5%), металургії та металообробки (78,9%). Зростання цін на сировину та ресурси є особливо відчутним для хімічної промисловості (58,5%) та

харчової промисловості (56,3%), що відображає високу ресурсомісткість цих секторів. Логістичні обмеження частіше згадують підприємства металургії та металообробки (47,4%), виробництва будівельних матеріалів (47,1%) та оптової торгівлі (42,3%), що може бути пов'язано зі складнішими ланцюгами постачання.

Брак робочої сили

Результати опитування свідчать, що дефіцит робочої сили в Україні насамперед **спричинений війною**. Найчастіше підприємства пояснюють нестачу кадрів **мобілізацією працівників до ЗСУ (74%) та виїздом працівників за**

кордон (73,7%) – саме ці два чинники домінують із великим відривом від інших. Це вказує на структурний характер проблеми: бізнес відчуває брак персоналу як через потреби оборони держави, так і через зовнішню міграцію.

¹ Респонденти могли обирати до 3 варіантів відповіді, то сума відповідей може перевищувати 100%.

Рис. 6. Які основні причини браку робочої сили для Вашого бізнесу?
(% опитаних, респонденти могли обрати до 3 варіантів відповіді)



Водночас інші фактори відіграють менше помітну роль, хоча також є результатом війни. Майже п'ята частина респондентів згадує внутрішнє переміщення населення (18,2%), яке може ускладнювати пошук працівників в окремих регіонах. Погіршення демографічної ситуації (15,4%) свідчить про потенційно довгостроковий характер кадрових викликів, зумовлених як міграційними процесами, так і загальним скороченням чисельності працездатного населення. Ще 3,2% респондентів вказують на психологічні фактори, зокрема вигорання, стрес і зниження мотивації, які також можуть бути пов'язані з тривалим впливом війни.

Приблизно 14% бізнесів також пов'язують проблему з конкуренцією за працівників, рівнем зарплат, небажанням працювати в окремих умовах та невідповідністю кваліфікацій кандидатів вимогам вакансій. Це свідчить, що поряд із воєнними факторами поступово посилюються й структурні дисбаланси ринку праці, які можуть зберігатися навіть після завершення війни. Лише 5,3% опитаних вказують на конкуренцію з боку роботодавців за кордоном.

Серед інших причин респонденти також згадували проблеми, пов'язані

з бронюванням працівників, зокрема неможливість повноцінного бронювання, складність процедур та труднощі з оформленням. Це додатково підкреслює вплив воєнних факторів на ринок праці та складність збереження ключового персоналу для бізнесу.

Причини браку робочої сили відрізняються залежно від розміру бізнесу: для великих підприємств кадровий дефіцит значно сильніше пов'язаний із мобілізацією та виїздом працівників за кордон, тоді як мікробізнес частіше вказує на внутрішні обмеження.

- Частка підприємств, які вказують на мобілізацію працівників до ЗСУ, зростає разом із розміром бізнесу – від 54,5% серед мікропідприємств до 87% серед великих компаній.
- Аналогічна тенденція спостерігається щодо виїзду працівників за кордон – від 36,4% серед мікробізнесу до 84,1% серед великих підприємств.
- Для мікробізнесу відносно більш важливими є внутрішні фактори, зокрема рівень оплати праці, який бізнес може запропонувати (45,5%).

Незалежно від галузі, ключовими причинами браку робочої сили

залишаються мобілізація працівників до ЗСУ та виїзд працівників за кордон. Однак їхня значущість є особливо високою для хімічної промисловості, машинобудування, металургії та харчової промисловості. Для окремих

секторів більш помітну роль відіграють специфічні фактори, зокрема внутрішнє переміщення населення у машинобудуванні та невідповідність кваліфікації кандидатів потребам вакансій у сфері послуг.

Вплив війни на бізнес

Лише 1,7% респондентів зазначили, що повномасштабне вторгнення не вплинуло на їхній бізнес, що свідчить про майже універсальний вплив війни на підприємницьку діяльність. Найбільший вплив на бізнес мали кадрові проблеми: 59,3% підприємств вказали на кадровий дефіцит, а 57,9% – втрату наявного персоналу, що відображає наслідки міграції, мобілізації та загального скорочення доступної робочої сили. Це віддзеркалює актуальність питання браку кадрів під час війни в рамках інших запитань.

Суттєвий вплив також мали перебої з електропостачанням (47,8%) та зниження попиту на товари і послуги (43,1%), що відображає вплив енергетичної нестабільності та уповільнення економічної активності. Близько третини бізнесу також згадують логістичні обмеження (34,7%) і небезпеку ведення діяльності (30,6%), тоді як руйнування інфраструктури (16,5%) було менш поширеним, але для окремих підприємств критичним фактором.

Рис. 7. Які з факторів найбільше вплинули на Ваш бізнес за час від початку повномасштабного вторгнення? (кілька відповідей)



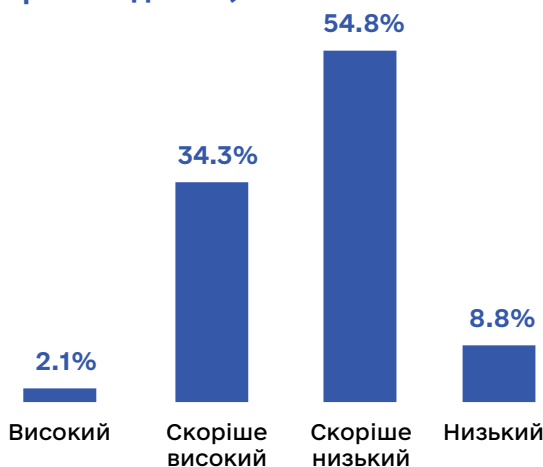
1.2. Захист прав власності

Рівень захисту прав власності в Україні

Оцінки рівня захисту прав власності в Україні є переважно стримано-негативними. Серед респондентів, які дали відповідь на це запитання, більшість оцінюють його як «скоріше низький» (54,8%), а ще 8,8% – як низький, тобто сукупно майже дві третини бізнесів (63,6%) схиляються до критичної оцінки. Водночас 34,3% вважають рівень захисту «скоріше високим», тоді як лише 2,1% респондентів оцінили його як високий. Це свідчить про обмежений рівень довіри бізнесу до дієвості механізмів захисту прав власності.

Водночас спостерігається певний рівень невизначеності щодо цього питання: 11,3% усіх опитаних не змогли надати оцінку рівню захисту прав власності в Україні.

Рис. 8. Як Ви оцінюєте рівень захисту прав власності в Україні? (% респондентів)



Результати свідчать про неоднорідність досвіду підприємств різного типу. Незалежно від структури власності підприємства, переважає оцінка рівня захисту прав власності як «скоріше низького». Водночас повністю іноземні компанії частіше дають різко негативні оцінки («низький» – 20,8%), тоді як змішані українсько-іноземні підприємства частіше обирають варіант «скоріше низький» (59,1%). Це може свідчити про дещо критичніше сприйняття інституційного середовища з боку іноземного бізнесу.

Суттєвих відмінностей в оцінках залежно від розміру підприємства не спостерігається: у всіх групах переважає оцінка рівня захисту прав власності як «скоріше низького», хоча мікропідприємства дещо частіше дають різко негативні оцінки («низький» – 14,3%) порівняно з більшими бізнесами. Суттєвих галузевих відмінностей не спостерігається: у більшості видів діяльності переважає оцінка рівня захисту прав власності як «скоріше низького».

Рівень довіри до судової системи

Оцінки рівня довіри до судової системи у питаннях захисту бізнесу є переважно стримано-негативними. Більшість респондентів (від тих, хто зміг оцінити рівень довіри) скоріше не довіряють судовій системі (54,6%), а ще 8,5% – зовсім не довіряють. Тобто сукупно майже дві третини бізнесу (63,1%) схиляються до критичної оцінки. Водночас 35,8% опитаних скоріше

довіряють судовій системі, тоді як повну довіру висловили лише 1% респондентів.

При цьому 8,2% опитаних не змогли оцінити рівень довіри, зазначивши, що не мають відповідного досвіду або їм важко відповісти. Це може свідчити про обмежений досвід взаємодії частини бізнесу із судовою системою.

Рис. 9. Наскільки Ви довіряєте судовій системі у питаннях захисту бізнесу?



Незалежно від структури власності, бізнес переважно демонструє низький рівень довіри до судової системи у питаннях захисту бізнесу. Водночас компанії лише з іноземним капіталом дещо частіше висловлюють недовіру (22,7% – «не довіряю» проти 7,1% серед компаній з українським капіталом). Хоча в усіх групах бізнесу, незалежно від походження капіталу, переважає відповідь «скоріше не довіряю». Це свідчить про те, що міжнародні інвестори

мають вищу чутливість до інституційних ризиків і можуть розглядати стан судової системи як серйозний негативний фактор для розширення своєї діяльності.

Суттєвих відмінностей у рівні довіри до судової системи залежно від розміру бізнесу не спостерігається: серед усіх типів бізнесу переважає відповідь «скоріше не довіряю» (52,9–58,3%). Водночас великі підприємства дещо частіше висловлюють «скоріше довіру» (42,9%), тоді як серед мікробізнесу частка тих, хто не довіряє судовій системі, є вищою (25%).

Незалежно від галузі, бізнес переважно демонструє низький рівень довіри до судової системи, оскільки в більшості секторів домінує відповідь «скоріше не довіряю». Водночас дещо вищий рівень довіри спостерігається у деревообробній промисловості (56,3% – «скоріше довіряю») та сільському господарстві (46,2% – «скоріше довіряю»), тоді як найбільш критичними є оцінки у металургії та металообробці (66,7% – «скоріше не довіряю»), машинобудуванні (54,5%) та транспорті (61,1%).

Застосування механізмів захисту прав та прав власності

Результати опитування свідчать, що за останні два роки переважна більшість українських підприємств (близько 71%) не мали потреби застосовувати механізми захисту прав та прав власності. Це може свідчити про те, що значна частина бізнесу не стикалася з конфліктними ситуаціями, які вимагали правового захисту.

Водночас, приблизно чверть респондентів (25,1%) повідомили про наявність такої потреби. Це вказує на збереження попиту на ефективні інституції правосуддя та механізми захисту бізнесу.

Частка респондентів, які не змогли дати відповідь або не пам'ятають (близько 4%), є відносно незначною, що свідчить про достатню визначеність позиції бізнесу щодо цього питання.

Рис. 10. Чи була у Вашого бізнесу необхідність застосування механізмів захисту прав та прав власності за останні 2 роки? (% опитаних)



Серед компаній лише з іноземним капіталом потреба у застосуванні механізмів захисту прав та прав власності виникала рідше, ніж у бізнесу з українським або змішаним капіталом. Зокрема лише 14,3% таких компаній повідомили про необхідність застосування відповідних механізмів, порівняно з 25,1% серед бізнесу з українським капіталом та 38,1% серед підприємств зі змішаним українсько-іноземним капіталом.

Потреба у застосуванні механізмів захисту прав та прав власності зростає разом із розміром бізнесу. Якщо серед мікропідприємств про таку необхідність повідомили лише 7,7%, то серед великих підприємств – вже 41,4%. Це може свідчити про те, що більші компанії частіше стикаються зі складнішими правовими ризиками, зважаючи на більшу кількість партнерів, контрактів та складнішу структуру бізнес-процесів.

Серед підприємств, які застосовували механізми захисту за останні 2 роки, найчастіше використовувалися судовий захист (81,3%), звернення до адвокатів / юридичних компаній (73,3%), а також звернення до правоохоронних органів (69,3%) та органів державної влади / регуляторів (68%).

Натомість арбітраж (6,7%), медіація (8%) та бізнес-омбудсмен (8%) використовувалися значно рідше, що може свідчити про меншу поширеність або обізнаність бізнесу щодо цих інструментів. Неформальні механізми застосовувалися лише 5,3% респондентів.

Рис. 11. Частка респондентів, які використовували механізми захисту (% опитаних)²



² Показник становить частку респондентів, які надали оцінку відповідних механізмів захисту.

Оцінка ефективності механізмів захисту

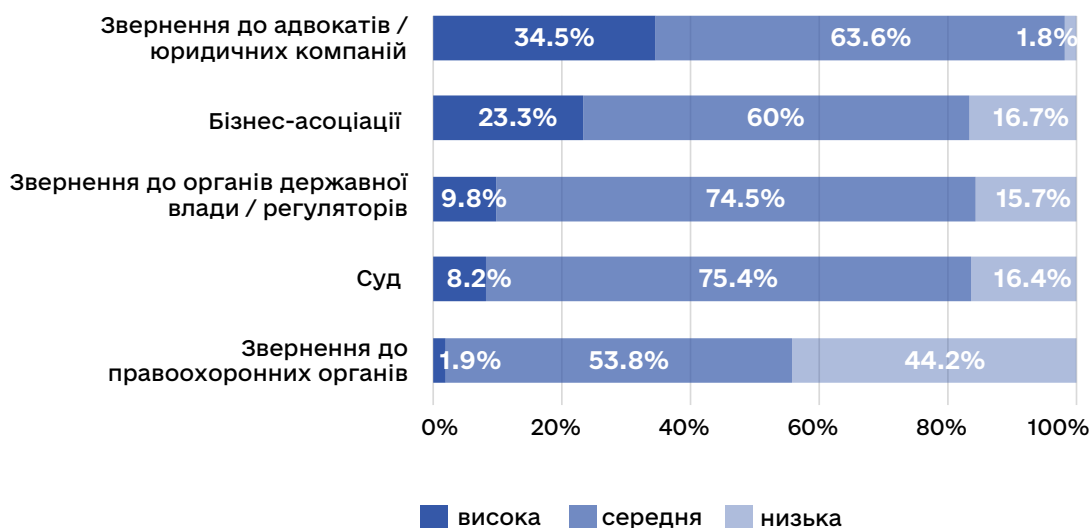
Респонденти оцінили ефективність механізмів захисту, які доводилося застосовувати впродовж останніх 2 років. Більшість механізмів бізнес оцінює переважно як середньо ефективні, що свідчить про стримане сприйняття їхньої результативності. Найвищі оцінки отримали звернення до адвокатів / юридичних компаній (32,8% – висока ефективність; лише 1,7% – низька) та бізнес-асоціації (21,2% – висока; 15,2% – низька). Це єдині механізми захисту, які частіше отримують високі оцінки, ніж низькі.

Водночас найбільш критично бізнес оцінює звернення до правоохоронних органів (44,2% – низька ефективність), тоді як судовий захист та звернення до

органів державної влади / регуляторів частіше оцінюються як середньо ефективні (75,4% та 74,5% відповідно), але без виражено позитивних оцінок. Таким чином, державні інституції, що покликані захищати законність, наразі демонструють найнижчу ефективність в очах бізнесу.

Більш критичні оцінки правоохоронних органів можуть свідчити про те, що бізнес не завжди вважає цей механізм достатньо ефективним або простим у використанні. Натомість адвокати та бізнес-асоціації отримують вищі оцінки, ймовірно, через більш практичну підтримку, зрозуміліші процедури та кращу орієнтацію на вирішення конкретних проблем бізнесу.

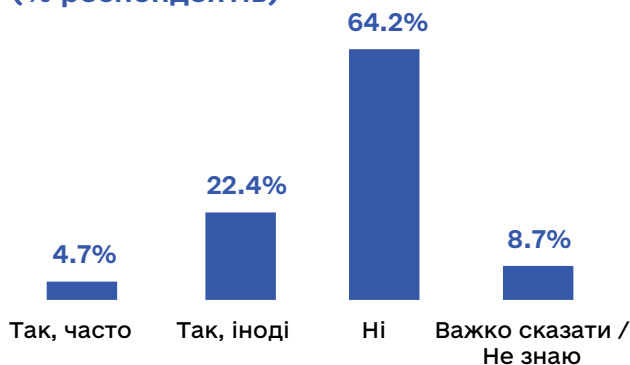
Рис. 12. Оцінка ефективності використаних механізмів захисту за останні 2 роки³



Недобросовісна конкуренція

Більшість бізнесів (64,2%) зазначають, що не стикалися з проявами недобросовісної конкуренції. Водночас понад чверть опитаних повідомили про наявність такого досвіду: 22,4% – іноді, а 4,7% – часто. Це свідчить про те, що хоча проблема недобросовісної конкуренції не є масовою, для помітної частини бізнесу вона все ж залишається актуальною. Водночас, 8,7% респондентів не змогли дати однозначну відповідь.

Рис. 13. Чи стикалися Ви з проявами недобросовісної конкуренції? (% респондентів)



³ Представлено лише ті механізми, кількість випадків застосування яких є достатньою для аналізу оцінки ефективності.

Мікропідприємства дещо частіше повідомляють про досвід недобросовісної конкуренції. Зокрема 53,8% мікробізнесу зазначили, що часто або іноді стикалися з проявами недобросовісної конкуренції, тоді як серед малих цей показник становить 29,8%, середніх – 24,6%, великих – 22,9%. Зі зростанням розміру

бізнесу збільшується частка підприємств, які не стикалися з такими практиками (від 46,2% до 68,6%). Мікробізнес більш вразливий до недобросовісних практик через обмежені ресурси, слабші ринкові позиції та менші можливості для захисту своїх інтересів порівняно з більшими компаніями.

Механізми захисту від недобросовісної конкуренції

Серед підприємств, які застосовували заходи захисту від недобросовісної конкуренції, найчастіше використовувалися звернення до правоохоронних органів (51,9%) та судовий захист (50,6%). Майже половина респондентів також вдавалися до реєстрації та захисту прав інтелектуальної власності (46,9%) і звернень до бізнес-асоціацій / галузевих об'єднань (45,7%). Дещо рідше бізнес застосовував внутрішні заходи захисту (42%), публічне реагування (34,6%) та звернення до Антимонопольного комітету України (32,1%).

Бізнес переважно оцінює механізми захисту від недобросовісної конкуренції як частково ефективні. Найвищі частки позитивних оцінок отримали звернення до бізнес-асоціацій / галузевих об'єднань (21,6% – ефективні; 16,2% – неефективні) та внутрішні заходи захисту (обмеження доступу до внутрішньої інформації, комплаєнс (20,6% – ефективні, лише 8,8% – неефективні), що може свідчити про відносно вищу довіру до інструментів, які бізнес здатен контролювати самостійно або через професійні об'єднання.

Рис. 14. Використання механізмів захисту від недобросовісної конкуренції (% респондентів, які стикалися з проявами недобросовісної конкуренції)



Рис. 15. Оцінки ефективності механізмів захисту від недобросовісної конкуренції



Водночас найбільш критично оцінюються звернення до правоохоронних органів (21,4% – неефективні) та механізми захисту прав інтелектуальної власності (реєстрації ТМ, патентів) (21,1% оцінок –

«неефективні»). Судовий захист, звернення до Антимонопольного комітету України та публічне реагування частіше оцінюються як частково ефективні (відповідно 73,2%, 76,9% та 75%).

1.3. Публічні закупівлі

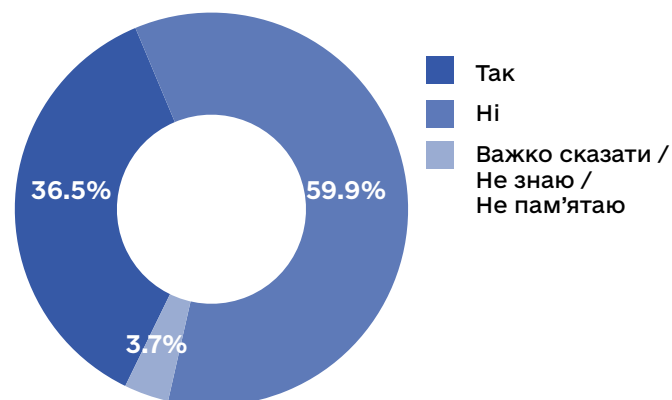
Участь у публічних закупівлях

Більше третини опитаних (36,5%) представників бізнесу повідомили, що брали участь у публічних закупівлях впродовж останніх двох років. Водночас, більше половини опитаних (59,9%) відповіли, що не брали участі у публічних закупівлях протягом вказаного періоду. Ще 3,7% опитаних не надали відповіді на це запитання.

Рівень участі у публічних закупівлях є вищим серед підприємств із повністю українським капіталом (38,2%), тоді як змішані (33,3%) та особливо повністю іноземні компанії (21,4%) рідше брали участь у закупівлях за останні два роки. Нижча участь компаній з іноземним капіталом у публічних закупівлях може бути пов'язана зі специфікою їхніх бізнес-моделей та галузевою специфікою

діяльності в Україні, що спричиняє меншу орієнтацією на державний сектор як ринок збуту.

Рис. 16. Участь у публічних закупівлях (% респондентів)



Спостерігається чітка залежність між розміром підприємства та участю у публічних закупівлях: серед великих підприємств (250 працівників і більше) участь у закупівлях брали 62,9%, тоді як серед мікро-, малих і середніх підприємств цей показник становить лише 26,6–30,8%. Це може свідчити про те, що більші підприємства мають вищу організаційну та фінансову спроможність відповідати вимогам закупівель, а також здатні забезпечувати постачання товарів

і послуг у більших обсягах, що підвищує їхню конкурентоспроможність у системі публічних закупівель.

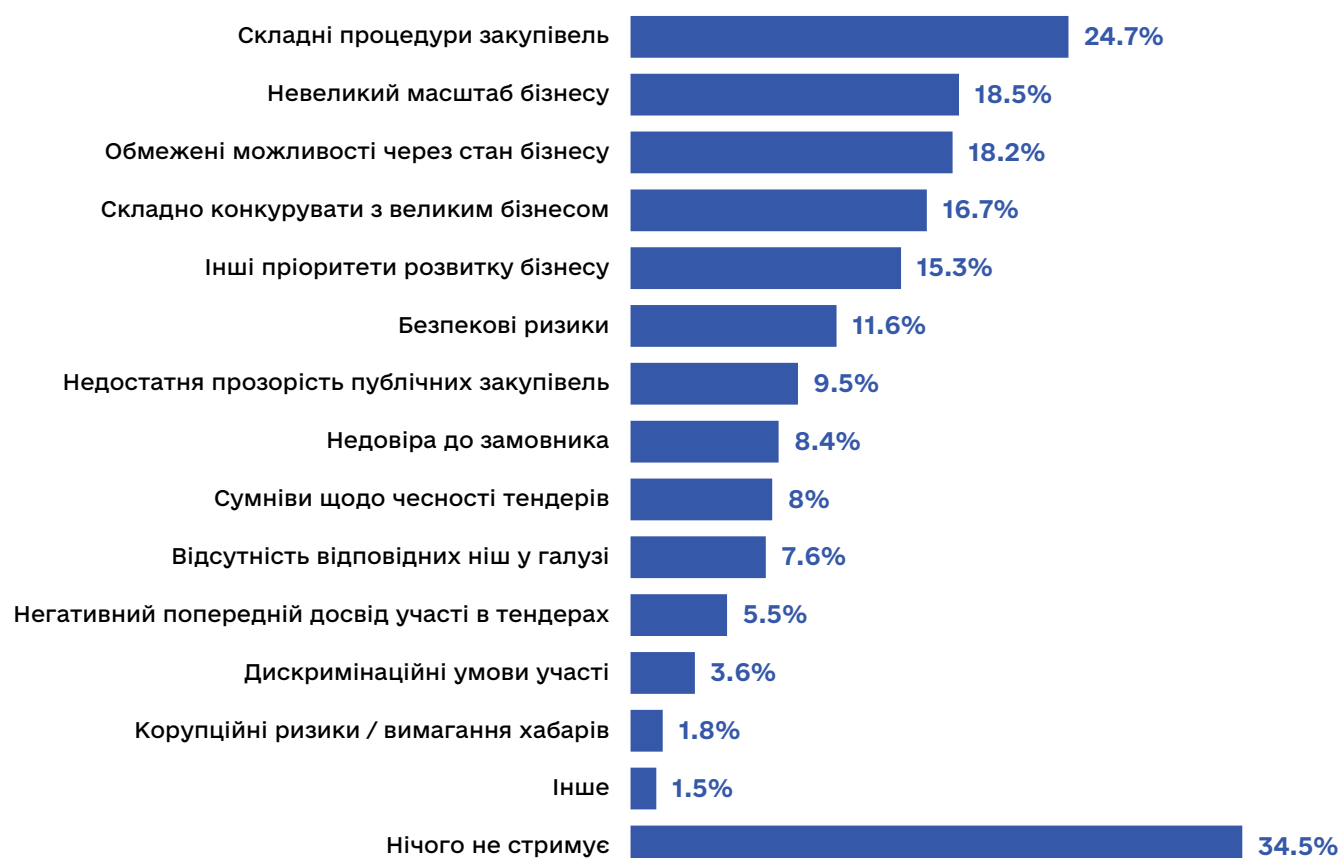
Найвищий рівень участі у публічних закупівлях спостерігається серед підприємств металургії та металообробки й оптової торгівлі, тоді як транспортні послуги, деревообробка та легка промисловість залучені значно менше, що може відображати галузеву специфіку попиту з боку держави.

Фактори, які стримують від участі в закупівлях

Більше третини опитаних (34,5%) вказали, що немає факторів, які б стримували їх від участі у публічних закупівлях. Водночас 24,7% вказують на складність процедури, як на основний стримуючий фактор. Особливості власного бізнесу, а саме невеликий

масштаб (18,5%) та обмежені можливості (18,2%) є також важливими факторами, що перешкоджають участі у публічних закупівлях. Конкуренція є перешкодою для 16,7% опитаних, тоді як 15,3% підприємств мають інші пріоритети для розвитку бізнесу.

Рис. 17. Фактори, що стримують від участі у публічних закупівлях (% респондентів, декілька відповідей)



Крім того, 11,6% відсотків опитаних вважають безпекові ризики важливим фактором, що впливає на участь у публічних закупівлях. Для 9,5% опитаних підприємців такою перешкодою є недостатня прозорість. Інші запропоновані варіанти отримали менше 10% відповідей.

Серед інших факторів, які можуть стримувати участь у публічних закупівлях, респонденти поодинокі згадували надмірну бюрократію та складність державних вимог, негативний досвід інших учасників, а також недосконалість системи. Водночас частка

таких відповідей є мінімальною (менше 2% сукупно).

Серед опитаних компаній з іноземним капіталом найчастіше зазначалося, що ніщо не стримує їх від участі у публічних закупівлях (66,7%), тоді як ще 33,3% вказали на інші пріоритети розвитку бізнесу. Це може свідчити про те, що для іноземного бізнесу рішення про участь радше визначається стратегічними пріоритетами та специфікою діяльності в Україні. Водночас для бізнесу з повністю українським капіталом рейтинг стримуючих факторів загалом відповідає загальній структурі відповідей у вибірці.

Прозорість публічних закупівель

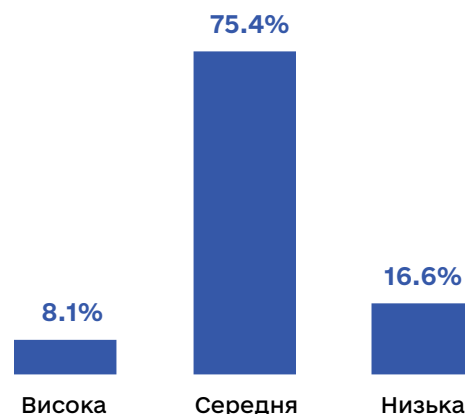
Три чверті (75,4%) опитаних (серед тих, хто зміг надати оцінку) оцінюють прозорість публічних закупівель на середньому рівні. Ще 8,1% вважають прозорість високою. 16,6% опитаних представників бізнесу оцінюють прозорість публічних закупівель як низьку. Таким чином, переважають помірні оцінки прозорості закупівель.

Серед бізнесу різного розміру переважає оцінка «середня» (62,5–78,2%).

Водночас великі підприємства дещо частіше оцінюють прозорість як високу (15,5%), тоді як мікропідприємства частіше схильні оцінювати її як низьку (25%). Це може відображати більшу активність великих підприємств у публічних закупівлях, кращу обізнаність із процедурами та більші можливості

для взаємодії із замовниками, тоді як мікробізнес може частіше стикатися з бар'єрами входу або обмеженим досвідом участі у закупівлях.

Рис. 18. Як Ви оцінюєте прозорість публічних закупівель?, % відповідей



Корупція в публічних закупівлях

Майже половина опитаних (46,8%) зазначили, що ніколи не стикалися з проявами корупції у сфері публічних закупівель. Водночас 15,1% респондентів вказали, що іноді стикалися з такими проявами, тоді як лише 0,3% повідомили, що це траплялося часто. При цьому 37,8% опитаних не змогли дати однозначну відповідь на це запитання («важко сказати / не знаю»), що може свідчити про обмежений досвід участі у закупівлях, складність однозначної

оцінки таких ситуацій або ж небажання відповідати на запитання про корупцію.

Серед підприємств, які мали досвід участі у публічних закупівлях за останні два роки, 22,9% зазначили, що іноді стикалися з корупційними проявами, тоді як випадки, коли респонденти повідомляли про часті прояви корупції, практично відсутні. Водночас серед підприємств, які не брали участі у закупівлях за визначений період, 10,1% вказали, що іноді стикалися з

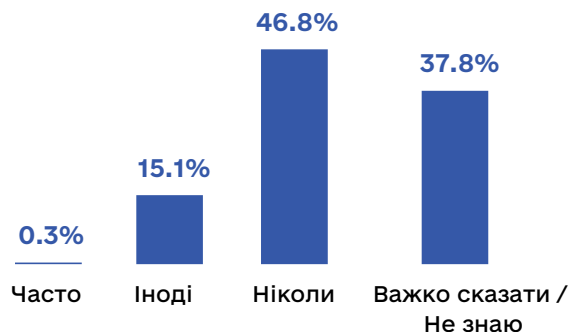
корупційними проявами, що може пояснюватися опосередкованим або давнім досвідом.

Серед компаній з іноземним капіталом переважає відповідь, що вони ніколи не стикалися з корупційними проявами у публічних закупівлях (85,7%), тоді як випадків, коли респонденти зазначали, що іноді або часто стикалися з такими проявами, практично не зафіксовано. Водночас серед бізнесу з українським капіталом частка тих, хто іноді стикався з корупційними проявами, становить (16,6%), хоча й серед них найбільш поширена відповідь «ніколи» (44%).

Суттєвих відмінностей залежно від розміру підприємства не спостерігається:

у всіх групах переважає відповідь, що респонденти ніколи не стикалися з корупційними проявами у закупівлях.

Рис. 19. Чи стикалися Ви з корупційними проявами у закупівлях?, % відповідей



1.4. Взаємодія з органами влади

Взаємодія з податковою

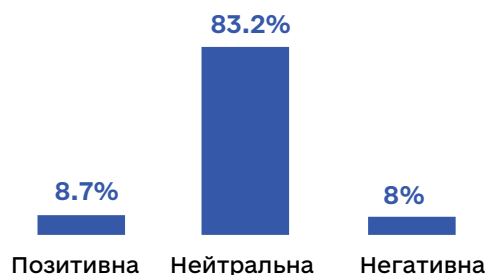
Більшість бізнесу оцінює взаємодію з податковими органами як нейтральну (83,2% респондентів серед тих, хто зміг відповісти на питання), що може свідчити про відсутність як виражено позитивного, так і негативного досвіду у більшості респондентів. Позитивно таку взаємодію оцінили 8,7% опитаних, тоді як 8% – негативно, тобто частки позитивних і негативних оцінок є майже однаковими.

Рівень невизначеності щодо взаємодії з податковою низький – лише 4,3% респондентів не змогли дати відповідь.

У всіх групах бізнесу, незалежно від походження капіталу, розміру та галузі, переважає нейтральна оцінка взаємодії з податковими органами. Водночас компанії лише з іноземним капіталом дещо частіше оцінюють таку взаємодію позитивно (28,6%), тоді як серед бізнесу

з українським та змішаним капіталом частка позитивних оцінок становить лише 6,8% та 5,3% відповідно. Серед бізнесу з суто іноземним капіталом також відсутні негативні оцінки.

Рис. 20. Як Ви оцінюєте взаємодію з податковими органами? (% респондентів)



Тиск фіскальних та/або правоохоронних органів

Більшість бізнесу (70,6%) зазначили, що не відчували неправомірного тиску з боку фіскальних та/або правоохоронних органів. Водночас 18,1% опитаних повідомили, що стикалися з таким тиском іноді, а 3,3% – часто, що свідчить

про наявність цієї проблеми для частини підприємств. Ще 8% респондентів не змогли дати однозначну відповідь, що свідчить про помірний рівень невизначеності в оцінці цього питання (через небажання відповідати тощо).

Незалежно від розміру, галузі чи походження капіталу, більшість бізнесу зазначає, що не відчувала неправомірного тиску. Водночас мікробізнес дещо частіше повідомляє про такий досвід (38,5% – часто або іноді), тоді як серед інших груп цей показник становить близько 19 – 24%. Бізнес зі змішаним (українським та іноземним) та іноземним капіталом дещо частіше повідомляє про такий досвід часто та іноді (28,6%), ніж підприємства з українським капіталом (20,8%). Серед галузей дещо частіше про досвід тиску повідомляють підприємства сільського господарства, деревообробної промисловості та оптової торгівлі.

Рис. 21. Чи відчували Ви неправомірний тиск з боку фіскальних та/або правоохоронних органів? (% респондентів)

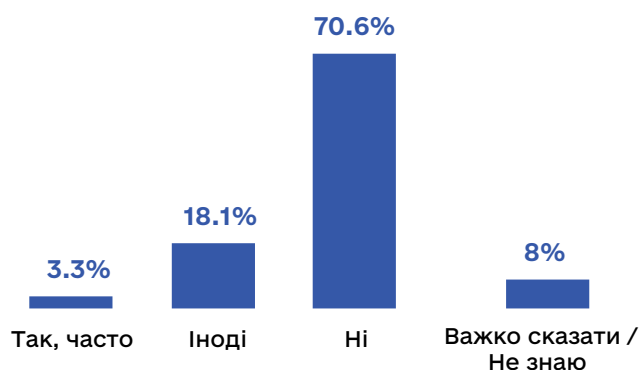


Рис. 22. Від яких фіскальних та / або правоохоронних органів Ви відчували неправомірний тиск? (% респондентів)



Серед підприємств, які часто або іноді відчували неправомірний тиск з боку фіскальних та/або правоохоронних органів, найчастіше згадується Державна податкова служба – її назвали 69,5% респондентів. Це свідчить про те, що саме взаємодія з податковими органами найчастіше асоціюється у бізнесу з ризиком неправомірного впливу. Значно рідше респонденти повідомляли про неправомірний тиск з боку іншого фіскального органу – Державної митної служби (27,1%).

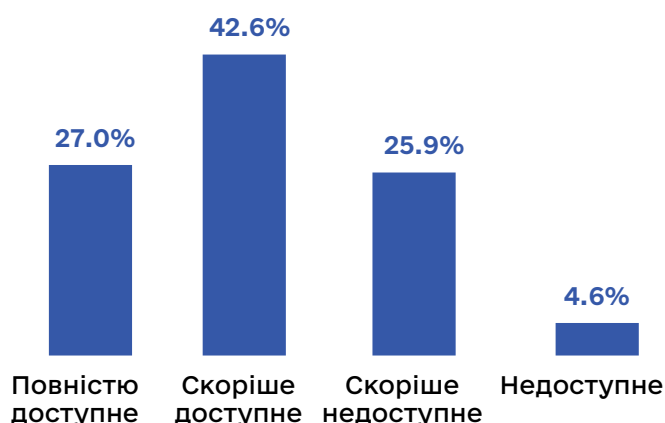
Про неправомірний тиск з боку правоохоронних органів згадує дещо менша частка респондентів. Зокрема, йдеться про Національну поліцію (18,6%) та Бюро економічної безпеки (15,3%). Ще рідше бізнес повідомляв про неправомірний тиск з боку прокуратури (10,2%), Служби безпеки України (6,8%) та Державного бюро розслідувань (3,4%). Водночас НАБУ серед опитаних підприємств не згадувалося як джерело неправомірного тиску.

1.5. Доступ до ресурсів та інструменти підтримки

Доступ до фінансування

Більшість опитаних підприємців мають можливість залучати кредитні кошти для підтримки чи розвитку бізнесу. Скоріше доступним кредитування є для 42,6%, що є найбільшою часткою респондентів. Більше чверті підприємств не мають жодних перешкод фінансового характеру: повністю доступним кредитування є для 27% опитаних. Водночас, ще для чверті опитаних (25,9%) кредитування є скоріше недоступним. При цьому, лише для 4,6% опитаних кредитування є недоступним взагалі.

Рис. 23. Наскільки доступним є кредитування для Вашого бізнесу? (% респондентів)



Оцінки доступності кредитування помітно відрізняються залежно від структури капіталу. Бізнес лише з іноземним капіталом значно частіше вважає кредити доступними – 70% назвали кредитування повністю доступним. Для порівняння, серед підприємств з українським капіталом так вважають лише 24,2%, а серед змішаного – 38,1%. Водночас український бізнес частіше говорить про труднощі з доступом до кредитів: третина (33%) оцінює його як скоріше недоступне або недоступне.

Зі зростанням розміру бізнесу оцінки доступності кредитування стають більш позитивними. Великі підприємства частіше вважають кредитування повністю доступним (33,8%), тоді як мікробізнес частіше оцінює його як скоріше недоступне або недоступне (45,5%). Це підтверджує кращий доступ компаній більшого розміру до фінансових ресурсів.

Більшість бізнесу (59,9%) зазначили, що не брали кредити в українських банках (окрім програми «5-7-9%») від початку повномасштабного вторгнення. Водночас 35,5% підприємств користувалися банківським кредитуванням, що свідчить про збереження попиту на зовнішнє фінансування навіть в умовах війни. Ще 4,7% респондентів не змогли дати однозначну відповідь, що вказує на незначний рівень невизначеності щодо цього питання.

Рис. 24. Чи брали Ви кредити в українських банках (окрім програми «5-7-9%») за час від початку повномасштабного вторгнення?, % респондентів



Помітні відмінності спостерігаються залежно від структури капіталу. Підприємства зі змішаним капіталом частіше брали кредити в українських банках (52,4%), тоді як серед бізнесу з українським капіталом таких 35,9%, а серед компаній лише з іноземним капіталом – лише 7,1%. Водночас 92,9% компаній з лише іноземним капіталом зазначили, що не користувалися таким кредитуванням, що може свідчити про

використання альтернативних джерел фінансування або доступ до ресурсів материнських компаній.

Із зростанням розміру бізнесу частка підприємств, які брали кредити в українських банках, зростає – від 15,4% серед мікробізнесу до 55,7% серед великих підприємств. Водночас мікропідприємства значно частіше зазначають, що не користувалися таким кредитуванням (84,6%).

Участь в державних програмах підтримки

Лише третина бізнесу (33,4%) зазначила, що користувалася державними програмами підтримки. Водночас 46,2% підприємств не брали участі в таких програмах, хоча знають про них, що може свідчити про обмежену доступність, недостатню привабливість або невідповідність програм потребам бізнесу. Ще 20,4% респондентів не змогли дати однозначну відповідь або не знають / не пам'ятають про такі програми, що вказує на певний рівень невизначеності або низьку поінформованість частини бізнесу.

Рис. 25. Чи користувався Ваш бізнес державними програмами підтримки?, % відповідей



Бізнес лише з іноземним капіталом значно рідше користувався державними програмами підтримки – лише 7,1% таких компаній зазначили, що брали в них участь. Водночас 71,4% повідомили, що знають про ці програми, але не користувалися ними, що може свідчити як про меншу потребу в державній підтримці, так і про використання альтернативних джерел фінансування.

Із зростанням розміру бізнесу частка підприємств, які користувалися державними програмами підтримки, помітно зростає – від 0% серед мікробізнесу до 48,6% серед великих підприємств. Натомість мікропідприємства значно частіше зазначають, що не користувалися програмами, хоча знають про них (69,2%), що може свідчити про обмежений доступ або меншу відповідність програм потребам малого бізнесу.

Страхування воєнних ризиків

Лише 14,7% підприємств мають страхування воєнних ризиків, тоді як більшість бізнесу (77,9%) такого страхування не має. Це підтверджує обмежену доступність механізмів страхування воєнних ризиків для українського бізнесу в умовах війни.

В залежності від розміру спостерігається тенденція до зменшення наявності страхування воєнних ризиків від більших до менших підприємств. Відтак, даний вид страхування мають 37,9% великих підприємств, 13,4% середніх підприємств та лише 4,6% малих підприємств.

Водночас, серед мікропідприємств жодне не має страхування від воєнних ризиків.

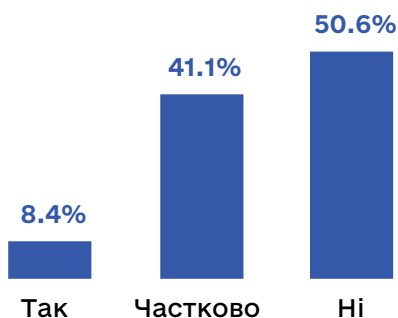
Серед галузей найбільший відсоток підприємств, що застраховані від воєнних ризиків у машинобудуванні (45%), хімічній (22,2%), харчовій (17,6%) та деревообробній (18,8%) промисловості.

Рис. 26. Чи має Ваш бізнес страхування воєнних ризиків?, % респондентів



Лише 8,4% респондентів вважають, що страхування воєнних ризиків є повністю доступним. Для 41,1% опитаних представників бізнесу страхування є доступним лише частково. Однак половина респондентів (50,6%) вважає, що страхування воєнних ризиків є недоступним. Подібна ситуація віддзеркалює низьке поширення страхування воєнних ризиків серед опитаних підприємств.

Рис. 27. Чи вважаєте Ви доступним страхування воєнних ризиків?, % відповідей



Бізнес лише з іноземним капіталом значно частіше вважає страхування воєнних ризиків недоступним – таку відповідь дали 60,9% респондентів. Для порівняння, серед підприємств з лише українським капіталом цей показник становить 50,5%.

Сприйняття доступності страхування воєнних ризиків покращується зі зростанням розміру бізнесу. Якщо серед малих підприємств 61,6% вважають його недоступним, то серед великих така частка знижується до 34,3%. Натомість великі компанії частіше оцінюють страхування як частково доступне (47,8%) або повністю доступне (17,9%).

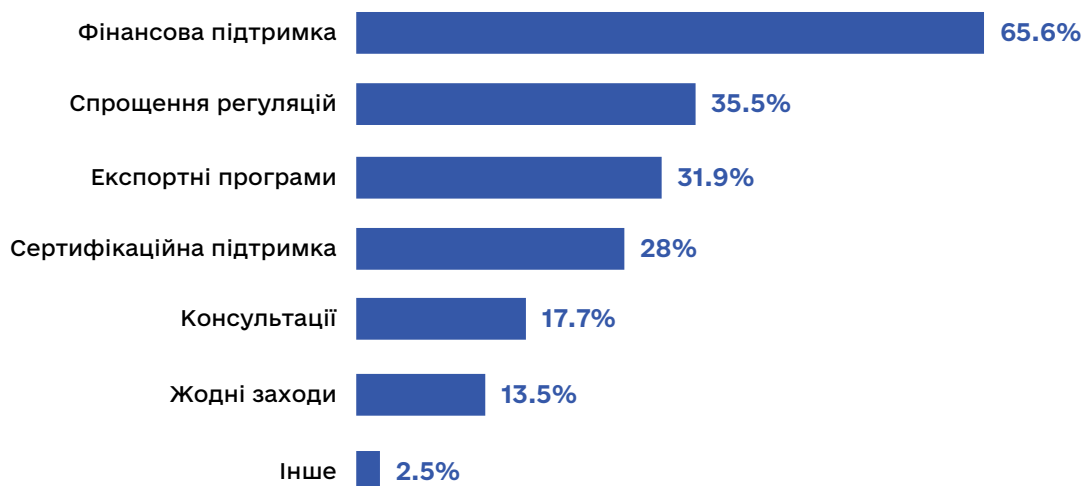
Водночас навіть серед великого бізнесу лише незначна частка вважає страхування повністю доступним, що свідчить про загальне сприйняття обмеженої доступності цього інструменту.

Бажана підтримка від держави

Основним варіантом отримання підтримки від держави для українського бізнесу залишається пряме фінансове стимулювання, яке значно випереджає інституційні чи регуляторні зміни. Запит на грошову допомогу майже вдвічі перевищує потребу у спрощенні правил

гри, що підкреслює дефіцит оборотного капіталу та ресурсів для розвитку. Варіант «Фінансова підтримка» обрали майже дві третини респондентів (65,6%), тоді як про «Спрощення регуляцій» вказали більше третини (35,5%).

Рис. 28. Які заходи державної підтримки є найбільш потрібними для Вашого бізнесу? (% респондентів, можна було обирати кілька відповідей)



Експортні програми (31,9%) та сертифікаційна підтримка (28%) є серед найбільш затребуваних заходів підтримки. Це чітко корелює з процесом євроінтеграції: компаніям потрібні практичні інструменти для виходу на ринок ЄС. Водночас 17,7% респондентів відзначили потребу в консультаційній підтримці. Лише 13,5% опитаних вважають, що жодні додаткові заходи підтримки не потрібні.

Серед інших варіантів державної підтримки представники бізнесу також згадували програму 5-7-9, питання бронювання військовозобов'язаних працівників, пошук партнерів за кордоном. Також був згаданий варіант «не заважати».

У залежності від структури капіталу фінансова підтримка найбільш затребувана серед бізнесу зі «змішаним» капіталом (70%) та українського бізнесу (65,6%), тоді як для суто іноземного капіталу цей запит ділить перше місце з експортними програмами (по 50%). Компанії з іноземним капіталом майже не турбує регуляторний тиск – лише 8,3% згадок.

В залежності від розміру підприємства, потреба у фінансовій підтримці стабільно зростає разом із масштабом бізнесу. Найбільше фінансової допомоги потребує великий бізнес (72,7%), тоді як серед мікробізнесу цей показник

становить 46,2%. Спрощення регуляції є майже однаково важливим для бізнесу різного розміру: його назвали важливим 38,5% мікро-, 39,3% малих та 42,4% великих підприємств. Водночас середній бізнес дещо рідше вважає цей напрям пріоритетним (28,1%).

Експортні програми найбільш затребувані серед великого (40,9%) та середнього бізнесу (36,8%). Мікробізнес цікавиться експортом значно рідше (23,1%). Сертифікаційна підтримка має стабільний попит на рівні 27% – 29,8% для всіх категорій, окрім мікробізнесу (15,4%).

Фінансова підтримка залишається лідером запитів майже для всіх секторів. Найвищі показники зафіксовані в сільському господарстві (85,7%), оптовій торгівлі (70,8%) та хімічній промисловості (69,2%), харчовій промисловості (64,6%). Спрощення регуляції найбільше турбує представників металургії / обробки металу (47,4%), сільського господарства (42,9%) та харчової промисловості (40,5%). Найвищий інтерес до експортних програм демонструють підприємства харчової промисловості (39,2%), металургії (38,8%) та хімічної галузі (34,6%). Сертифікаційна підтримка має високий пріоритет для сільського господарства (42,9%), хімічної промисловості (42,3%) та оптової торгівлі (41,7%).

Розділ 2.

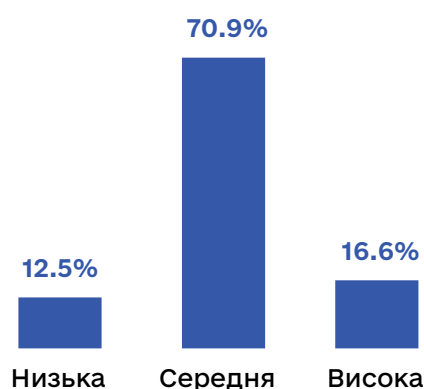
Євроінтеграція

2.1. Обізнаність бізнесу щодо євроінтеграції

Аналіз даних свідчить про переважно оптимістичний рівень поінформованості українських підприємців щодо впливу євроінтеграції. Серед респондентів, які змогли чітко оцінити рівень обізнаності щодо наслідків для власного бізнесу, абсолютна більшість (70,9%) визначає свій рівень обізнаності як середній. Кожен шостий підприємець (16,6%) оцінює свої знання як високі. Лише 12,5% опитаних визнали, що мають низький рівень поінформованості.

Водночас частка респондентів, які не змогли дати конкретної відповіді («Важко сказати / Не знаю»), становить 11,4% від загальної вибірки, що вказує на потребу в подальшій інформаційній підтримці підприємств.

Рис. 29. Як Ви оцінюєте свою обізнаність щодо наслідків євроінтеграції України для такого бізнесу, як Ваш?, % відповідей



Більшість представників українського бізнесу сприймають євроінтеграцію позитивно, фокусуючись на залученні ресурсів (партнерства та інвестицій), тоді як скептично або невизначено налаштована лише чверть опитаних.

Підприємства лише з іноземним капіталом значно частіше оцінюють свою обізнаність щодо наслідків євроінтеграції як високу (46,2%), тоді як серед бізнесу з українським капіталом цей показник становить лише 14,8%. Це може свідчити про кращу обізнаність іноземного бізнесу щодо вимог та можливостей, пов'язаних з інтеграцією до ринку ЄС.

Зі зростанням розміру бізнесу рівень обізнаності щодо наслідків євроінтеграції підвищується. Якщо серед мікробізнесу жоден респондент не оцінив свою обізнаність як високу, то серед великих підприємств так вважають уже 30,3%. Водночас мікробізнес значно частіше оцінює свою обізнаність як низьку (44,4%), що може свідчити про обмежену спроможність мікробізнесу для відстеження змін, пов'язаних з євроінтеграцією.

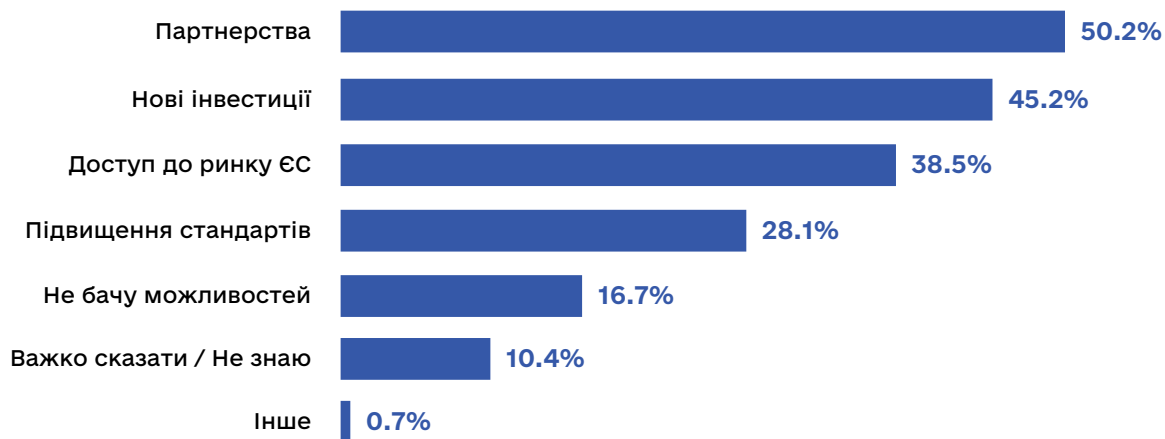
Можливості євроінтеграції

Бізнес насамперед шукає стратегічної співпраці та капіталу. Варіанти «Партнерство» (50,2%) та «Нові інвестиції» (45,2%) очолюють рейтинг. Доступ до спільного ринку ЄС є ще одним ключовим стимулом для 38,5% компаній, що свідчить про готовність до експорту та конкуренції. Понад чверть респондентів (28,1%) вважають важливою частиною. євроінтеграції підвищення

стандартів. Сумарно 27,1% опитаних не бачать перспектив (16,7%) або не визначилися (10,4%). Це вказує на брак інформації чи адаптаційних ресурсів у частини підприємств.

Серед інших можливостей євроінтеграції для бізнесу респонденти також згадували більші логістичні можливості завдяки доступу до портів ЄС, та загалом розширення можливостей.

Рис. 30. Які форми входу на ринок та здійснення інвестицій в Україні, на Вашу думку, є найкращими для іноземних компаній? (% респондентів, можливі декілька відповідей)



Підприємства лише з іноземним капіталом значно частіше бачать у євроінтеграції можливості для нових інвестицій (71,4%), партнерств (64,3%) та підвищення стандартів (42,9%), ніж бізнес з українським капіталом. Водночас компанії з українським капіталом частіше пов'язують євроінтеграцію з доступом до ринку ЄС (38,2%) та рідше очікують інвестиційних можливостей. Крім того, серед повністю іноземного бізнесу немає респондентів, які б не бачили можливостей від євроінтеграції, тоді як серед українського бізнесу таких 17,8%.

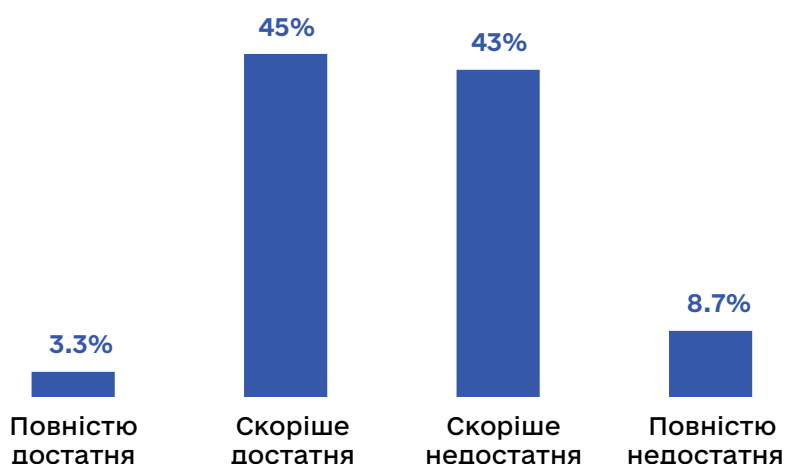
Зі зростанням розміру бізнесу підприємства частіше бачать у євроінтеграції нові можливості. Великі компанії значно частіше пов'язують її з доступом до ринку ЄС (52,9%), новими інвестиціями (61,4%) та партнерствами (61,4%), тоді як мікробізнес помітно рідше бачить такі переваги. Натомість серед мікропідприємств частіше трапляється відповідь, що вони не бачать можливостей від євроінтеграції (38,5% проти 7,1% серед великих підприємств).

Рівень комунікації зі сторони держави щодо євроінтеграції для бізнесу

Аналіз результатів опитування свідчить про суттєву поляризацію думок респондентів щодо оцінки поточної комунікації держави щодо питань євроінтеграції для бізнесу, із незначним переважанням негативних оцінок серед тих, хто висловив негативні позицію. Сумарно 48,3% опитаних

вважають комунікацію держави достатньою (повністю або скоріше). Більшість респондентів, які визначилися з відповіддю (51,7%), оцінюють державну комунікацію критично – охарактеризували її як «Скоріше недостатню», а ще 8,7% переконані, що вона є «Повністю недостатньою».

Рис. 31. Як Ви оцінюєте поточну комунікацію держави щодо євроінтеграції для бізнесу?, % відповідей



Підприємства лише з іноземним капіталом значно позитивніше оцінюють достатність державної підтримки євроінтеграції: 83,3% вважають її скоріше достатньою, тоді як серед бізнесу з українським капіталом такої думки дотримуються 43,2%. Натомість бізнес з українським та змішаним капіталом частіше оцінюють підтримку як скоріше недостатню (43,2% та 57,1% відповідно).

Мікро- та малий бізнес дещо критичніше оцінюють поточну комунікацію держави щодо євроінтеграції: серед них частіше переважають оцінки «скоріше недостатня» або «повністю недостатня» (62,5% та 59,2% відповідно). Натомість серед середніх і великих підприємств відповідний показник є нижчим – 46,4% та 49,2% відповідно.

Недоліки в комунікації

Результати опитування свідчать про виражений прагматичний запит аудиторії. Головною проблемою державної комунікації щодо євроінтеграції є дефіцит прикладних даних та слабка адаптація контенту під потреби бізнесу. Зокрема майже половина опитаних (45,6%) відзначають, що «Недостатньо практичної інформації», а 31% прямо вказують на відсутність роз'яснень щодо впливу євроінтеграції на бізнес. Кожен п'ятий респондент скаржиться на форму та регулярність подачі матеріалу.

Варіанти «Інформація є складною для розуміння» (21,5%) та «Відсутність регулярної комунікації» (20,7%)

демонструють необхідність спрощення мови комунікації та створення стабільних інформаційних каналів. Водночас 14,6% опитаних взагалі перебувають поза державним інформаційним полем («Не стикався(-лась) з комунікацією держави»), що вказує на обмежене охоплення наявних каналів зв'язку. Низька швидкість інформування («Інформація надходить із запізненням» – 13%) та «Відсутній зворотний зв'язок» (7,7%) хоч і є важливими недоліками, проте мають найменшу вагу на тлі дефіциту якісного контенту.

Частка тих, хто повністю задоволений поточною ситуацією («Не бачу недоліків»), становить 16,9%.

**Рис. 32. Які основні недоліки комунікації держави щодо євроінтеграції Ви бачите?
% респондентів, кілька відповідей**



Дефіцит практичної інформації є критичним незалежно від походження капіталу. Цей недолік обрали 44,2% українських, 50% змішаних та 53,8% іноземних компаній. Компанії з повністю іноземним капіталом значно рідше скаржаться на складність інформації для розуміння (7,7%), тоді як для українського (22,3%) та змішаного бізнесу (25%) це є більш відчутний бар'єр. Брак інформації про вплив на бізнес найбільше турбує компанії з виключно українським капіталом (32,6%), тоді як для іноземних підприємств цей показник удвічі нижчий (15,4%). Іноземні компанії демонструють найменший рівень критичності – 30,8% з них зазначили, що «не бачать недоліків» у комунікації. Серед українських підприємств таких лише 17%.

Незалежно від розміру бізнесу головним недоліком комунікації держави щодо євроінтеграції респонденти називають недостатню практичну інформацію (42,2–54,5%). Малий бізнес дещо частіше вказує на складність інформації для розуміння (31,6%) та недостатність інформації про вплив євроінтеграції на бізнес (39,2%). Натомість великі підприємства дещо частіше зазначають, що не бачать недоліків комунікації (21%), тоді як серед мікробізнесу таких відповідей не було. Водночас мікро- та середній бізнес частіше повідомляють, що взагалі не стикалися з комунікацією держави щодо євроінтеграції (27,3% та 20,2% відповідно).

Побажання щодо комунікації

Український бізнес демонструє чіткий запит на диджиталізацію та прикладний характер комунікації. Найбільшу ефективність мають цифрові інструменти самоосвіти та прямої взаємодії (портали, гайди, вебінари), тоді як традиційні канали (розсилки, публічні заходи) сприймаються як другорядні.

Спеціалізований онлайн-портал для бізнесу (52,9%): абсолютний фаворит, що вказує на потребу в єдиному цифровому вікні для отримання всієї інформації про євроінтеграцію. Практичні гайди

та роз'яснення (48,8%): підтверджує попередній тренд на дефіцит конкретики; бізнесу потрібні покрокові текстові або візуальні інструкції. Вебінари та онлайн-консультації (47,9%): демонструє високий запит на інтерактивне навчання та можливість отримати відповіді на запитання в реальному часі без бюрократії. Офлайн-формати («Публічні заходи» – 27,1%) та персоналізований контент («Цільові email-розсилки» – 22,1%) мають стійку, але значно меншу аудиторію, можливо, вони підходять для великих компаній або

нішевих обговорень. Лише кожне п'яте підприємство (20%) бачить ефективність у комунікації через бізнес-асоціації, що свідчить про те, що бізнес прагне

отримувати інформацію від держави напряму, а не через посередників. Інтерактивні інструменти підтримують 13,3% респондентів.

Рис. 33. Які інструменти або канали комунікації держави були б найбільш ефективними?, % респондентів, кілька відповідей



Для компаній із штатом 50–249 осіб найбільш очікуваним інструментом є Спеціалізований онлайн-портал (62,7%). Для підприємств із кількістю працівників 250+ осіб найефективнішим форматом є вебінари та онлайн-консультації (63,2%). Водночас великі компанії найменше зацікавлені в публічних заходах (лише 14%) та інтерактивних інструментах самооцінки (3,5%). Окрім загальних лідерів (порталу та гайдів), малі підприємства (10–49 осіб) демонструють високий інтерес до публічних заходів (36,6%), що суттєво вище, ніж у великого бізнесу.

У харчовій промисловості (найбільша вибірка) найвищу ефективність демонструють практичні гайди та роз'яснення (67,1%) та спеціалізований онлайн-портал (62,9%). У хімічній промисловості бізнес найбільше підтримує практичні гайди (60,9%) та вебінари (56,5%). В оптовій торгівлі ключовим інструментом бачать онлайн-портал для бізнесу (64,7%). Представники сільського господарства (хоч вибірка

й невелика – 9 компаній) мають унікальний профіль: вони віддають перевагу вебінарам (77,8%) та публічним заходам (66,7%), повністю ігноруючи текстові гайди (0%). Сектор інших послуг демонструє високий інтерес до публічних заходів (53,8%).

Спеціалізований онлайн-портал та практичні гайди лідирують у всіх трьох групах підприємств за типом власності. Проте найбільшу зацікавленість у них виявляє іноземний капітал – по 66,7%. Компанії зі змішаною власністю виявляють унікальний інтерес до інтерактивних інструментів – 35%, що втричі вище за показник суто українського бізнесу (11,3%). Якщо для українського бізнесу вебінари є вкрай важливими (49,5%), то серед підприємств із змішаним капіталом цей формат підтримують лише 20%. Комунікація через бізнес-асоціації є найбільш затребуваною серед підприємств зі змішаним капіталом (25%), тоді як іноземні компанії згадують її найрідше (8,3%).

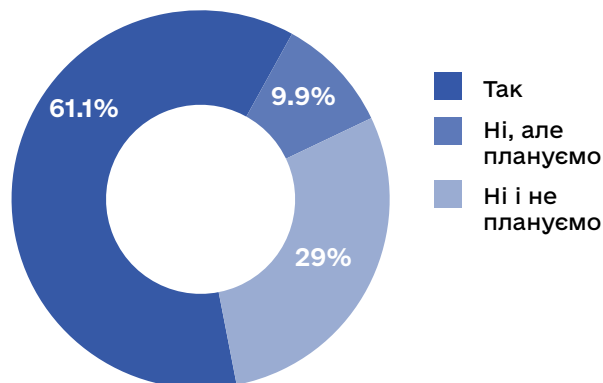
2.2. Експорт в ЄС

Наявність експорту в ЄС

Український бізнес демонструє високий рівень інтеграції у європейський економічний простір – майже дві третини опитаних підприємств уже здійснюють експорт до країн ЄС. Сумарна частка діючих експортерів та компаній із чіткими намірами щодо експансії перевищує 70%.

Серед респондентів, що відповіли на це питання, 61,1% – становлять компанії, які вже експортують свою продукцію або послуги до країн Європейського Союзу. Це найбільша група респондентів. 29% – займають підприємства, які не здійснюють експортну діяльність на ринку ЄС і не мають таких планів у майбутньому. Це друга за величиною група. 9,9% – припадає на бізнеси, які наразі не є експортерами до ЄС, але планують розпочати експорт у перспективі. Це найменша частка опитаних.

Рис. 34. Чи екпортує Ваш бізнес продукцію/послуги до країн ЄС?, % відповідей



Бар'єри для експорту в ЄС

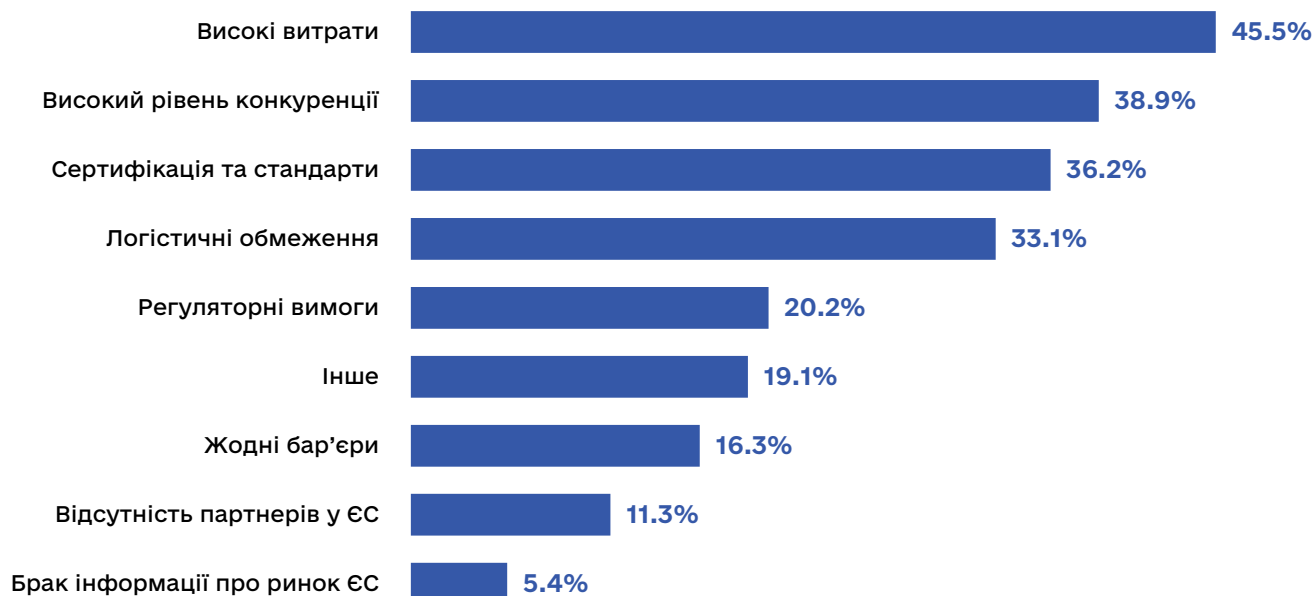
Ключові бар'єри для українських експортерів на ринку ЄС лежать у площині високої вартості виходу та жорсткого ринкового середовища (витрати, конкуренція, стандарти), тоді як інформаційний дефіцит або пошук партнерів є найменш критичними факторами.

Головною перешкодою є «Високі витрати» (45,5%). Що вказує на капіталомісткість процесу виходу на ринок ЄС (логістика, маркетинг, адаптація продукту) на тлі обмежених ресурсів

бізнесу. Також респонденти вказують на «Високий рівень конкуренції» (38,9%) і «Сертифікацію та стандарти» (36,2%). «Логістичні обмеження» стримують кожного третього респондента (33,1%).

Брак інформації про ринок ЄС є найменш вагомим фактором (5,4%). Це підтверджує, що бізнес уже добре обізнаний з правилами гри, і йому потрібні не теоретичні роз'яснення, а матеріальні та інструментальні ресурси. Однак, 16,3% опитаних зазначили варіант, що не стримують «Жодні бар'єри».

Рис. 35. Які бар'єри є найбільш суттєвими для Вашого бізнесу при експорті або виході на ринок ЄС? % відповідей, кілька відповідей



Підприємства лише з іноземним капіталом частіше називають ключовими бар'єрами для експорту або виходу на ринок ЄС високі витрати (57,1%) та логістичні обмеження (42,9%), тоді як бізнес з українським капіталом більше акцентує на сертифікації та стандартах (38,6%) і високому рівні конкуренції (40%). Водночас серед повністю іноземного бізнесу частіше трапляється відповідь про відсутність бар'єрів (28,6% проти 15% серед українського бізнесу), що може свідчити про кращу адаптацію до міжнародних ринків.

Із зростанням розміру бізнесу бар'єри для експорту та виходу на ринок ЄС стають більш вираженими. Великі підприємства частіше називають сертифікацію та стандарти (44,4%), логістичні обмеження (46%) і високий рівень конкуренції (44,4%) як ключові перешкоди. Водночас

мікробізнес частіше вказує на відсутність партнерів у ЄС (33,3%) та рідше – на конкуренцію чи стандарти, що може свідчити про нижчий рівень інтеграції у зовнішні ринки.

Найбільший фінансовий тиск відчувають підприємства легкої промисловості (83,3% з 6 компаній) та ключовий сектор харчової промисловості (56,5%). Сертифікація та стандарти є критичним бар'єром для металургії та обробки металу (58,8%), а також хімічної промисловості (41,7%). Високий рівень конкуренції найсильніше стримує деревообробну та целюлозно-паперову промисловість (47,4%) та виробництво харчових продуктів (49,3%). Логістичні обмеження особливо гостро постають для машинобудування (50%) та оптової торгівлі (40%). У харчовому секторі цей показник становить 37,7%.

Заходи держави для подолання бар'єрів виходу українського бізнесу на ринки ЄС

Бізнес очікує від держави насамперед матеріального та інфраструктурного сприяння (фінансування, логістика, сертифікація), тоді як м'які інструменти підтримки, такі як навчання чи консультування, мають мінімальний пріоритет.

Понад половина респондентів (53,3%) потребують безпосередньої фінансової допомоги (гранти, компенсації). Варіанти «Розвиток логістичної інфраструктури» та «Підтримка у проходженні сертифікації» набрали однакову частку думок – по 39%, що може свідчити про

системні виклики на кордонах та високу вартість підтвердження відповідності продукції стандартам ЄС.

Майже третина опитаних (29,4%) очікує на спрощення внутрішніх процедур та митного адміністрування («Зміна регуляторних процедур»). Допомога у пошуку партнерів у країнах ЄС потрібна 21,7% компаній. Програми підвищення

кваліфікації/навчання цікавлять 18,8% опитаних. Надання базової інформації про ринки ЄС (15,1%) та консультативна підтримка експортних офісів (5,9%) замикають рейтинг. Бізнес уже володіє теорією і потребує практичних інструментів. 10,3% респондентів заявили, що не потребують жодних заходів з боку держави.

Рис. 36. Які заходи держави є найбільш необхідними для подолання бар'єрів? % респондентів, кілька відповідей



Фінансова підтримка є найбільш критичною для компаній із суто українським капіталом (54,7%). Для підприємств із повністю іноземним капіталом цей запит помітно менший (38,5%). Логістична інфраструктура та кордон є більш важливим пріоритетом для іноземного капіталу (46,2%). Український та змішаний бізнес також демонструють високий та однаковий рівень потреби у цьому заході (по 37,7% та 40% відповідно). Підтримка у сертифікації однаково гостро затребувана українським (38,6%) та змішаним бізнесом (40%). Програми підвищення конкурентоспроможності та пошук партнерів мають найвищий попит серед компаній з іноземним капіталом (по 23,1%). Потреба в базовій інформації про ринки ЄС абсолютно відсутня у компаній з іноземним капіталом (0%),

тоді як для суто українських підприємств вона становить 15,7%. Жодних заходів підтримки не потребують 11% українських та 10% змішаних компаній, у той час як серед іноземного бізнесу таких немає.

В залежності від розміру підприємства, фінансова підтримка є лідером для більшості підприємств та зростає з масштабом компанії – від 51,8% у малого бізнесу до 60% у великого. Для мікробізнесу цей показник становить 25%. Логістична інфраструктура та кордон є пріоритетом саме для мікробізнесу (50%). Малий (42,4%), середній (36,8%) та великий бізнес (36,9%) також демонструють стабільно високий запит. Підтримка у сертифікації чітко масштабується з розміром підприємства. Великий бізнес потребує її найбільше (49,2%), середній – 39,5%, малий – 34,1%, тоді як мікробізнес взагалі проігнорував цей напрям. Зміна

регуляторних процедур має стабільний і рівномірний попит серед усіх категорій компаній – у діапазоні від 25% до 32,9%. Пошук партнерів та навчання найбільше затребувані серед представників середнього бізнесу (28,1% та 23,7% відповідно).

Фінансова підтримка: Залишається домінуючим запитом для більшості базових галузей. Найвищий інтерес зафіксовано у виробництві будівельних матеріалів (71,4%), оптовій торгівлі (66,7%), металургії / обробці металу (64,7%) та в секторі харчової промисловості (61,3%). Підтримка у

сертифікації критично необхідна для високотехнологічних та регульованих секторів: металургії (47,1%), хімічної промисловості (45,5%) та харчового виробництва (38,7%). Логістика та перетин кордону: найбільше турбує представників виробництва будівельних матеріалів (64,3%), металургії (52,9%), роздрібної торгівлі (45,8%) та харчової промисловості (46,7%). Зміна регуляторних процедур: Найвищий рівень незадоволення внутрішніми процедурами та запит на зміни виявили компанії зі сфери оптової торгівлі (41,7%) та металургії (35,3%).



Розділ 3.

Інвестиційна привабливість України

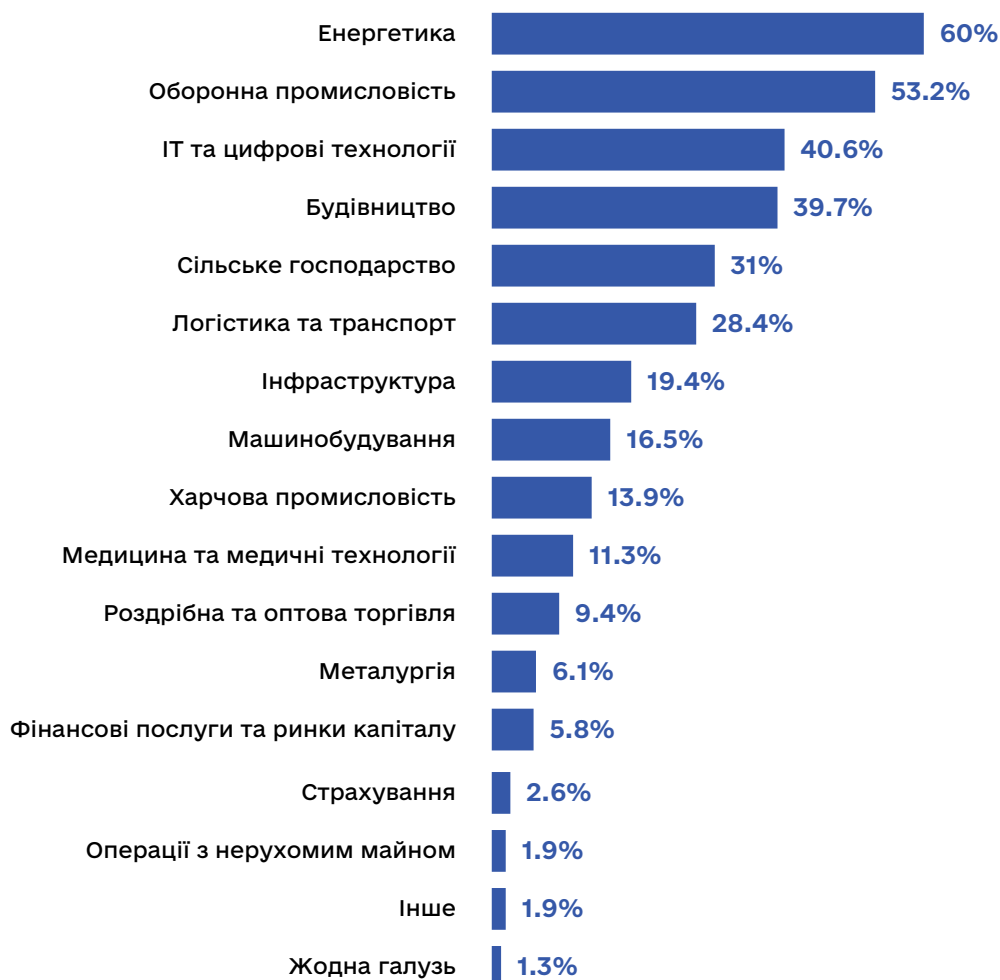
3.1. Інвестиційний потенціал

Найбільш інвестиційно привабливі галузі

Найбільш інвестиційно привабливими галузями в Україні бізнес вважає енергетику (60%) та оборонну промисловість (53,2%), які суттєво випереджають інші сфери. Така оцінка, ймовірно, безпосередньо пов'язана з умовами війни – потребою у відновленні енергетичної інфраструктури та

зростанням попиту на продукцію оборонного сектору. Серед інших відносно привабливих напрямів респонденти називають ІТ і цифрові технології (40,6%), будівництво (39,7%), сільське господарство (31%) та логістику і транспорт (28,4%).

Рис. 37. Які галузі, на Вашу думку, зараз є найбільш інвестиційно привабливими в Україні? (% респондентів, кілька відповідей)



Найменш інвестиційно привабливими бізнес вважає страхування (2,6%), операції з нерухомістю (1,9%) та фінансові послуги і ринки капіталу (5,8%). Такі оцінки можуть відображати високий рівень ризиків, невизначеність та обмежений попит на інвестиції в ці сфери в умовах війни. Крім того, лише 1,3% респондентів вважають, що наразі жодна галузь не є інвестиційно привабливою.

Незалежно від структури капіталу, найбільш інвестиційно привабливими галузями бізнес вважає енергетику та оборонну промисловість, що, ймовірно, пов'язано з умовами війни та потребами відновлення. Водночас підприємства лише з іноземним капіталом частіше відзначають інвестиційний потенціал ІТ і цифрових технологій (63%), медицини та медичних технологій

(22,2%), а також фінансових послуг і ринків капіталу (18,5%). Натомість бізнес з українським капіталом дещо частіше називає логістику та транспорт (31,1%) і машинобудування (17,1%) серед перспективних напрямів.

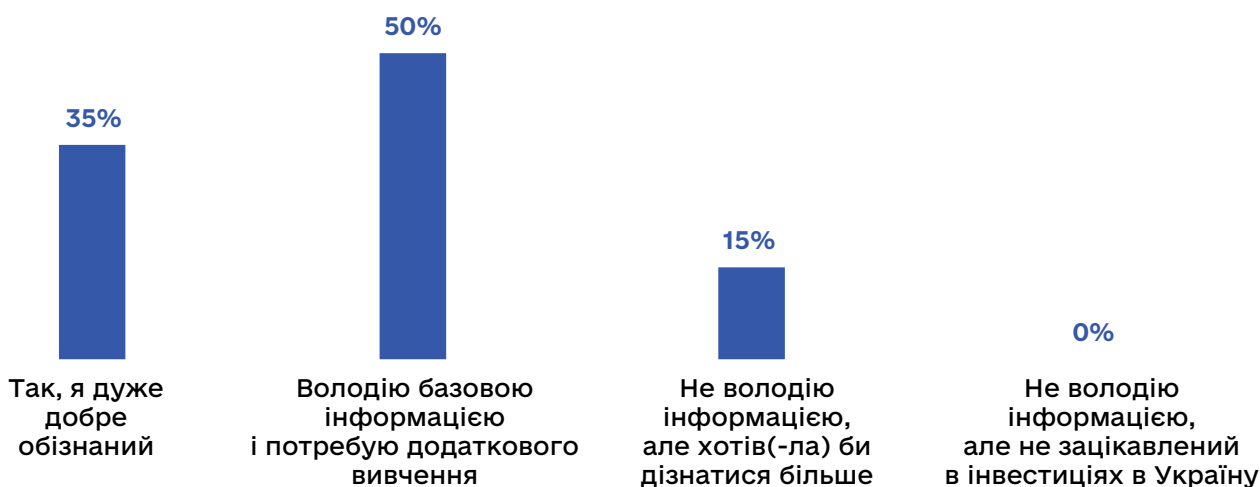
Також незалежно від розміру бізнесу найбільш інвестиційно привабливими галузями залишаються енергетика та оборонна промисловість, що, ймовірно, пов'язано з умовами війни та потребами відновлення. Водночас зі зростанням розміру бізнесу частіше зростає інтерес до інфраструктури (від 12,5% до 26,7%), логістики та транспорту (від 0% до 34,7%), а також машинобудування (від 0% до 21,3%). Натомість мікробізнес частіше вважає перспективними сільське господарство (43,8%) та медицину і медичні технології (25%).

Поінформованість іноземного бізнесу про бізнес-клімат та інвестиції в Україні

Респондентів також запитали про рівень поінформованості щодо бізнес-клімату та інвестиційних можливостей в Україні (питання включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або планує працювати в Україні). Половина опитаних (50%) зазначили, що володіють базовою інформацією,

але потребують додаткового вивчення, тоді як 35% оцінили свою обізнаність як високу. Ще 15% не володіють достатньою інформацією, але зацікавлені дізнатися більше. Водночас жоден із респондентів не зазначив відсутність інтересу до інвестицій в Україну.

Рис. 38. Чи володієте Ви інформацією про поточний бізнес-клімат в Україні та можливі переваги для іноземних інвесторів? (% респондентів)



Форми входу на ринок та здійснення інвестицій в Україні

Найбільш прийнятними формами входу на український ринок для іноземних компаній респонденти вважають прямі інвестиції у діюче підприємство (72,2%) та створення спільного підприємства або партнерства (60,8%). Значно рідше називають створення нового підприємства (37,8%), тоді як інші форми

– стратегічний інвестор, контрактне виробництво чи грантова підтримка – отримали менш ніж 20% відповідей. Це може свідчити про перевагу моделей входу, що дозволяють використовувати вже наявну інфраструктуру, локальну експертизу та партнерські зв'язки в умовах війни.

Рис. 39. Які форми входу на ринок та здійснення інвестицій в Україні є найкращими для іноземних компаній? (% опитаних, кілька відповідей)



Незалежно від структури капіталу, найбільш прийнятними формами входу на український ринок респонденти вважають прямі інвестиції у діюче підприємство (65,2–74,2%) та створення спільного підприємства або партнерства (53,8–65,2%). Підприємства з виключно іноземним капіталом частіше розглядають створення нового підприємства (42,3%) та консультаційні послуги (11,5%) як прийнятні форми входу. Суттєвих відмінностей між групами не спостерігається – перевага віддається моделям, що передбачають співпрацю з уже наявним бізнесом в

Україні, а не самостійний вихід на ринок.

Зі зростанням розміру бізнесу частіше підтримується модель входу через прямі інвестиції у діюче підприємство – від 50% серед мікробізнесу до 79,5% серед великого бізнесу. Подібна тенденція спостерігається і щодо спільного підприємства або партнерства (від 50% до 67,1%). Водночас мікро- та малий бізнес дещо частіше підтримують грантові форми фінансування (37,5% та 19,3%), тоді як великі підприємства частіше розглядають стратегічного інвестора (24,7%) та контрактне виробництво (19,2%).

3.2. Бар'єри для інвестицій

Найбільшими бар'єрами для іноземних інвестицій в Україну бізнес вважає корупцію (48,2%), недосконалість судової системи та механізмів захисту прав (40,4%), а також регуляторну нестабільність (35,1%). Дещо рідше респонденти згадують обмеження валютних операцій (22%), відсутність прогнозованого правового регулювання (21,3%) та податкове навантаження (21,3%). Водночас лише 10,6% вважають, що суттєвих стримуючих факторів немає.

Серед інших факторів респонденти поодинокі згадували бюрократію

(0,6%), обмежені можливості громад у роботі з інвесторами (0,3%) та сприйняття України як маловідомої країни для інвесторів (0,3%).

Результати опитування дещо коригують поширене уявлення про те, що іноземних інвесторів можна залучити передусім податковими пільгами чи створенням спеціальних економічних зон. Значно важливішими для глобального бізнесу виявляються базові інституційні умови, зокрема верховенство права та передбачуваність умов ведення бізнесу.

Рис. 40. Які фактори, на Вашу думку, стримують іноземний бізнес від інвестування в Україну? (% опитаних, кілька відповідей)



Незалежно від структури капіталу, розміру чи галузі, серед ключових бар'єрів для іноземних інвестицій респонденти найчастіше називають корупцію та недосконалість судової системи і захисту прав.

Водночас підприємства з українським і «змішаним» капіталом частіше звертають увагу на регуляторну нестабільність та податкове навантаження. Обмеження валютних операцій оцінюються подібно в усіх групах (від 21,4 до 23,8%). Підприємства з лише іноземним капіталом частіше не бачать суттєвих

стримуючих факторів для інвестицій (21,4% опитаних).

Великі підприємства частіше звертають увагу на регуляторну нестабільність (47,8%), тоді як середній бізнес частіше згадує податкове навантаження (28,9%). Мікро- та малий бізнес дещо частіше вказують на часту зміну правового регулювання, яка впливає на прийняття рішення щодо інвестування (25% і 12,6% проти 2,9% серед великих), тоді як великі підприємства частіше зазначають, що суттєвих бар'єрів немає (15,9%).

Перешкоди для відкриття або розширення іноземного бізнесу в Україні

Респондентів також запитали, які перешкоди вони вбачають для відкриття або розширення свого бізнесу в Україні (питання включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або планує працювати в Україні). Найчастіше

респонденти називали ризики, пов'язані з війною (75%), що суттєво випереджає інші фактори. Також вагомими бар'єрами є обмежений доступ до фінансування або страхування (45%) та економічна невизначеність (40%).

Рис. 41. Які наразі найбільші перешкоди/виклики Ви вбачаєте для відкриття Вашого бізнесу в Україні? (% респондентів, до 4 відповідей)



Серед інституційних перешкод респонденти звертають увагу на можливі недобросовісні дії з боку органів державної влади (35%), обмеження на рух коштів, непрогнозованість економічної політики та нестачу кваліфікованих працівників (по 30%). Натомість логістичні, митні та регуляторні бар'єри згадуються рідше (по 15%), а проблеми доступу до партнерів чи часті зміни податкової системи – найменше (по 5%).

У відкритих відповідях респонденти мали змогу конкретизувати регуляторні та юридичні бар'єри. Серед відповідей згадані надмірна бюрократія, складні ліцензійні процедури, надмірний державний контроль, а також слабкість верховенства права – зокрема непередбачуваність судових рішень та недостатню ефективність антимонопольних інституцій.

Законодавчі та регуляторні перешкоди після завершення війни

Респондентів також запитали, які законодавчі або регуляторні бар'єри будуть найбільше заважати після завершення війни (питання включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або тільки планує працювати в Україні).

Серед законодавчих і регуляторних бар'єрів, які можуть стримувати інвестиції після завершення війни, респонденти найчастіше називають дозвільні процедури (47,4%). Також суттєвими перешкодами вважаються

регулювання іноземних інвестицій та валютне регулювання (по 42,1%), а також діяльність правоохоронних органів (36,8%).

Близько третини респондентів звертають увагу на обмежений доступ до правосуддя (31,6%), тоді як питання захисту інтелектуальної власності та податкової політики згадуються дещо рідше (по 26,3%). Найменше занепокоєння викликає трудове законодавство (10,5%).

Рис. 42. Які юридичні або регуляторні бар'єри Ви вважаєте найбільшими перешкодами для інвестування в Україну після закінчення військових дій? (% респондентів, декілька відповідей)



3.3. Інституційні чинники інвестиційної привабливості

Респондентів також запитали, які фактори впливають на готовність розглядати Україну як потенційний ринок для інвестування (питання включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або планує працювати в Україні). Найбільший вплив має війна: для 60% респондентів вона є критично важливим фактором, а ще для 30% – впливає, хоча й не є визначальною. Важливими також є макроекономічна ситуація в Україні – 42,1% вважають її критично важливою, ще 21,1% – важливою, але не визначальною.

Географічне розташування України та її торгово-логістичний потенціал є критично важливими для 40% опитаних, хоча для 30% цей фактор зовсім не впливає на інвестиційні рішення. Демографічні та кадрові виклики рідше є визначальними: лише 10% назвали їх критично важливими, тоді як половина респондентів (50%) вважає, що вони впливають, але не є ключовими.

Рис. 43. Як такі фактори впливають на готовність Вашої компанії розглядати Україну як потенційний ринок для інвестування? (% респондентів)

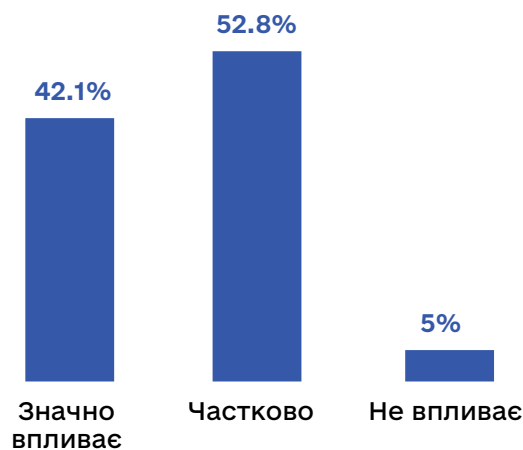


Вплив євроінтеграції на інвестиції

Курс України на вступ до ЄС є важливим фактором для інвестиційних рішень: 42,1% респондентів вважають, що він значно впливає, а ще 52,8% – що впливає частково. Лише 5% зазначили, що євроінтеграційний курс не впливає на інвестиційні рішення. Це свідчить про загалом позитивне сприйняття євроінтеграції як чинника підвищення інвестиційної привабливості України.

Незалежно від структури капіталу, більшість респондентів вважають, що курс України на вступ до ЄС впливає на інвестиційні рішення – значно або частково. Водночас підприємства з повністю українським капіталом дещо частіше зазначають про значний вплив (43%), тоді як серед бізнесу зі змішаним та іноземним капіталом переважає оцінка «частково впливає» (по 53,8%).

Рис. 44. Чи впливає курс України на вступ до ЄС на інвестиційні рішення? (% респондентів)



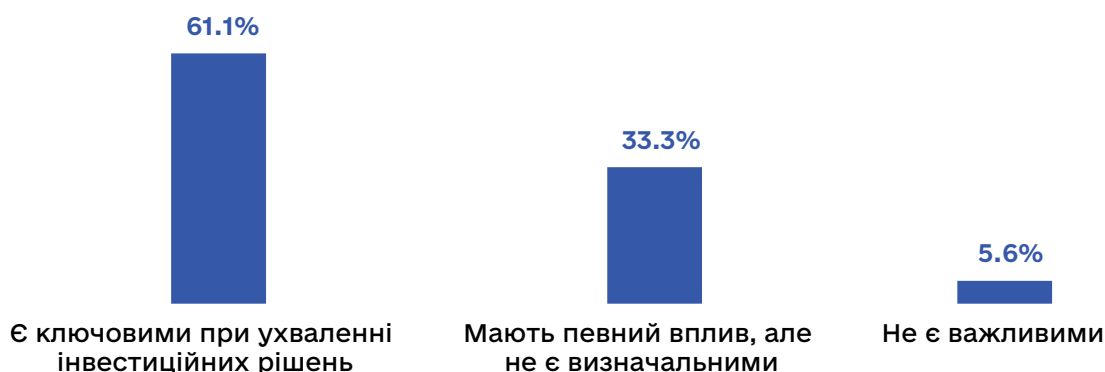
Зі зростанням розміру бізнесу посилюється сприйняття євроінтеграції як важливого чинника інвестиційних рішень: якщо серед мікропідприємств 72,7% вважають, що вступ до ЄС впливає частково, то серед великих підприємств частка тих, хто говорить про значний вплив, становить 52,9%. Водночас частка респондентів, які не бачать впливу, залишається низькою в усіх групах (0–6,2%).

Вплив корупції та прозорості ведення бізнесу в Україні

Респондентам було запропоновано оцінити важливість питання корупції та прозорості ведення бізнесу в Україні при ухваленні інвестиційних рішень (питання

включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або тільки планує працювати в Україні).

Рис. 45. Наскільки важливими для Вас є питання корупції та прозорості ведення бізнесу в Україні при ухваленні інвестиційних рішень? (% респондентів)



Згідно з отриманими результатами, питання корупції та прозорості ведення бізнесу є важливим фактором для ухвалення інвестиційних рішень: для 61,1% респондентів (серед тих, хто проходив опитування для іноземних компаній) воно є ключовим, а ще для

33,3% – має певний вплив, хоча й не є визначальним. Лише 5,6% опитаних зазначили, що ці питання не є важливими. Це свідчить про високу чутливість інвесторів до якості інституційного середовища в Україні.

3.4. Інструменти стимулювання інвестицій

Найважливішою умовою для стимулювання інвестицій респонденти називають гарантії захисту інвестицій (66,5%). Значно рідше згадуються довіра до судової системи та захисту прав (36,3%) і інтеграція до ЄС (34,9%). Близько чверті опитаних

також вважають важливими податкові стимули (27,8%), довіру до фіскальних і правоохоронних органів (27%) та доступ до фінансування (26%). Водночас лише 16,4% респондентів вказали на необхідність більшого сприяння бізнесу з боку органів влади.

Рис. 46. Які умови могли б стимулювати інвестиції? (% респондентів)



Незалежно від структури капіталу, ключовою умовою для стимулювання інвестицій респонденти називають гарантії захисту інвестицій. Особливо це важливо для бізнесу з іноземним капіталом – 92,3% таких підприємств вказали цю умову, тоді як серед компаній з українським капіталом – 66,4%. Підприємства з іноземним капіталом також частіше наголошують на довірі до судової системи та захисту прав (53,8% проти 36,5% серед українських компаній) і до фіскальних та правоохоронних органів (46,2% проти 25,4%). Водночас бізнес зі змішаним капіталом частіше очікує податкових та інвестиційних стимулів (38,1%), а компанії з українським капіталом дещо частіше згадують інтеграцію до ЄС (35,2%) та доступ до фінансування (27,9%) як фактори, що могли б стимулювати інвестиції.

Гарантії захисту інвестицій залишаються ключовою умовою для стимулювання інвестицій незалежно від розміру бізнесу, однак їх важливість зростає зі збільшенням розміру підприємства – від 58,3% серед мікробізнесу до 76,9% серед великих компаній. Великі підприємства також частіше наголошують на важливості інтеграції до ЄС (46,2%), тоді як середні компанії частіше згадують податкові та інвестиційні стимули (35,4%). Мікропідприємства помітно частіше акцентують на довірі до судової системи та захисту прав (66,7%), а також на доступі до фінансування (33,3%) як умовах для активізації інвестицій. Водночас довіра до фіскальних і правоохоронних органів має подібний рівень важливості для бізнесу різного розміру (20–33,3%).

Оцінка можливих стимулів іноземним бізнесом

Респондентів також запитали, які заходи державної підтримки могли б стимулювати збільшення інвестицій саме їхнього підприємства в Україні. Це питання включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або тільки планує працювати в Україні.

Найбільший інтерес серед потенційних стимулів для збільшення інвестицій в Україну викликає страхування воєнних і політичних ризиків – його обрали

63,2% респондентів (серед тих, хто зміг відповісти на це запитання). Майже половина також зацікавлена у пільговому фінансуванні або кредитуванні (47,4%), а також податкових пільгах і стимулах та доступі до державних програм відбудови і закупівель (по 42,1%). Дещо рідше респонденти згадували спрощення регуляторних та дозвільних процедур (36,8%), тоді як спеціальні умови для індустриальних парків викликають обмежений інтерес (10,5%).

Рис. 47. Які стимули з боку держави могли б зацікавити Вас у збільшенні інвестицій в Україну? (% респондентів, декілька відповідей)



Заходи уряду та місцевої влади

Респондентів також запитали, які дії українського уряду або місцевих органів влади могли б покращити умови для прямих іноземних інвестицій (питання включалося до анкети для міжнародного бізнесу, який працює або планує працювати в Україні). Найчастіше респонденти називали зниження рівня корупції (90%), що підкреслює ключову роль інституційної довіри для інвестиційних рішень. Також

важливими вважаються спрощення адміністративних та регуляторних процедур (75%) і забезпечення доступу до правосуддя (65%). Податкові пільги та стимули підтримали 40% опитаних, тоді як створення спеціальних економічних зон – лише 15%. Це свідчить про те, що іноземний бізнес більше очікує покращення інституційного середовища, ніж запровадження окремих фінансових стимулів.

Рис. 48. Які стимули з боку держави могли б зацікавити Вас у збільшенні інвестицій в Україну? (% респондентів, декілька відповідей)



Методологія

Методологія дослідження ґрунтувалася на проведенні анкетного опитування представників українського та міжнародного бізнесу. Дослідження охопило підприємства різних розмірів – від мікро- та малих до середніх і великих компаній, а також широкий спектр секторів економіки, включаючи переробну промисловість, торгівлю, логістику, аграрний сектор та інші види економічної діяльності.

Для врахування специфіки різних категорій респондентів було використано декілька адаптованих анкет. Окремий інструментарій застосовувався для підприємств, що здійснюють діяльність в Україні, а також для представників міжнародного бізнесу та компаній, які мають обмежений досвід роботи в Україні або лише оцінюють можливість входу на український ринок. Це дозволило врахувати відмінності в досвіді, рівні поінформованості та очікуваннях різних груп респондентів. Анкети були доступні українською, англійською та польською мовами.

Анкета дослідження складалася з трьох основних тематичних блоків. Перший блок був присвячений аналізу поточних викликів ведення бізнесу в Україні, включаючи кадрові проблеми, вплив війни, захист прав власності, взаємодію з державними органами, участь у публічних закупівлях, доступ до фінансування та використання

інструментів підтримки бізнесу. Другий блок стосувався процесів євроінтеграції та оцінки готовності бізнесу до адаптації до правил і стандартів Європейського Союзу, а також виявлення бар'єрів доступу до ринку ЄС і потреб у державній підтримці. Третій блок був спрямований на оцінку інвестиційної привабливості України, факторів, які впливають на інвестиційні рішення, найбільш перспективних секторів для інвестування, а також умов, за яких іноземні компанії були б готові інвестувати або розширювати присутність в Україні.

Опитування проводилося у травні–червні 2026 року із використанням комбінованого підходу до збору даних. Опитування бізнесу, який працює в Україні, здійснювалося методом телефонного анкетування за участі інтерв'юерів. Водночас серед міжнародного бізнесу (зокрема, який планує вихід на ринок України) поширення анкети здійснювалося через професійні бізнес-мережі, міжнародні бізнес-асоціації, партнерські організації, прямі контакти з представниками бізнесу.

Аналіз результатів здійснювався як у цілому по вибірці, так і за окремими групами респондентів, зокрема за структурою власності (український чи іноземний капітал), розміром підприємства (за кількістю працівників) та сектором економіки.



Рада бізнес-
омбудсмена

Усуваємо перешкоди для ведення бізнесу в Україні



www.boi.org.ua