

9. Соколов Ю.А. Методика оценки влияния предпринимательских рисков на экономическую устойчивость предприятия в антикризисном управлении / Ю.А. Соколов, И.Г. Кукукина, С.В. Климова // Современные наукоемкие технологии. региональное приложение. – 2013. – Вып. 2 (34). – С. 91 – 96.

10. Усов А. В. Исследование моделей экономической устойчивости функционирования предприятий в условиях параметрической неопределенности / А. В. Усов, Е. Н. Гончаренко // Економіка та управління підприємствами машинобудівної галузі. – 2009. – Вып. 2. – С. 25 – 37.

Стаття надійшла: 25.10.2014 р.

Рецензент: д.е.н., доц. Горовий Д.А.



УДК 338.22:334.012.61-022.51
JEL M130

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ УКРАЇНСЬКОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА ЗА РЕЗУЛЬТАТАМИ СУБ'ЄКТИВНИХ ОЦІНОК

Лігоненко Л.О., д.е.н., професор
Київський національний економічний університет

Анотація. Предметом дослідження є стан, проблеми та перешкоди розвитку підприємництва в Україні. Метою даної статті є аналіз стану розвитку українського підприємництва на основі суб'єктивних даних, тобто результатів опитувань, які проводилися в Україні та є актуальними до теперішнього часу, а також власного дослідження. В процесі дослідження використані методи теоретичного узагальнення і порівняння, аналізу та синтезу (для обробки та інтерпретації результатів анкетного дослідження). Інформаційною базою є результати експертного опитування населення та підприємців України.

В результаті проведеного дослідження здійснені оцінки якості українського підприємництва, визначені внутрішні та зовнішні проблеми, які гальмують його розвиток та підвищення ефективності здійснення.

Отримані результати мають бути враховані при визначенні напрямів удосконалення діяльності Державної служби України з питань регуляторної політики та розвитку підприємства, в процесі розробки Національної програми підтримки та розвитку підприємства на 2015 та подальші роки.

Суб'єктивні оцінки стану розвитку підприємства поряд з кількісними, статичними показниками є джерелом вагомій інформації, яка має використовуватися органами державної та регіональної влади при визначенні зусиль, спрямованих на активізацію підприємницької активності та покращення якості українського підприємства.

Опитування, які проводилися за останні 5-7 років, є некомплексними, проводилися епізодично та були спрямовані на задоволення інформаційних потреб їх організаторів. В той же час отримана за їх допомогою інформація є достатньо важливою для вирішення багатьох болючих проблем. Проведені опитування демонструють сприйняття підприємництва в суспільстві, високу зацікавленість у започаткуванні власного бізнесу, яка блокується наявністю багатьох дестимуляторів, перш за все інституціонального характеру.

Визнаючи важливість проведення системних досліджень підприємства на основі суб'єктивних даних, викладені пропозиції щодо організації їх проведення в Україні на основі співпраці органів державної влади та провідних дослідницьких університетів.

Ключові слова: підприємство, малий бізнес, стан підприємства, проблеми та перешкоди розвитку підприємства, підприємницьке середовище, взаємовідносини «бізнес-влада», співпраця «влада-університети».

Постановка проблеми. Кризовий стан економіки України, який, на жаль, став реальністю 2014 року, втрата суттєвим прошарком населення робочих місць та стабільного заробітку, згорання обсягів діяльності багатьма підприємствами в наслідок втрати ринку збуту та відсутності належної конкурентоздатності для виходу на нові ринки зумовлює відродження зацікавленості у розвитку підприємства, підвищення значущості цього чинника для стабілізації соціально-економічного положення України, забезпечення конкурентоспроможності та інноваційності її економіки. Дерегуляція та розвиток підприємства визнані ключовими чинниками реалізації Стратегії 2020.

Досягнення визначеної мети – стимулювання зростання не тільки кількісних, а й перш за все якісних характеристик підприємства в Україні (конкурентоспроможність, інноваційність, технологічність, експортно-орієнтованість, соціально-відповідальність тощо), потребує створення та використання адекватної комплексної системи показників

стану та розвитку українського підприємництва, а також ефективності та результативності заходів державної, регіональної та місцевої влади щодо його розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аналіз стану українського підприємництва на основі існуючих статистичних даних представлених в роботах багатьох дослідників, в т.ч. в попередніх роботах автора [1-5]. Матеріали спеціальних анкетних досліджень оприлюднюються вкрай рідко. Це призводить до надмірно позитивних оцінок наявного стану справ, необґрунтованості висновків, та, відповідно, неадекватності заходів державного впливу.

Невирішені складові загальної проблеми. Розуміння недосконалості існуючої статистики та доцільність розширення інформації щодо розвитку підприємництва обумовлює доцільність систематизацію наявних та проведення власного дослідження щодо стану, проблем та перешкод розвитку українського підприємництва.

Формулювання цілей статі. Метою даної статті є систематизація джерел інформації щодо стану розвитку підприємництва в Україні; аналіз стану, проблем та перешкод українського підприємництва на основі існуючих суб'єктивних даних, тобто результатів опитувань, які проводилися в Україні в останні роки, а також власного дослідження.

Виклад основного матеріалу дослідження. Показники, які характеризують стан та розвиток малого підприємництва в Україні, діляться на дві великі групи залежно від джерела даних, періодичності та точності розрахунку:

- показники, які розраховуються на базі об'єктивної статистики;
- показники, які розраховуються на базі суб'єктивної статистики.

Перша група показників є загальновідомою для фахівців, формується на підставі даних Державного комітету зі статистики України та представлена достатньо невеликим переліком базових показників [6], а саме:

1.Щодо діяльності суб'єктів підприємницької діяльності без створення юридичної особи (СПДФО) - кількість СПДФО; кількість зайнятих та найманих працівників ; обсяг реалізованої продукції . Ці показники можуть бути проаналізовані усього по Україні, в розрізі видів економічної діяльності (галузевий аналіз), а також розрахована частка у відповідному показнику в цілому по суб'єктам господарювання;

2. Щодо діяльності малих підприємств , в т.ч. мікропідприємств - усе перелічені вище плюс витрати на персонал, операційні витрати з реалізації продукції. На основі первинних показників (які безпосередньо містяться у наявній звітності) розраховується ряд похідних оціночних показників, який широко використовується в аналітичних дослідженнях – продуктивність праці на малих підприємствах, обсяг обороту в розрахунку на одне підприємство, частка малих підприємств у загальній виручці та витратах, витрати ємкість обороту тощо. Вони досліджуються в статичній та динамічній, а також порівнюються з аналогічними показниками по іншим групам підприємств (великі та середні). Важливим аспектом вивчення є також галузеві та територіальні характеристики стану та розвитку підприємства .

Необхідно зазначити, що перелік показників , який оприлюднюється по малим підприємствам та СПДФО, не співпадають, подаються у відносному вигляді (питома вага, приріст тощо), що ще більше обмежує аналітичні можливості дослідження малого підприємства в цілому.

Статичні дані Державному комітету зі статистики України можуть бути доповнені даними Державної реєстраційної служби [7], зокрема : кількість зареєстрованих СПДФО, кількість СПДФО, які припинили свою діяльність,кількість СПДФО, діяльність яких не припинено (все на певну дату). В статичних матеріалах, розміщених на сайті подається також приріст даних показників та чисельність СПДФО на 10 тис. населення. Усі дані наводяться в цілому по Україні та в розрізі областей.

Наявні дані можуть слугувати основою для розрахунку спеціальних аналітичних показників, які раніше не використовувалися, зокрема:

- коефіцієнт згортання діяльності СПДФО (кількість, які припинили в загальному обсязі зареєстрованих);
- коефіцієнт життєздатності (кількість, що не припинила, до кількості тих, хто припинив).

Наведений перелік ще раз засвідчує мізерність наведеної інформації і для оцінки впливу малого бізнесу на загальний стан економіки України, покращення її якісних показників (технологічність, експортно орієнтованість, інноваційність, конкурентоспроможність тощо), формування бюджетів усіх рівнів. Недостатньо її і для розуміння причин активізації чи згортання підприємницької діяльності суб'єктами саме малого підприємства, проблем та перешкод, які обумовлюють ці процеси.

Проблематика удосконалення статистичних показників дослідження стану підприємства є актуальною не тільки для України, а й для країн Європи, що підтверджують результати аналітичної роботи Бюро конференції європейських статистиків, яка відбулася в квітні 2014 р. в Парижі. [8]. Перелік показників статистичних показників, безумовно, має бути суттєво розширено (доповнено).

Друга група оціночних показників - показники, які розраховуються на основі суб'єктивної статистики за результатами незалежних опитувань суб'єктів малого підприємства та населення - суттєвим чином компенсує недосконалість та обмеженість статистичних досліджень, дозволяють виявити та оцінити спектр та масштаб основних проблем та перешкод малого бізнесу, визначити фактори, які позитивно та негативно впливають на його розвиток. Загально зрозуміло, що зусилля органів державної влади мають базуватися на визначеній таким чином інформації - сприяти більш ефективному використанню стимуляторів та цілеспрямовано впливати на фактори негативного впливу (дестимулятори).

Останнім часом, на жаль, кількість опитувань суб'єктів підприємства в Україні суттєво скоротилася. Ця робота не має ознак системності та комплексності. Опитування проводяться епізодично, різними організаціями, за різною методологією, що не дозволяє здійснювати динамічний аналіз, та орієнтуються перш за все на задоволення потреб організацій, які їх проводять.

Наведемо окремі результати таких досліджень, які є достатньо показовими і для теперішнього часу з точки зору висновків, які можуть бути зроблені на їх основі.

Окремі питання, які стосуються відношення до підприємства, державної політики в сфері підприємства були включені в опитування Українського центру економічних і політичних досліджень імені Олександра Разумкова, яке було проведено в червні 2008 року. Зокрема, в якості позитиву слід зазначити, що 70,5% опитаних вважали важливим для успішного розвитку України забезпечення свободи підприємницької діяльності. В той же час негативом, свідченням суттєвих загроз та проблем слід визнати той факт, що тільки 22,4% опитаних визначили маловірогідним той факт, що вони займаються підприємницькою діяльністю, а ще 38,4% були впевнені, що вони цим ніколи не займатимуться. Це свідчить про значне розчарування існуючим підприємницьким кліматом та практикою підприємства. 47,4% опитаних були впевнені, що соціально-економічна політика влади насамперед спрямована на підтримку крупного капіталу (багатих, олігархів), і тільки 12,4% визнавали певні зусилля влади щодо формування і підтримки середнього класу, розвитку підприємства [9].

В 2009 році Фондом "Демократичні ініціативи" та фірмою "Юкрейніан соціолоджі сервіс" було проведено загальнонаціональне опитування населення та підприємців України присвячене вивченню ставлення до питань корупції, поширеності цього явища загалом та у сфері надання адміністративних послуг, зокрема. Підприємцям було запропонували оцінити корупційні ризики у різних ситуаціях їхньої діяльності та визначити, які із запропонованих заходів можуть зменшити цей корупційний ризик. Усього було опитано 400 підприємців з різних сфер підприємницької діяльності, по 50 підприємців з кожного із міст - Києва, Львова, Харкова, Одеси, Дніпропетровська, Донецька, Вінниці, АР Крим.

Опитування виявило високий та зростаючий (порівняно до попередніх досліджень - 2003 р.) рівень корупції, незадоволеність якістю адміністративних послуг. Зокрема, підприємці засвідчили, що давали хабарі в органах влади при отриманні різноманітних довідок (18%), при реєстрації автомобіля, походженні технічного догляду (18%), при отриманні довідок (18%), у податковій інспекції (17%), при проведенні перевірок (15%), при отриманні дозволу на будівництво (9%), при отриманні земельної ділянки (8%), у судах, прокуратурі (8%), при проходженні митного контролю (5%), про оренді приміщення (5%). Тобто корупційні явища пронизують увесь процес підприємницької діяльності.

Майже третина підприємців (29%) визнали, що вони готові давати хабара для вирішення своїх болючих проблем. Тобто певним чином підприємці виступають ініціаторами корупційних схем, пропонуючи хабарі в обмін на можливість невиконання певних нормативів та регламентів, процедур тощо.

В той же час було виявлено, серед підприємців готовність протистояти вимаганню хабара дещо вища, ніж у цілому серед населення України: 11% готові звернутися до правоохоронних органів, 7% - поскаржитися керівникам службовця, 8% - звернутися до ЗМІ, 10% - до громадських організацій, 4% - до вищих інстанцій (серед населення лише 6% у разі вимагання хабара були готові поскаржитися керівництву відповідного органу, 5% - готові звернутися до правоохоронних органів, 3% - до суду, менш ніж 2% - до вищих інстанцій (Президента, прем'єр-міністра, мера тощо), у ЗМІ, до громадських організацій) [

10]. Це відповідний сигнал про зростання активності щодо захисту своїх прав та інтересів, сигнал, який владні структури, на жаль, не почули.

В лютому 2012 році центром «Соціальний моніторинг» було проведено опитування майже 1000 підприємців у 10 обласних центрів України: м. Сімферополь (АР Крим), Донецьк, Дніпропетровськ, Івано-Франківськ, Запоріжжя, Київ, Львів, Одеса, Харків. Опитування репрезентує учасників акцій протесту «Податковий майдан», а також інших підприємців, відібраних за методом «снігової кулі».

Опитування виявило високий рівень обізнаності цільової групи з основними вимогами протестуючих та підтримки плану першочергових дій : відмову уряду від прийняття нового Податкового кодексу (68%), внесення змін, які відстоюють підприємців в новий Податковий кодекс (57%), введення нових реально діючих механізмів відповідальності чиновників за порушення законів, невиконання свої обов'язків, протиправні дії (54%).

Половина опитаних підтримала повний перегляд Податкового кодексу. 59% опитаних підтримали тезу, що формуванню позитивного ставлення до нового Податкового кодексу у підприємницькій спільноті сприятиме прийняття вимог мітингуючих щодо роботи на спрощеній системі оподаткування, 44% - створення нових реальних механізмів контролю та притягнення до відповідальності чиновників; 43%- зниження рівня податків з малого та середнього бізнесу (за рахунок перенесення податкового тягаря на великий бізнес). Привабливою для підприємців була і пропозиція щодо введення диференційованого податку на доходи фізичних осіб залежно від їх розміру, а також запровадження податкових канікул [11]. Як ми знаємо Податковий майдан став першою перемогою підприємців - влада вимушена була прислухатися та запропонувати певні компроміси. В той же час багато пропозицій підприємців не були враховані, що створювали потенціал нових виступів по захисту своїх інтересів.

Протягом 2010-2012 років опитування щодо розвитку підприємництва в Україні проводила компанія Amway – відомий лідер з продаж косметичних та господарських товарів на засадах мережевого маркетингу, з участю незалежних підприємців [12]. Найбільш вагомими результатами дослідження представлені в таблиці 1.

Таблиця 1 - Узагальнюючі результати опитування Amway щодо розвитку незалежного підприємництва (самозайнятості) у 2012 р.

Параметр оцінювання	Європа	Україна
1. Ставлення до підприємництва та бажання відкрити власний бізнес		
- позитивне ставлення до підприємництва	69%	72,1%
- готовність до початку власного бізнесу	34,7%	38,1 %
2. Мотивація до підприємництва		
- додатковий дохід	33%	45,1%
- самореалізація, можливість втілення власних ідей та проектів	38%	30,5%
- незалежність від роботодавця	45%	25,4%
- найкращий спосіб підтримки балансу між родиною, відпочинком та кар'єрою	71%	73%
3. Основні перешкоди для започаткування власного бізнесу :		
- відсутність стартового капіталу	57%	61,6%
- недостатність державного фінансування (підтримки)	н/д	27,8%
- нестабільність економічної ситуації	35%	25,9%
- відсутність ідей щодо розвитку бізнесу	н/д	13,7%
- страх банкрутства	35%	н/д

(узагальнено за [12])

Дослідження проводилося в 16 європейських країнах, що дозволило організаторам не тільки виявити суттєву підтримку українцями ідеї самозайнятості, але і порівняти цей рівень з іншими європейськими країнами (максимально високе значення показника - 85% зафіксовано у Данії, мінімальне - 32% в Іспанії). Опитування показало, що 32% українців готові розпочати свій бізнес. Це суттєво менше, ніж у Греції (50%), але більше, ніж у Германії (28%). В Україні наявна суттєва різниця між позитивним сприйняттям ідеї самозайнятості та її практичною реалізацією (відповідно 72,1% та 38,1 %).

За результатами опитування зроблено висновок, що українці займають 1 місце в Європі за впевненістю щодо готовності та наявності знань, необхідних для започаткування власного бізнесу (55%) . В той же час 73% зазначили важливість освітніх програм (європейських показник становить тільки 59%) ; 79,1% висловили зацікавленість в навчанні

та тренінгах, 44% поскаржилися на погане інформування про освітні програми для самозайнятих. За результатами опитування компанія Amway робить цілком обґрунтований висновок : незалежне підприємництво буде все більш значимим фактором розвитку української та європейської економіки; в більшості країн Європи та в Україні, зокрема, більшість опитаних (78%) впевнена, що самозайнятість буде набирати обертів.

Як бачимо з представлених результатів це дослідження має локальне спрямування – визначення потенціалу для подальшого розвитку діяльності компанії, доцільність витрачання коштів на освітні, тренінгові та інші початкові програми.

В 2013 році автором даної статті була прийнята спроба проведення в Україні дослідження, яке за своєю методологією аналогічно дослідженню всесвітньо відомою міжнародною консалтинговою компанією PwC Global Website Enquiries (PwC) «Приватний і сімейний бізнес: надійна модель XXI століття» [13].

Мета даного дослідження сформульована PwC наступним чином : визначити тенденції розвитку приватного і сімейного бізнесу по всьому світу і виявити, як оцінюють керівники приватних компаній ефективність свого бізнесу в сучасних умовах, наскільки далеко вони зазирають у майбутнє, розглядаючи перспективи розвитку свого бізнесу, чи думають вони про проблеми передачі бізнесу наступним поколінням і як оцінюють свої можливості порівняно з публічними та державними підприємствами .

У дослідженні «Приватний бізнес в Україні : успіхи, загрози, тенденції та очікування » прийняло участь 240 представників українського малого та середнього бізнесу. Безперечно ця вибірка є досить малою, але порівнюючи з розмірами вибірки по інших країнах , результати дослідження, на наш погляд, можуть бути оцінені як репрезентативні.

Аналіз відповідей респондентів на запитання дослідження дозволяє констатувати наступне. Українські підприємці істотно більше європейців визнають високу соціальну значущість МСП для створення робочих місць (відповідно, 92% і 77%), МСП в порівнянні з іншими формами бізнесу притаманний більш сильний дух підприємництва (відповідно 92% і 63%). 6% респондентів поділяють твердження про те, що МСП сприяють стабілізації економіки і подолання кризових явищ (таблиця 2).

Українські респонденти істотно відрізняються від своїх закордонних колег щодо визнання високої ризикованості підприємницької діяльності (86% проти 39%), тобто вони оцінюються ступінь ризикованості діяльності МСП суттєво вищою, ніж у інших форм підприємництва - зокрема, великому та державному ; визнають більшою роль особистості і можливості поновлення бізнесу з кожним новим поколінням (відповідно 55% проти 47%).

В той же час анкетування виявило, що українському підприємству не властиво сприйняття новаторських ідей (тільки 21% проти 34%). 74% респондентів згодні з твердженням, що для МСП характерна висока швидкість прийняття рішень (середньосвітовий показник - 29%), однак це може свідчити і про низьку обґрунтованість (підготовленість) таких рішень.

Таблиця 2 – Оцінка ролі малого та середнього бізнесу для суспільства

Позитивні відповіді на запитання анкети	Світ	Україна
- Грають важливу роль у створенні нових робочих місць	77%	92,1%
- Більш сильний дух підприємництва	63%	92,1%
- Сприяють стабілізації економіки	72%	76,3%
- Приймають на себе більше ризиків	39%	86,8%
- З кожним новим поколінням бізнес повністю оновлюється	47%	55,3%
- Приватний бізнес менш схильний до сприйняття новаторських ідей	34%	21,1%
- Більше часу йде на прийняття рішень	53%	26,3%

Основними причинами, що стали перешкодою зростання виручки підприємств МСП , респондентами названі такі : нестабільність національної економіки - 77,5% ; посилення державного контролю - 35,0%; цінова конкуренція - 35,0%; насичення ринку - 27,5%; хабарі, які треба було платити для вирішення своїх проблем - 15,0%; труднощі із залученням і утримання провідних фахівців - 7,5%; нестабільність світової економіки - 7,5%; розбіжностей з приводу стратегії - 2,5%. Звертає на себе увагу, що в оцінках респондентів переважають зовнішні фактори; свої власні прорахунки або непрофесіоналізм визнають істотно меншим відсотком респондентів.

Українські підприємці кардинально відрізняються від своїх закордонних колег у розумінні основних внутрішніх проблем, які заважають розвитку їх діяльності (табл.3.) Найбільш актуальною для українських респондентів є проблема прибутковості - пошук ре-

зервів її зростання, забезпечення належного рівня (60% проти 13% - середньосвітовий показник) . Питання налагодження ефективного управління та залучення кваліфікованих кадрів необґрунтовано мало турбують українців, що, на наш погляд, слід оцінити як їх істотний недолік, недалекоглядність, завищену самооцінку (відповідно 13,2% українські респонденти; 58% і 43% - середньосвітовий показник).

Таблиця 3 - Ключові внутрішні проблеми підприємств малого та середнього бізнесу

Відповіді та запитання анкети «Назвіть основні проблеми всередині підприємства? »	Світ	Україна
Прибутковість	13%	60,5%
Залучення та утримання кваліфікованих кадрів;	43%	13,2%
Залучення інвесторів.	14%	26,3%
Технології, приплив грошовий коштів, контроль витрат, реорганізація компанії	58%	13,2%

Як свідчать результати опитування МСП України стають все більш активними учасниками процесів інтернаціоналізації, активно виходять на міжнародні ринки (табл.4). Це дуже позитивна тенденція. Так, якщо в 2012 р. приблизно до 6% виручки припадало на закордонні ринки, то в 2013 р. українські підприємці очікують майже 2-кратне збільшення - до 12%. 77,5% респондентів України відзначили високий внесок приватних і сімейних компаній у розвитку світової економіки. Щодо факторів-стимуляторів цих процесів оцінки респондентів розійшлися - 42% відзначають стимулюючу роль міжнародної конкуренції, в той же час як половина висловлюють побоювання щодо загрози поглинання.

Основною перепоною виходу на міжнародні ринки та організації ефективного діяльності на них 47,4% українські респондентів вважає пошук надійних місцевих джерел. Далі в черговості за значимістю - розуміння місцевої культури ведення бізнесу, коливання валютних курсів, економічна ситуація на зовнішніх ринках, розуміння клієнтів на іноземних ринках. На останньому місці - мовний бар'єр. Він визнається перешкодою тільки кожним п'ятим (18.4%) респондентом, проте це все ще істотно вище, ніж для підприємців інших країн.

Звідси доречними є три висновки для представників вищих навчальних закладів (ВНЗ) України - доречно більш активно пропонувати для підприємців учбові семінари (тренінги тощо) по вивченню іноземних мов (бізнес-лексики); по-друге – необхідно звернути увагу на зміст магістерських програм та програм перепідготовки, які стосуються міжнародної проблематики, особливо щодо бізнес-традицій і практики підприємництва на іноземних ринках; по-третє - врахувати вищеперелічене в діючих програмах навчання та підвищення кваліфікації підприємців.

Щодо бачення «куди» спрямовувати свої зусилля з міжнародної експансії українські респонденти продемонстрували дещо несподівані для нас результати, що також відрізняються від світових тенденцій (табл.4): 50% бачать своє майбутнє лише на ринках країн СНД (!). Така орієнтація в умовах 2014 року визнається дуже небезпечною та потребує першочергової уваги та надання допомоги. Необґрунтовано мало увагу українці підприємців приділяють азіатському, африканському і латиноамериканському напрямленню своєї міжнародної експансії, в той час як для всього світу, враховуючи швидкість розвитку та рівень освоєння, саме ці напрями є пріоритетами зовнішньої експансії (відповідно 10,5% проти 30% - Азія, 7,9% проти 14% - Африка, 2.6% проти 25% - Латинська Америка). Напевно, в цьому питанні також необхідна відповідна роз'яснювальна та навчальна робота серед підприємців, та допомога відповідних органів та інституцій.

65% українських респондентів вважають основною проблемою і загроз найближчих 5-ти років для розвитку свого бізнесу загальний стан економіки, 40% стурбовані питаннями політичної стабілізації та визначення стратегічної орієнтації, 37.5% - станом фінансово-кредитної системи. Такі результати анкетування дозволяють сподіватися на більш активну участь підприємницького корпусу в лобюванні своїх інтересів через бізнес-асоціації, профспілкові та інші організації.

Внутрішніх загроз свого розвитку, на жаль, українські підприємці, як правило, не бачать (відсоток респондентів, які дали позитивні відповіді на ці питання суттєво нижча за середньосвітовий показник). Інноваційна активність і здатність впровадженнь інновацій відзначені тільки кожним 6-тим (17,5%) респондентів, а важливість підготовки і закріплення кадрів - взагалі не розглядається як перешкода розвитку (0% респондентів). Здається, що така позиція є недалекоглядною і вимагає роз'яснювальної роботи серед підприємницького корпусу.

Таблиця 4 – Малий бізнес: проблеми інтернаціоналізації

Відповіді та запитання анкети	Світ	Україна
Назвіть основні (для Вас) труднощі при веденні бізнесу за кордоном:		
Пошук надійних місцевих партнерів	11%	47,40%
Розуміння місцевої культури ведення бізнесу	20%	36,80%
Коливання валютних курсів	16%	36,80%
Економічна обстановка на іноземних ринках	16%	31,60%
Розуміння клієнтів на іноземних ринках;	12%	28,90%
Розуміння (дотримання) місцевих вимог	19%	23,70%
Політична ситуація на іноземних ринках	7%	18,40%
Мовний бар'єр	5%	18,40%
На які міжнародні ринки Ви плануєте в найближчі 5 років:		
СНД	-	50,00%
Центральна і Південно-Східна Азія	30%	10,50%
Європа	34%	26,30%
Латинська Америка	25%	2,60%
Африка	14%	7,90%

У переліку актуальних проблем для розвитку приватного бізнесу до 2017 року респонденти відзначають в порядку важливості такі проблеми:

- консолідація, більше поглинань і агресивної конкуренції з боку великих глобальних компаній - 67,5%;
- збільшення негативного тиску з боку держави - 45,0%;
- зростання ролі професіоналізму / залучення нових співробітників з боку - 20,0%;
- керуючі питання: спірні питання та потенційні конфлікти навколо тих, хто візьме на себе управління - 10,0%;
- наслідки вступу України до СОТ - 2,5%;
- питання спадщини та успадкоємців - 2,5%.

Слід звернути увагу, що проблематика підвищення якості менеджменту, впровадження економічного управління підприємством, забезпечення соціальної відповідальності бізнесу, на жаль, поки не оцінюється респондентами як актуальна та пріоритетна. Така позиція, на наш погляд, є недалекою, оскільки саме на основі цього інструментарію можна підвищити свою конкурентоспроможність, забезпечити ефективну господарську діяльність, незважаючи на несприятливі зовнішні умови. Для виправлення ситуації представляється доцільним ширше популяризувати успішний досвід використання сучасного управлінського інструментарію.

Завершуючи аналіз результатів проведеного анкетування «Приватний і сімейний бізнес: успіхи, тенденції та загрози» неможливо обійти увагою проблематику взаємовідносин підприємців і держави (табл.5).

Таблиця 5 – Проблеми взаємовідносин «Бізнес-держава»

Позитивні відповіді на запитання анкети	Світ	Україна
Чи підтримуєте Ви такі оцінки, що стосуються ролі держави у розвитку приватного бізнесу:		
- Держава має допомагати бізнесу в отриманні доступу до фінансування	63%	84,2%
- Держава визнає значимість приватного бізнесу	28%	55,3%
- Молоді люди, які приходять на ринок праці, мають необхідні навички та освіта	27%	39,5%
- Держава робить все можливе, щоб допомогти бізнесу розвиватися / вижити	15%	23,7%

На питання дослідження «Чи вважаєте Ви, що держава створює належні умови для розвитку для малого та сімейного бізнесу в Україні і визнає його роль для економіки країни

в цілому (створення робочих місць, стабілізація економічного розвитку), 55% респондентів категорично відповіли - ні, ще 37,5% - частково і тільки 7,5% дали позитивну відповідь.

Відповіді українських респондентів на питання цього розділу анкети також істотно відрізняються від світової практики. Найбільший пріоритетом для України продовжує залишатися проблематика отримання фінансування, в т.ч. пільгового. 84% українців (проти 63% - середньосвітовий показник) вважають, що держава повинна допомагати бізнесу в отриманні доступу до фінансування. Відносно більше українців, ніж респонденти інших країн, згодні з твердженням, що «Держава визнає значимість приватного бізнесу» (55% проти 28%), проте відзначають, що це тільки декларативна позиція влади, «показуха». 76% українських респондентів не згодні з тим, що держава робить все можливе, щоб допомогти бізнесу розвиватися / виживати (середньосвітовий показник набагато нижче - 55%).

Представляється, що державним і громадським інституціям, які займаються даною проблематикою, треба серйозно задуматися над такими оцінками та переосмислити на прями своїх пріоритетних зусиль.

Дві третини респондентів висловлюють негативне ставлення до роботи освітніх закладів і вважають, що молоді люди, які приходять на ринок праці не мають необхідних навичок та освіти. Висловлені оцінки доводять, що сьогодні як ніколи необхідно довготривале партнерство освіти та бізнесу: зміст навчання в університетах необхідно погоджувати з бізнесом, провідними професійними асоціаціями; успішні фахівці бізнесу мають рецензувати програми, підручники, інші методичні матеріали, передавати свій досвід під час проведення лекцій, майстер-класи, брати участь в державній атестації тощо. Тільки в наслідок такої співпраці бізнес зможе отримувати таких фахівців, яких він прагне отримувати, іншого шляху, як свідчить світовий досвід, не існує.

Результати анкетування (приведені в порядку значимості в таблиці 6) мають бути покладені в основу корекції державної підтримки малого та середнього бізнесу, оскільки чітко визначають пріоритети, на які слід орієнтуватися.

Таблиця 6 - Відповіді на запитання анкети «Як на Ваш погляд держава може підтримати бізнес?»

% респондентів, які надали позитивні відповіді

В цілому:	
Створити надійний, прозорий і стабільний режим оподаткування, сприятливий для бізнесу, знизити податки	72,5%
Побороти корупцію, рейдерство, недружнє поглинання	65,0%
Усунути бюрократичні перешкоди, наприклад у вигляді надлишкової звітності	57,5%
Створити незалежну та неупереджену судову систему	40,0%
Поліпшити інфраструктуру	32,5%
Інвестувати в освіту, тренінги, НДДКР	32,5%
Змінити трудове законодавство	20,0%
Малий і середній приватний бізнес:	
Надавати підтримку, поважати приватний бізнес і сприяти його розвитку	65,0%
Забезпечити справедливі умови для ведення приватного бізнесу	57,5%
Створити стимули для стартапів, зростаючих компаній, невеликих компаній, що йдуть на ризики	50,0%
Надати доступ до дешевого фінансування	40,0%
Створити систему, яка зрівняє можливості приватного бізнесу і великих компаній (у тому числі державних)	27,5%
Підтримувати міжнародну експансію приватного бізнесу	7,5%

Щодо сподівань українського підприємництва у відносинах з державою, відповіді респондентів розподілилися таким чином: зменшення бюрократизму у взаємодії з владою - 55,0%; прозорі та зрозумілі правила ведення бізнесу - 52,5%; зниження ставок сплати податків - 42,5%; спрощення адміністрування податків - 42,5%; зниження процентної ставки за кредит - 39,5%; скорочення розвитку тіньової економіки - 30,0%

Розуміючи доцільність та перспективність отримання наведеної вище інформації щодо стану та проблем розвитку підприємництва автор запропонував Державному комі-

тету з питань регуляторної політики підтримати ініціативу проведення такого дослідження та проводити його систематично, але, на жаль, не отримав позитивної відповіді на свою пропозицію.

Висновки. Суб'єктивні оцінки стану розвитку підприємства поряд з кількісними, статичними показниками є джерелом вагомої інформації, яка має використовуватися органами державної та регіональної влади при визначенні зусиль, спрямованих на активізацію підприємницької активності та покращення якості українського підприємництва.

Опитування, які проводилися за останні 5-7 років є некомплексними, проводяться епізодично та спрямовані на задоволення інформаційних потреб їх організаторів. В той же час отримана за їх допомогою інформація є достатньо важливою для вирішення багатьох болючих проблем. Проведені опитування демонструють сприйняття підприємництва в суспільстві, високу зацікавленість у започаткування власного бізнесу, яка блокується наявністю багатьох дестимуляторів, перш все інституціонального характеру.

Визнаючи важливість проведення системних досліджень підприємства на основі суб'єктивних даних представляється доцільним змінити існуючу практику їх проведення. Як свідчить світовий досвід, найкращий результат дає співпраця органів державної влади з провідними університетами та фахівцями, які залучаються до розробки методології дослідження, його проведення та інтерпретації отриманих результатів. Практику здійснювати їх централізовано, викладені пропозиції щодо організації їх проведення в Україні на основі співпраці органів державної влади та провідних дослідницьких університетів.

Перелік посилань.

1. Ligonenko L. *Ukrainian Trade :The Way to Civilization Nhfysformation Processes in Hjland and Ukraine/ Ligonenko L// Crakow,2006.- С.267-275.*
2. Лигоненко Л.О. *Нові стратегічні завдання державної політики щодо розвитку підприємництва в Україні / Л.О. Лигоненко // Актуальні проблеми економіки. - 2007. - №11. - С. 18-25.*
3. Лигоненко Л.О. *Інноваційний вектор розвитку підприємництва в Україні та роль малого бізнесу в його забезпеченні / Л.О. Лигоненко // Вісник КНЕУ. - 2008. - №5. - С. 5-14*
4. Лигоненко Л.О. *Світові тенденції розвитку підприємницької активності та українські реалії / Л.О. Лигоненко // Вісник КНТЕУ. - 2010. - №5. – С. 46-50.*
5. *Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : Національна доповідь [Ващенко К.О., Дрига С.Г. Лигоненко Л.О. та інші]-К. : Держкомпідприємство, 2010.- 240 с.*
6. *Офіційний сайт Державної служби статистики України. Розділ «Статистична інформація» . - Режим доступу: www.ukrstat.gov.ua/*
7. *Офіційний сайт Державної реєстраційної служби України. Розділ Державна реєстрація юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. - Режим доступу : www.drso.gov.ua/file/13004.docx/*
8. *ООН. Европейская экономическая комиссия. Итоги углубленных анализов, проведенных Бюро Конференции европейских статистиков. Париж, 9–11 апреля 2014 года. - Режим доступа: www.unecsc.org/fileadmin/DAM/stats/documents/ece/ces/2014/10-Углубленный_анализ_опережающих_композиционных_RUS_01.pdf>*
9. *Ділова Рада України. Результати соціологічних опитувань Центру Разумкова - Режим доступу: www.razumkov.org.ua/ukr/poll.php?poll_id=362>*
10. *Сайт Фонду демократичні ініціативи ім. Ілька Кучеріва. - Режим доступу: http://dif.org.ua/ua/polls/2009_polls/korupcija-v-ukraini---2009-rezultati-sociologichnoqo-ta-analitichnogo-doslidzhennja-korupciinih-rizikiv-v-publichnii-administracii.htm*
11. *Результати опитування «Голос підприємця. - Режим доступу: www.dru.org.ua/index.php?option...article...2012-01-12.*
12. *Amway, Пресс-релизы Украина в контексте Европы – перспективы развития независимого предпринимательства. - Режим доступа: <http://news.amway.ua/украина-в-контексте-европы-перспект/>>*
13. *Отчет PwC «Частный и семейный бизнес : надежная модель 21 века». - Режим доступа : http://www.pwc.ru/en_RU/ru/private-companies/family-business/assets/family-business-survey-global-rus.pdf>].*

Стаття надійшла: 06.10.2014 р.

Рецензент: д.е.н., проф. Горелов Д.О.

