

Експорт товарів і послуг в умовах повномасштабного вторгнення: досвід компаній з Івано-Франківська та області



NEF

НОВА ЕКОНОМІКА
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА

2023

Зміст

Вступ

Приклади компаній, які експортували до початку повномасштабного вторгнення

Приклади компаній, які почали експортувати після повномасштабного вторгнення

Висновки

Вступ

Через повномасштабне вторгнення росії на територію нашої держави економічна активність на внутрішньому ринку України після 24.02.2022 року суттєво знизилась. Компанії, що експортували, втратили частину контрактів або ж, виконуючи власні зобов'язання, зіткнулися з труднощами; інші бізнеси почали працювати над виходом їхніх товарів чи послуг на зовнішні ринки. Це підтверджують **дані опитування** підприємців Івано-Франківщини, яке проводила команда проєкту «Нова економіка Івано-Франківська».

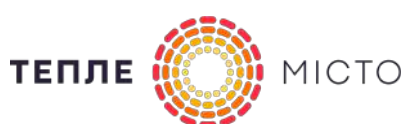
Завдання цього дослідження – зрозуміти, як бізнеси з Івано-Франківської області, які експортували до 2022-го або почали експортувати свою продукцію після лютого 2022 року, адаптували свої процеси в умовах повномасштабної війни. Також метою є проаналізувати досвід цих компаній та зрозуміти, з якими саме викликами зіткнулися підприємці, намагаючись пристосуватися до нових умов. Для дослідження експерти використали дані моніторингу стану екосистеми підприємництва та інновацій у Івано-Франківську й висновки з дев'яти подій у форматі швидкої бізнес-допомоги (ШБД), що відбувалися у межах проєкту «Нова економіка Івано-Франківська».

Усі фотоматеріали та логотипи надані представниками компаній, які брали участь в опитуванні.

Зміст цієї публікації є виключно відповідальністю агенції економічного розвитку PPV Knowledge Networks і необов'язково відображає погляди Європейського Союзу.



Аналітика підготовлена агенцією економічного розвитку PPV Knowledge Networks у межах проєкту «Нова економіка Івано-Франківська – підтримка нових кластерів інноваційної економічної діяльності в Івано-Франківську», який фінансується Європейським Союзом за програмою «Мери за економічне зростання».



**Приклади компаній,
які експортували
до початку
повномасштабного
вторгнення**

«Iris group»

«Iris group» розташована в смт. Делятин, уже 14 років займається експортом букової дошки та меблевих елементів. Компанія є одним із найбільших виробників та експортерів деревної продукції в Україні. Основна продукція, яку вони виготовляють:

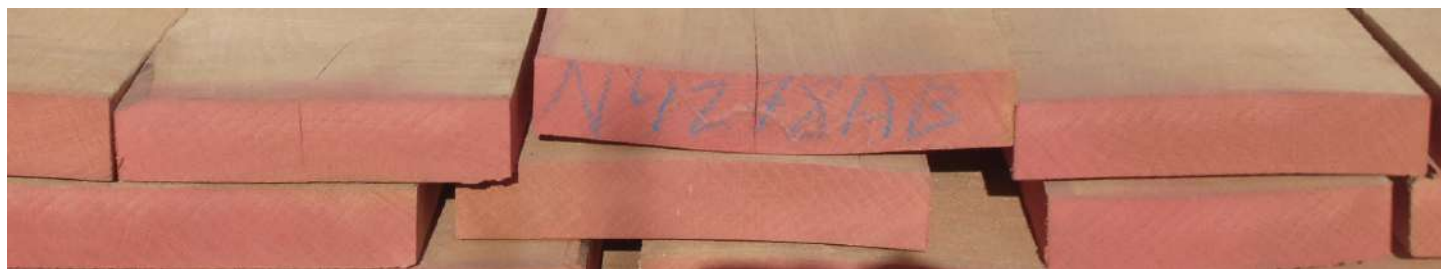
- Деревна дошка (ялова, букова, дубова, ясенева тощо)
- Деревні щити й пиломатеріали
- Деревні елементи конструкцій (балки, бруски, рейки тощо)

«Iris group» співпрацює з великими операторами на ринку деревини, експортує свою продукцію на Близький Схід та в Азію.

Після повномасштабного вторгнення компанія зупинила виробництво, не працювала три місяці. Відновивши роботу, «Iris group» зіткнулася з викликом, як переналаштувати логістику своєї продукції: оскільки порти в Україні були закриті, компанії довелося шукати нові логістичні шляхи через порти Румунії та Польщі. Восени розпочалися вимкнення електропостачання, що також негативно вплинуло на роботу бізнесу.

На сьогодні компанія втратила 40% довоєнних обсягів виробництва, а кількість працівників зі 105, що працювали до 24 лютого 2022 року, скоротилась до 62. Крім скорочення експорту, це пов'язано і з мобілізацією частини працівників до лав ЗСУ.

«Iris group» повністю адаптувалася до нових умов роботи, планує повернутися до довоєнного рівня обсягів виробництва та розвиває нові напрямки роботи. У 2023 році запустила виробництво паливної гранули і пелети на експорт.



Експорт до війни



так

Розмір бізнесу

середній

Проблеми експорту

⊘ логістичні виклики, відключення електроенергії, мобілізація працівників

Релокація



ні

Продукт

товари

«Framiore»

Бренд «Framiore» створено в 2018 році в Івано-Франківську. Виготовляє широкий асортимент одягу для жінок.

До повномасштабного вторгнення компанія експортувала свою продукцію через мережу партнерів у Велику Британію, Німеччину, Італію та США. Після 24 лютого 2022 року компанія тимчасово призупинила експортувати одяг, оскільки переорієнтувала свою діяльність на пошиття спальних мішків для ЗСУ.

Сьогодні бренд повертається до підписання нових угод із мультибрендовими магазинами. «Framiore» планує створення нової колекції, а також участь у міжнародних виставках.

Крім основної діяльності, бренд надалі шиє спальники, а також бере участь у розробці тактичних рюкзаків і військової форми. Основні виклики зараз – постачання сировини та зайнятість ліній, через що треба постійно чергувати виробництво одягу й спальників.



Експорт
до війни

✓ так

Розмір
бізнесу

малий

Проблеми
експорту

⊘ втрата
постачальників,
переорієнтація
виробництва для
допомоги ЗСУ

Релокація

✗ ні

Продукт

товари

«Growness Group»

ТОВ «Growness Group» займається торгівлею дикорослими травами, квітами, ягодами та заготівлею лікарських рослин. Компанію засновано в 2018 році в Івано-Франківську. У «Growness Group» працює понад 50 людей.

Компанія реалізує за рік понад 1,5 тисячі тонн сушеної продукції, а також має власні потужності для зберігання і переробки продукції на складах поблизу Івано-Франківська. Площа складських і виробничих приміщень сягає 7 000 м². Крім цього, «Growness Group» співпрацює з більш ніж 100 фермерами й заготівельниками з більшості регіонів України та має власні земельні ділянки площею 200 гектарів, на яких вирощує конвенційні й органічні рослини.

Основні клієнти – компанії з країн ЄС, США, Канади, Близького Сходу, Північної Африки та Китаю, що працюють у сфері виробництва чаїв, екстрактів, кормів для тварин, фармацевтики й косметології, а також трейдингові компанії. Загалом «Growness Group» експортує свою продукцію в понад 20 країн світу.

Після повномасштабного вторгнення компанія упродовж місяця не мала змоги відправляти продукцію на експорт через закриті кордони та втратила 25% постачальників, що опинились на тимчасово окупованих територіях; також були труднощі через валютні коливання.

«Growness Group» змогла адаптуватись до нових умов, сьогодні має достатньо сировини для експорту й постачальників, а також змінила логістичні ланцюги. Частина заготівельників компанії мобілізовані до лав ЗСУ, близько 5% каналів постачання залишаються на окупованих територіях.



Експорт до війни

✓ так

Розмір бізнесу

малий

Проблеми експорту

⊘ логістичні виклики, втрата постачальників

Релокація

✗ ні

Продукт

товари

«Кіка кідс»

«Кіка кідс» – це бізнес, що виготовляє різноманітний домашній декор і товари для дітей. Свою продукцію продавали через онлайн-магазини, головний ринок збуту – США. Бізнес створено в 2017 році у Івано-Франківську; в компанії працює 8 людей.

Після повномасштабного вторгнення зіткнулися з проблемами доставки матеріалів в Україну та з експортом своїх товарів, а також отримали повідомлення про призупинення продажів своєї продукції на онлайн-майданчиках через війну в Україні.

У середині березня 2022 року команда вирішила проблему з доставкою малогабаритних товарів за кордон, таким чином виконали замовлення, зроблені до 24 лютого; натомість великогабаритні вироби знову змогли відправляти лише влітку 2022-го. Після цього розблокували торгівлю на онлайн-майданчиках, зокрема Etsy. Однак товари продавалися з повідомленням, що виробник з України і є ймовірність, що клієнт не зможе отримати замовлене, що негативно вплинуло на продажі.



Ще одним викликом для компанії стало те, що в США ввели законодавчі обмеження, які стосуються продажів певних категорій товарів для дітей. Своєю чергою, це унеможливило продажі одного з головних товарів бренду – бортиків для дитячих ліжок.

Сьогодні «Кіка кідс» шукає нові шляхи для продовження діяльності в нових умовах, обсяг продажів – 30% від показників, що були до початку повномасштабного вторгнення. Компанія працює над патентуванням товарів, відкрила власний магазин в США та працює над новим сайтом.



Експорт до війни

✓ так

Розмір бізнесу

малий

Проблеми експорту

⊘ оцінка ризиків продовження проекту з боку інвесторів або покупців

Релокація

✗ ні

Продукт

товари

Запорізький завод кольорових металів



Запорізький завод кольорових металів (ЗЗКМ) розпочав свою діяльність в 1991 році. Займається виробництвом та реалізацією дроту, жили, кабельно-провідникової та етикеткової продукції. Після повномасштабного вторгнення власники вирішили релокувати завод в Івано-Франківськ, що дасть змогу розвиватися в перспективі наступних п'яти років. На заводі працює 1000 людей. Підприємство працює паралельно в Запоріжжі та Івано-Франківську.

ЗЗКМ експортує свою продукцію у Велику Британію, Нідерланди, Німеччину, Хорватію, Туреччину, Чехію, Польщу, Румунію, Грецію, Грузію, Китай та Індію.

Завод активно співпрацює з міжнародними компаніями, які забезпечують поставки кольорових металів для різноманітних галузей, таких як будівництво, електротехніка, автомобілебудування та виробництво упаковки.

Крім роботи в сегменті B2B, компанія бере участь у державних закупівлях. Один із основних викликів – закупівля та доступ до необхідної сировини, навчання виробничого персоналу, доступні кредитні кошти. У планах – розширити виробництво, найняти нових працівників.



Експорт до війни

✓ так

Розмір бізнесу

середній

Проблеми експорту

⊘ логістичні виклики, втрата працівників, релокація

Релокація

✓ так

Продукт

товари

«Інтелком»

Компанія розпочала виробництво іграшок в 1995 році під торговою маркою «ТехноК» в Івано-Франківську, це були кубики з українською абеткою. Станом на 2023 рік компанія виготовляє широку лінійку дитячих іграшок: конструктори, розвивальні іграшки, розвивальні ігри та сюжетно-рольові набори. На виробництві працює 500 людей.

«Інтелком» експортує свою продукцію до Канади, США, Румунії, Хорватії, Болгарії, Молдови, Чехії, Греції, Угорщини, Словаччини, Польщі, Литви, Латвії, Естонії, Німеччини. Всі іграшки ТМ «ТехноК» сертифіковані в Україні та для країн Європейського Союзу.



«Інтелком» експортує свою продукцію до Канади, США, Румунії, Хорватії, Болгарії, Молдови, Чехії, Греції, Угорщини, Словаччини, Польщі, Литви, Латвії, Естонії, Німеччини. Всі іграшки ТМ «ТехноК» сертифіковані в Україні та для країн Європейського Союзу.

Після повномасштабного вторгнення компанія припинила експорт, пов'язаний із ринками росії та Білорусі, через що мала виклики з реалізацією та логістикою власної продукції, а також із зайнятістю колективу. Проте «Інтелком» збільшила обсяги продажів у Європі та втримала рівень продажів в Україні. Відповідно, змогла пройти цей етап без суттєвого скорочення виробництва та зберегти виробничий персонал.

У планах компанії – розширити асортимент продукції та розпочати роботу в сегменті іграшок для дітей віком до одного року, а також експортувати іграшки в скандинавські країни й Бельгію. Йдуть переговори про постачання продукції в Ізраїль та Велику Британію.



Експорт
до війни



так

Розмір
бізнесу

середній

Релокація



ні

Продукт

товари

Проблеми
експорту



логістичні виклики,
втрати ринків збуту

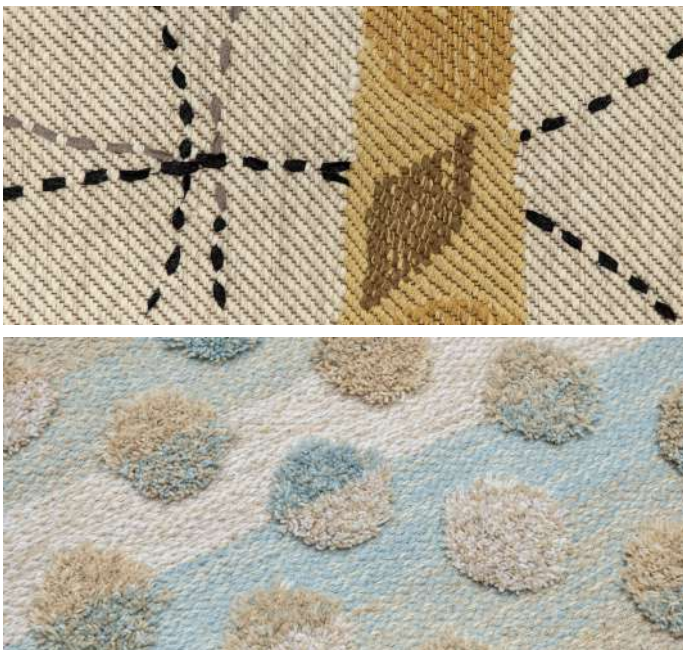
«Vandra Rugs»

ТОВ «Vandra Rugs» – компанія з Нової Каховки, яка працює з 2007 року, виробляє ексклюзивні килими з натуральної бавовни, вовняної пряжі та льону. В 2021 році на підприємстві працювало близько 30 людей, щомісячно замовникам відвантажували в середньому 500 кв. м. килимів.

У червні 2022 року компанія релокувалася з Нової Каховки до Косова, де «Vandra Rugs» знову запустила виробництво килимів, оскільки саме там знайшли виробничі приміщення та житло для працівників. Це стало можливим і завдяки лояльності клієнтів, які оплатили наперед замовлення на килими на початку повномасштабного вторгнення.

Свою продукцію компанія експортує в країни ЄС, Близького Сходу, США. Крім десяти релокованих працівників, «Vandra Rugs» найняли та навчили ще 30 працівників із Косова.

Одним із основних викликів у діяльності компанії є ефективність праці: наприклад, якщо раніше швачки, які працювали понад десять років, могли зробити 30-35 кв. м. килимів на місяць, то тепер продуктивність у середньому – 13-15 кв. м. Також компанії через бюрократичні труднощі не повертають податок на додану вартість. «Vandra Rugs» активно шукає грантові можливості, щоб закупити матеріали та оновити обладнання.



Експорт до війни

✓ так

Розмір бізнесу

малий

Проблеми експорту

⊘ втрата обладнання, втрата працівників, релокація, відшкодування ПДВ

Релокація

✓ так

Продукт

товари

«GNP Fruits»

«GNP Fruits» – це виробник снеків із Івано-Франківська. Компанія виготовляє яблучні чіпси під власним брендом Newton's Apple Chips. З 1993 по 2015 рік працювала в сфері дистрибуції для різноманітних брендів в Україні, в 2016 році розпочали власне виробництво. Свою продукцію експортують в країни ЄС та в Азію.

Після повномасштабного вторгнення компанія втратила частину клієнтів через неможливість дотримуватися жорстких вимог експортних контрактів, насамперед через вимкнення електроенергії та неможливість вчасно відвантажувати і доставляти продукцію. Також накопичилася велика дебіторська заборгованість, оскільки українські торговельні мережі через форс-мажорні обставини припинили платити за вже доставлену продукцію.



Восени 2022 року компанія релокувала свої потужності в місце, де було стабільніше електропостачання. Паралельно з цим, разом із Інститутом технічної теплофізики НАН України розробили проєкт зменшення споживання електроенергії на виробництві, що дозволило знизити собівартість продукції за рахунок витрат на енергоносії.

У планах компанії – збільшувати експорт продукції, запустити виробництво власного соку, а також поступово замінити обладнання, щоб зменшити людський фактор у виробництві.



Експорт
до війни



так

Розмір
бізнесу

малий

Проблеми
експорту



логістичні
виклики,
відключення
електроенергії

Релокація



ні

Продукт

товари

«Fspace»

Це колектив однодумців, що з 2018 року створювали в Івано-Франківську технічні проєкти в галузях електроніки, 3D-друку й робототехніки. Одним із перших проєктів була робота над фітобіореактором для вирощування водоростей.

Команда «Fspace» складалася з п'яти людей, що працювали над комерційним проєктом домашнього робота-помічника для шведського замовника. Проте в липні 2022 року контракт було призупинено через небажання інвесторів продовжувати фінансувати проєкт. Основна причина рішення – повномасштабна війна в Україні.

У вересні група інженерів перейшла працювати в проєкт, пов'язаний з оборонною галуззю, оскільки після 24 лютого 2022 року «Fspace» розпочав для одного з великих фондів допомоги армії виробництво систем скидання для дронів. Планується відновити діяльність та знайти команду інженерів для роботи над рішеннями для радіоелектронної розвідки й логістики.

Експорт
до війни

✓ так

Розмір
бізнесу

малий

Проблеми
експорту

⊘ оцінка ризиків
продовження
проєкту з боку
інвесторів або
покупців

Релокація

✗ ні

Продукт

товари та сервіси

Приклади компаній, які почали експортувати після повномасштабного вторгнення

«Гойдалка»

«Гойдалка» – український виробник дерев'яних меблів та іграшок для дітей, що працює на ринку понад 15 років. Виробництво розташоване в смт. Богородчани. До 2022 року на підприємстві працювало 50 людей.

Продукцію виробляють у «закритому циклі»: деревину розпилюють, дошки сушать і вироби виготовляють безпосередньо на потужностях підприємства.

Категорії товарів, що виготовляються :

- ліжка та гойдалки для дітей;
- меблі для дошкільних закладів освіти: столи, стільці, шафи, тумби;
- дитячі майданчики.



До повномасштабного вторгнення працювали лише на українському ринку, проте згодом розпочали активно шукати замовників за кордоном та виконувати взірцеві вироби для потенційних замовників. Наприкінці 2022 року розпочали експорт дитячих ліжок у Молдову, а також ведуть переговори про експорт у країни ЄС.

Крім основної діяльності, компанія запустила виробництво соціальних меблів для ЗСУ та ВПО. Головним викликом є стабільний доступ до сировини та її легальність, оновлення обладнання для зменшення ручної роботи та підвищення кваліфікації працівників.



Експорт
до війни

✗ ні

Розмір
бізнесу

середній

Проблеми
експорту

⊘ зменшення
внутрішнього
попиту, пошук
клієнтів

Релокація

✗ ні

Продукт

товари

«RpBox»

«RpBox» розташована в смт. Вигода, куди переїхала з Харкова у вересні 2022 року. Компанія працює з 1995 року та реалізувала вже понад 300 різних проєктів. «RpBox» виробляє харчову й промислову упаковку (повний цикл виробництва), а також пропонує пакувальні рішення для широкого асортименту товарів – від бакалійних продуктів і кондитерських виробів до дитячого харчування. До 24 лютого 2022 року на виробництві працювало понад 70 людей.

Після повномасштабного вторгнення компанія зупинила діяльність та прийняла рішення про релокацію. Через 6 місяців опісля відновила роботу у Вигоді, де знайшла відповідні до своїх потреб приміщення та стабільне електропостачання. Після відновлення виробництва компанія найняла 30 людей, а загалом на виробництві працює понад 50 робітників.



Через зупинку роботи компанія втратила частину клієнтів, проте зараз «RpBox» відновила усі ланцюги постачання сировини для виробництва та продукції для клієнтів. Компанія планує нарощувати завантаженість виробництва й розширювати експорт в Польщу та Угорщину. Основний виклик – пошук нових клієнтів, щоб збільшити обсяги виробництва, та підвищення кваліфікації персоналу (наприклад, навчання оператора для поліграфічного обладнання триває два місяці).



Експорт до війни

✗ ні

Розмір бізнесу

малий

Проблеми експорту

⚠ логістичні виклики, втрата працівників, релокація, зменшення внутрішнього попиту

Релокація

✓ так

Продукт

товари



«WOO»

Івано-Франківська маркетинг-агенція «WOO» працює на ринку послуг із брендингу, SMM та маркетинг-стратегій. За час діяльності реалізувала понад 250 проєктів для клієнтів з України та країн ЄС.

Після 24 лютого 2022 року агенція не працювала понад місяць. Майбутнє компанії залежало від того, чи працюватимуть основні клієнти, які також призупинили роботу через війну. Проте з квітня головні замовники агенції почали відновлювати свої виробництва, і, відповідно, «WOO» змогли перезапустити свій бізнес.

До повномасштабного вторгнення усі клієнти агенції були з України, після відновлення діяльності компанія почала переорієнтовуватися на ринок ЄС. На сьогодні 30% клієнтів агенції – з країн Європейського Союзу, а половина усіх надходжень від експорту – від клієнтів з-за кордону.

Компанія планує розширити діяльність та виходити на довоєнні показники. «WOO» має виклики з пошуком персоналу для продажу своїх послуг на європейському та американському ринках.

Експорт
до війни



ні

Розмір
бізнесу

малий

Проблеми
експорту



зменшення
внутрішнього попиту

Релокація



так

Продукт

сервіси

Сайт компанії: <https://www.wooo.com.ua/>

«MoYa»



Бренд «MoYa» створений у 2019 році в Івано-Франківську, де має власне виробництво. Спеціалізується на пошитті одягу: сорочок, светрів, суконь та штанів. На виробництві працює 13 людей.

«MoYa» працює як ТОВ, продає свій одяг через соціальні мережі, власні магазини в Івано-Франківську та Львові, також бренд представлений у київському центральному універмазі. У 2022 році бренд розпочав експорт одягу в Німеччину, а в 2023-му – в Польщу, підписавши контракти з місцевими мультибрендовими магазинами.

Бренд планує розширити виробництво та найняти нових працівників, а також відкрити власні магазини в Україні. Головний виклик – постачання тканини преміум класу з Італії.

Експорт
до війни



так

Розмір
бізнесу

малий

Релокація



ні

Продукт

товари

Проблеми
експорту



зменшення внутрішнього
попиту, втрата постачальників

Соціальні мережі: <https://www.instagram.com/moya.atelier/>

«My Favorite Toothpaste»

«My Favorite Toothpaste» – українське виробництво засобів догляду за порожниною рота. Засноване в 2018 році в Харкові. Виробництво починалося як зубна паста для дітей з алергією, але згодом компанія виросла, розширила асортимент продукції. Продукцію сертифікувала Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів.

Через повномасштабне вторгнення РФ на територію України були змушені разом із командою релокуватися з Харкова в Івано-Франківськ. Через бойові дії втратили виробниче приміщення та обладнання, тому починали роботу в Івано-Франківську практично з нуля. До переїзду на виробництві працювало 10 людей.

У січні 2023 року конкурсним шляхом увійшли до списку 20-ти представників українського бізнесу, які отримали шанс презентувати свій продукт на європейському ринку. На початку березня команда взяла участь у програмі експортної підтримки українського бізнесу Дія.Бізнес у Варшаві.

Компанія адаптувала свою діяльність під теперішні умови ринку та вибудувала нові ланцюжки постачання. Наразі працюють над закупівлею обладнання, оскільки частину потужностей було втрачено в Харкові через військові дії. Планують відновити виготовлення жуйок, розширити виробництво зубної пасти та льодяників, а також найняти нових працівників та працювати над експортом своєї продукції за кордон.



Експорт
до війни

✗ ні

Розмір
бізнесу

малий

Релокація

✓ так

Продукт

товари

Проблеми
експорту

⊘ втрата обладнання,
релокація

«Ukrainian Fashion Education Group»

«Ukrainian Fashion Education Group» – багатoproфiльна освітня інституція, що пропонує 85 курсів, лекцій, воркшопів і вебінарів для фахівців індустрії моди. «UFEG» засновано в 2016 році, крім українців, навчання проходять спеціалісти з Німеччини, Латвії, Іспанії та Мексики.

Після повномасштабного вторгнення переїхали з Харкова до Івано-Франківська, який обрали через наявність ремісничих центрів в області, а також «Промприлад.Реновація» та урбаністичну лабораторію «Metalab». «UFEG» не припиняла роботу, проте призупинила частину курсів. Відновила повноцінну роботу через півтора місяця, в квітні 2022 року. Через війну 30% студентів відмовилися від навчання, проте зараз на курсах інституції вчиться більше студентів, ніж було до лютого 2022 року. Це стало можливим, оскільки за минулий рік команда проєкту запустила кілька нових курсів, а також через відсутність на українському ринку російських шкіл, з якими конкурували раніше.

Зараз «UFEG» працює над новими англomовними курсами в сфері моди, а також планує перекласти англійською курс про український стрій. Команда шукає контакти локальних майстрів та ремісників, а також грантові можливості. Після закінчення військових дій планують залишатися в Івано-Франківську, Києві та знову відкрити офіс у Харкові.

Експорт
до війни



так

Розмір
бізнесу

малий

Релокація



так

Продукт

товари

Проблеми
експорту



релокація



«Електросила»

Бренд «Електросила» розпочав діяльність у 1996 році як сімейний бізнес із продажу інструментів, запчастин, верстатів та їхнього обслуговування. Після повномасштабного вторгнення почали виробляти сертифіковані портативні джерела живлення.

На виробництві працює 20 людей. Компанія виготовляє три моделі зарядних пристроїв. Головний виклик діяльності – постачання комплектуючих із Китаю. «Електросила» надає знижки на свою продукцію військовим, волонтерам та благодійним фондам.



Бренд планує продовжувати довоєнну діяльність, інтегрувати в свою бізнес-модель розвиток власних портативних джерел живлення та виходити на експорт. Зараз «Електросила» через партнерів веде переговори про постачання в Швейцарію, Польщу, Німеччину, туди відправили тестові взірці власних портативних джерел живлення в сегменті товарів для риболовлі та кемпінгу. Паралельно продукція компанії проходить сертифікацію в Азербайджані.



Експорт
до війни



ні

Розмір
бізнесу

малий

Проблеми
експорту



логістичні виклики,
пошук клієнтів

Релокація



ні

Продукт

товари

Висновки

У рамках дослідження було вивчено практики 16 компаній, що працюють на Івано-Франківщині та або експортували свої товари чи послуги до початку повномасштабного вторгнення, або ж лише виходять на зовнішні ринки. Проаналізувавши досвід цих бізнесів, можемо виділити основні тенденції і виклики, з якими зіткнулися місцеві підприємці.

Однією з гострих проблем стало транспортування продукції та матеріалів звичними шляхами і з необхідністю переналаштувати ланцюги постачання. Наслідком цього стала втрата частини клієнтів: наприклад, компанія «Iris group» втратила 40% довоєнного виробництва, а «GNP Fruits» втратила частину збуту, оскільки було важко дотриматися жорстких вимог експортних контрактів через вимкнення електроенергії і неможливість вчасно відвантажувати та доставляти продукцію. Інші бізнеси втратили важливих постачальників: наприклад, «Growness Group» навесні 2022 року втратила 25% заготівельників, що опинились на тимчасово окупованих територіях.

Інша категорія експортерів – бізнеси, змушені переносити своє виробництво через військові дії. Ці підприємці втратили частину обладнання й витратили багато часу та зусиль для пошуку нових локацій, які б відповідали усім потребам виробництва. Крім того, вони також зіткнулися зі зниженням рівня ефективності праці через втрату кваліфікованих працівників, які або виїхали з країни, або вирішили не переїжджати. Наприклад, ефективність виробництва килимів «Vandra Rugs» впала на 50% виготовленої продукції на одну людину порівняно з періодом до релокації.

Ще одним наслідком повномасштабного вторгнення стало те, що бізнеси, які не експортували до 24 лютого 2022-го, стали активно над цим працювати. І вже на початку 2023 року або розпочали експорт, або активно наближаються до цього, беручи участь у виставках чи проєктах, що надають змогу презентувати свою продукцію та знайти перших клієнтів, як бренд «MFT».

На березень 2023 р. більшість підприємців адаптувалися до викликів та умов роботи. Приміром, компанія «Інтелком», попри втрату частини збуту, змогла збільшити обсяги продажів у Європі та зберегти виробничий персонал, а виробник меблів «Гойдалка» вперше за час своєї діяльності розпочав продаж за межі України. Компанію «GNP Fruits» складні умови штовхнули на впровадження інновацій, а саме проєкту зменшення споживання електроенергії у виробничому циклі, що дозволило знизити собівартість продукції в аспекті витрат на енергоносії та зменшити вплив високої вартості логістики, а бренд «Електросила» змінив свою бізнес-модель у відповідь на нові виклики та веде переговори про експорт портативних джерел живлення в країни ЄС і Азербайджан. Інші бізнеси, як «RpBox» планують нарощувати завантаженість виробництва, розширювати експорт і ставлять собі за ціль повертатись до довоєнних показників.

Основні виклики:

- Зміна логістики, а саме перебудова ланцюгів постачання та збільшення вартості логістики;
- Втрати кваліфікованих працівників і, відповідно, зниження продуктивності праці;
- Зменшення внутрішнього попиту на товари або послуги;
- Втрати замовників з-за кордону або призупинення експортних контрактів;
- Часткова або повна втрата ринків збуту;
- Часткова або повна втрата обладнання;
- Потреба релокації;
- Вимкнення електроенергії;
- Мобілізація працівників;
- Втрати постачальників.

Експортні тенденції:

- Експорт став частиною стратегії трансформації бізнес-моделі («Гойдалка», «Електросила»).
- Релоковані компанії певний час не могли працювати, що негативно вплинуло на виконання їхніх зобов'язань перед клієнтами («RpBox»).
- Складна ситуація на місцевому ринку: насамперед, мова йде про відкладену дебіторську заборгованість від замовників, що спонукало бізнеси активніше працювати над відновленням роботи на зовнішніх ринках («GNP Fruits»).
- Потреба вийти з частини ринків змусила активніше розвивати нові зв'язки, щоб не втрачати персонал та обсяги виробництва («Інтелком»).

Ринкова динаміка:

- Лояльність клієнтів за кордоном дозволила частині компаній пройти період невизначеності досить впевнено та не втратити клієнтів («Vandra Rugs»).
- Оцінка ризиків з боку замовників призвела до втрати або припинення експортних контрактів («Fspace»).
- Зникнення конкурентів з Росії дозволило бізнесам активніше розвиватись та рости («UFEG»).

Можливі інтервенції:

- Допомога з програмами навчання та тренінгами для підвищення компетенцій і продуктивності працівників, допомога з пошуком персоналу.
- Допомога з пошуком доступних коштів (кредити або грантові можливості) для купівлі чи співфінансування обладнання, щоб відновити обсяги виробництва.
- Допомога з просування експорту та пошуком замовників.



NEF

НОВА ЕКОНОМІКА
ІВАНО-ФРАНКІВСЬКА

neweconomy.if.ua