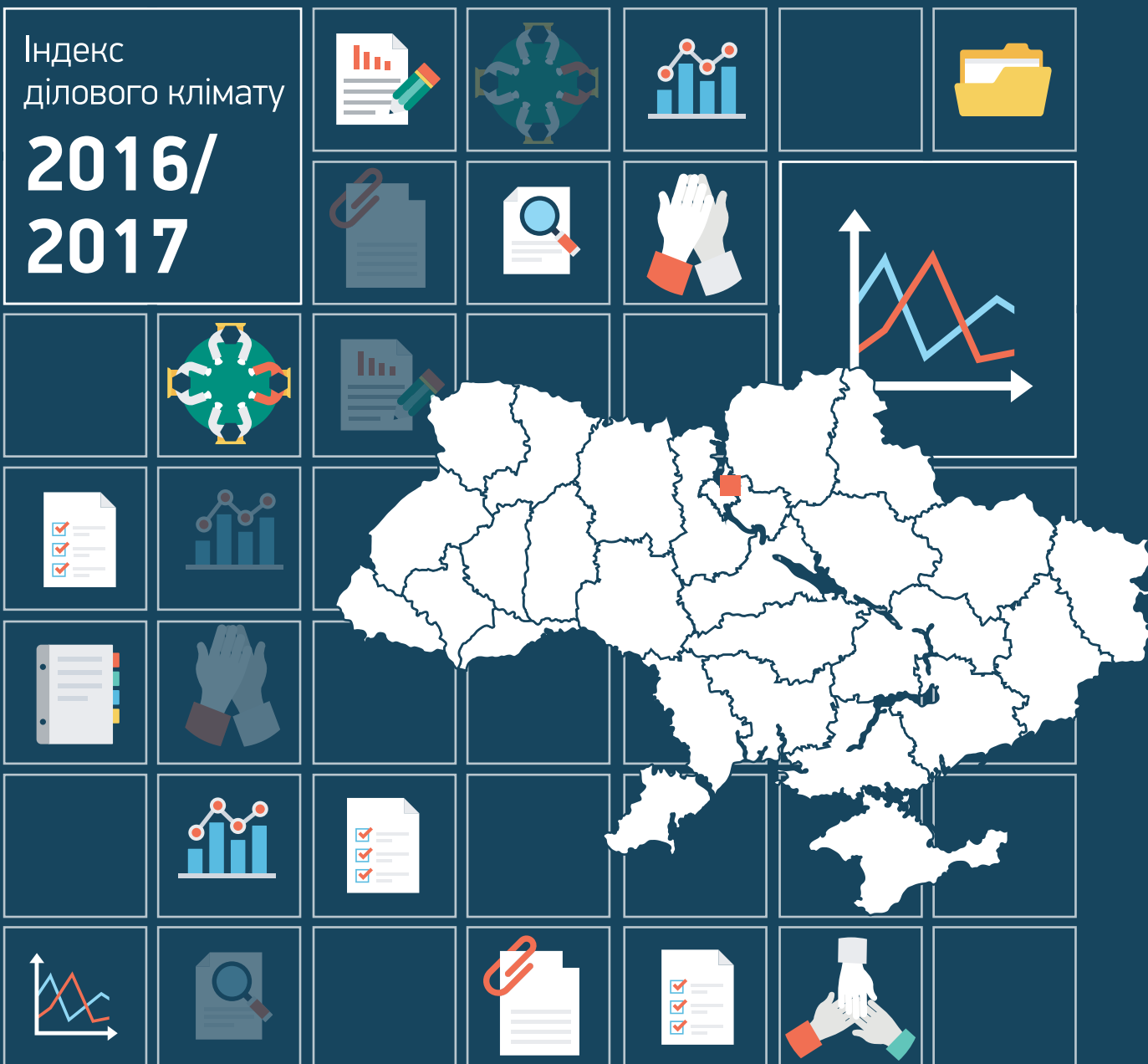




Аналітичний звіт: національний та регіональний виміри

ЩОРІЧНА ОЦІНКА ДІЛОВОГО КЛІМАТУ В УКРАЇНІ: 2016 РІК

За результатами національного опитування
малого та середнього бізнесу



Цей документ було підготовлено за підтримки американського народу, наданій через Агентство США з міжнародного розвитку (USAID) в рамках Програми "Лідерство в економічному врядуванні" (USAID ЛЕВ).

Програма USAID ЛЕВ впроваджується:



Міжнародною благодійною організацією
«Фонд Східна Європа»

у партнерстві з:



Громадською організацією
«Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»



Громадською організацією
«Київський економічний інститут»

Автори дослідження:

Вікторія Беспалько, молодший науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», експерт Програми USAID ЛЕВ;

Оксана Кузяків, виконавчий директор ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», координатор аналітичного компоненту Програми USAID ЛЕВ;

Ірина Федець, старший науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», експерт Програми USAID ЛЕВ;

Наталія Фрейк, молодший науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», експерт Програми USAID ЛЕВ.

Окремі розділи цього звіту підготовані за участю:

Анастасія Гулік, науковий співробітник ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», асистент аналітичного компоненту Програми USAID ЛЕВ;

Тетяна Заєць, дослідник-інтерн ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»;

Тетяна Малоголовчук, дослідник-інтерн ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»;

Аліна Хелашвілі, дослідник-інтерн ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій».

Погляди авторів, висловлені в цьому документі, можуть не збігатися з поглядами Агентства США з міжнародного розвитку або Уряду Сполучених Штатів Америки.



Програма USAID "Лідерство в економічному врядуванні" (USAID ЛЕВ)

вул. Саксаганського, 96, оф. 508, Київ 01033 Україна

Тел.: +380 44 289-5532

E-mail: lev_info@eef.org.ua

lev.org.ua

facebook.com/USAIDLEVProgram

Зміст

Список ілюстрацій	8
Список таблиць	12
Список вставок.....	14
Вступ	15
Головні результати	17
Короткий огляд методології дослідження	24
Значення термінів, використаних у цьому звіті	27
1. Діловий клімат: зміна оцінок та нові очікування.....	28
1.1 Індекс ділового клімату: визначення та композиція.....	28
1.2 Аналіз індексу ділового клімату та його складових	29
1.2.1 Індекс ділового середовища (короткостроковий).....	30
1.2.2 Індекс ділової активності (короткостроковий)	31
1.2.3 Індекс ділової активності (довгостроковий)	31
1.2.4 Індекс змін регуляторного середовища	31
1.3 Ділове середовище: оцінки та очікування в короткостроковій перспективі	32
1.3.1 Оцінка стану ділового середовища	32
1.3.2 Динаміка змін ділового середовища	33
1.3.3 Очікувані зміни ділового середовища.....	33
1.4 Ділова активність: оцінки та очікування в короткостроковій перспективі	34
1.4.1 Оцінка фінансово-економічної ситуації на підприємстві	34
1.4.2 Динаміка фінансово-економічної ситуації на підприємстві	35
1.4.3 Очікувані зміни фінансово-економічної ситуації	35
1.5 Ділова активність у довгостроковій перспективі: результати та плани	35
1.5.1 Зміни ділової активності за останні два роки	35
1.5.2 Перспективи розвитку бізнесу: очікування змін через два роки	36
1.6 Показники ділового клімату у регіонах	38
1.6.1 Регіональний індекс ділового клімату	38
1.6.2 Регіональний індекс ділових настроїв	39
1.7 Висновки	41
2. Перешкоди для діяльності та зростання МСП	43
2.1 Фактори, що негативно впливали на діяльність МСП у 2016 році	43
2.1.1 Перешкоди для бізнесу: результати 2016 року	43
2.1.2 Перешкоди для МСП різних форм власності	45

2.1.3	Перешкоди для МСП залежно від розміру	46
2.1.4	Перешкоди для МСП різних галузей	47
2.2	Перешкоди для зростання МСП у дворічній перспективі.....	50
2.2.1	Що перешкоджає зростанню МСП у дворічній перспективі?	50
2.2.2	Перешкоди для зростання МСП у дворічній перспективі з точки зору розміру та форми власності підприємств	52
2.2.3	Перешкоди для зростання МСП у дворічній перспективі у галузевому розрізі	54
2.3	Висновки	56
3.	Дерегуляція та регуляторні процедури	57
3.1	Заходи з дерегуляції – вплив на підприємство.....	57
3.2	Проходження регуляторних процедур.....	58
3.3	Висновки	64
4.	Вартість регулювання.....	65
4.1	«Часовий податок».....	65
4.2	Реєстрація та постановка на облік	66
4.3	Проходження реєстраційних процедур	67
4.4	Процедури пов'язані із будівництвом та введенням в експлуатацію приміщень.....	70
4.5	Ліцензування	74
4.6	Регулювання продукції й послуг	79
4.7	Державний нагляд	84
4.8	Зовнішньоекономічна діяльність	92
4.8.1	Регулювання імпорту	92
4.8.2	Експорт: основні показники	97
4.8.3	Напрями експортної діяльності.....	98
4.8.4	Регулювання експорту	101
4.9	Адміністрування податків	104
4.9.1	Загальна інформація	104
4.9.2	Бухгалтерський облік та адміністрування	106
4.9.3	Труднощі, пов'язані з оподаткуванням	108
4.9.4	Використання касових апаратів (РРО)	113
4.10	Оцінка зміни регуляторного середовища	114
4.10.1	Індекс змін регуляторного середовища	114
4.10.2	Індекс «3-х процедур»	116
4.11	Висновки	118

5.	Держава та бізнес.....	120
5.1	Відносини бізнесу та влади з точки зору МСП.....	120
5.1.1	Образ держави	120
5.1.2	Баланс довіри до держави	122
5.1.3	Довіра до інституцій.....	125
5.1.4	Оцінка перешкод з боку органів влади	132
5.1.5	Бізнес та влада: неформальні відносини	135
5.1.6	Ставлення представників органів влади до підприємців	138
5.2	Державна підтримка та очікувані реформи.....	139
5.2.1	Якої підтримки від держави очікує бізнес?.....	139
5.2.2	Інструменти державної підтримки	140
5.2.3	Оцінка необхідності пільгових умов для певних категорій підприємств	142
5.2.4	Найважливіші заходи державної політики	144
5.2.4.1	Яких заходів від держави очікують МСП?	144
5.2.4.2	Найважливіші заходи державної політики: погляди підприємств різних розмірів та форм власності	146
5.2.4.3	Найважливіші заходи державної політики: галузеві відмінності.....	148
5.3	Висновки	150
6.	Навички та освіта для ведення бізнесу	152
6.1	Оцінка керівниками МСП своєї кваліфікації як управлінця	152
6.2	Підвищення знань з управління: сфери та способи	152
6.3	Зацікавленість у знаннях, що стосуються ведення бізнесу.....	154
6.4	Готовність платити за консультації	155
6.5	Потреба у кваліфікованих працівниках	156
6.6	Висновки	158
7.	Бізнес-асоціації.....	159
7.1	Участь МСП у бізнес-асоціаціях	159
7.2	Послуги бізнес-асоціацій	160
7.3	Причини того, чому МСП не беруть участь у діяльності бізнес-асоціацій.....	162
7.4	Висновки	164
8.	Портрет МСП.....	165
8.1	МСП: визначення та кількість працівників	165
8.2	Динаміка кількості працівників.....	165
8.3	Гендерний та віковий склад представників МСП	167
8.4	Ринки, на яких працюють підприємства	168

8.5	Вихід на нові ринки	169
8.6	Перешкоди для виходу на нові ринки	170
8.7	Маркетинг та бізнес-планування	172
8.8	Використання Інтернету для просування товарів та послуг.	173
8.9	Структура споживачів та постачальників	175
8.10	Пріоритети споживачів: якість або ціна?.....	176
8.11	Фінансування діяльності підприємств	177
8.12	Інновації на підприємстві	178
8.13	Зайнятість окремих категорій громадян	179
8.14	Висновки	181
9.	Діловий клімат та очікувані реформи: погляд молодих підприємців	182
9.1	Молодь у малому та середньому підприємстві: основні показники.....	182
9.2	Інновації та інтернет-комунікації	183
9.3	Фактори, що обмежують зростання МСП	184
9.4	Очікувані заходи державної політики із підтримки МСП	185
9.5	Взаємодія влади та бізнесу	187
9.6	Оцінка фінансово-економічного становища МСП та загальноекономічного середовища	188
9.7	Висновки	189
10.	Гендерний аспект підприємництва	190
10.1	Жінки та чоловіки серед керівництва МСП.....	190
10.2	Фактори, що обмежують зростання МСП	191
10.3	Членство в бізнес-асоціаціях та готовність платити за консультації	193
10.4	Фінансування діяльності підприємств	195
10.5	Інновації та маркетинг	196
10.6	Висновки	197
11.	Опис вибірки.....	198
11.1	Загальна (генеральна) та досліджувана (вибіркова) сукупність	198
11.2	Вибіркова сукупність	198
11.3	Класифікація МСП за розміром.....	199
11.4	Організаційна форма МСП.....	199
11.5	Регіон проведення опитування	200
11.6	Види діяльності підприємств.....	201
11.7	Форма власності	202
11.8	Збір та аналіз даних.....	203

12.	Основні результати опитування експертів	204
12.1	Ділове середовище	204
12.2	Географічне розташування та інфраструктура.	206
12.3	Освіта	206
12.4	Думка експертів про ставлення бізнесу до держави: ворог, перешкода чи партнер	207
12.5	Корупція	207
12.6	Децентралізація.....	207
12.7	Розвиток МСП	208
12.8	Індустріальні парки	209
13.	Фокус-групи: основні результати	210
13.1	Тема 1. Податкова система.....	211
13.2	Тема 2. Тіньова економіка як фактор конкуренції у секторі МСБ	216
13.3	Тема 3. Олігархи та реформи	217
13.4	Тема 4 Довіра бізнесу до держави як інституту, що регулює економічну діяльність	219
13.5	Тема 5 Імідж підприємця.....	224
	Додаток 1. Аналіз даних	227
	Індекси та агреговані показники (confidence/composite indicators);	227
	«Ціна» дотримання регуляторного законодавства	230
	Додаток 2. Перешкоди для розвитку МСБ – точка зору експертів	233
	Додаток 3. Таблиці з основними результатами опитування МСП	236
	Додаток 4. Ділове середовище та розвиток МСП в регіонах: результати опитування експертів	351

Список ілюстрацій

Рис. 1. Динаміка Індексу ділового клімату для МСП та його складових	18
Рис. 2. Індекс ділового клімату МСП та його складові (2015 та 2016 роки)	29
Рис. 3. Індекси: ділове середовище та активність (2015 та 2016 роки)	30
Рис. 4. Складові індексу регуляторного середовища (2015 та 2016 роки)	32
Рис. 5. Оцінка ділового (загальноекономічного) середовища МСП різних розмірів та організаційно-правових форм, індекс.....	33
Рис. 6. Оцінка фінансово-економічної ситуації для МСП різних розмірів та організаційно-правових форм, індекс ...	34
Рис. 7. Зміна обсягів діяльності МСП різних розмірів та організаційно-правових форм за останні два роки, % опитаних.....	36
Рис. 8. Плани щодо зміни обсягів діяльності МСП різних розмірів та організаційно-правових форм протягом наступних двох років, % опитаних	37
Рис. 9. Зв'язок між результатами та планами щодо зміни обсягів діяльності підприємств протягом наступних двох років, % опитаних	37
Рис. 10. Перешкоди, що обмежували зростання МСП в 2016 році, % опитаних	44
Рис. 11. Основні перешкоди зростання бізнесу для підприємств-юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, % опитаних.....	45
Рис. 12. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних	51
Рис. 13. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств (за розміром), % опитаних	52
Рис. 14. Проблематичність регуляторних процедур у сферах державного регулювання, % опитаних	58
Рис. 15. «ТОП-5» регуляторних процедур, в яких виникають найбільші проблеми залежно від розміру підприємства (мікро-, малі та середні підприємства: 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми	59
Рис. 16 «ТОП-5» регуляторних процедур, в яких виникають найбільші проблеми залежно від організаційно-правової форми діяльності (фізичні особи-підприємці/підприємства-юридичні особи): 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми.....	60
Рис. 17. «ТОП-5» регуляторних процедур, в яких виникають найбільші проблеми залежно від сфери діяльності підприємства:1 – не було проблем, 5 – значні проблеми	61
Рис. 18. "Проблемність" проходження регуляторних процедур у різних сферах регулювання з точки зору МСП з різних регіонів	63
Рис. 19. Вартість регулювання в перерахунку на одного працюючого за розмірами підприємства, грн.	65
Рис. 20. Аспекти процедури реєстрації, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %.....	68
Рис. 21. Оцінка змін в умовах і процесах реєстрації, 2016р. до 2013р., %	69
Рис. 22. Індекс змін регуляторної процедури, 2016р. до 2013р., за регіонами	70
Рис. 23. Типи приміщень, які використовують МСП, за організаційно-правовою формою, % опитаних.....	71
Рис. 24. Типи приміщень, які використовують МСП, та підстави їх використання (% респондентів)	71
Рис. 25. Аспекти процедур, пов'язаних з початком користування приміщеннями, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %.....	73
Рис. 26. Оцінка змін процесів і умов, пов'язаних з початком користування приміщенням порівняно з 2012 роком (% за розміром підприємств)	74
Рис. 27. Ліцензійне покриття у 2015 та 2016 рр.	75
Рис. 28. Тривалість та вартість отримання ліцензії у 2015 та 2016 рр.....	76
Рис. 29 Аспекти процедур, пов'язаних з ліцензуванням, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %	78

Рис. 30. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з отриманням ліцензій, 2016р. до 2013р	79
Рис. 31. Покриття сертифікатами відповідності, 2016 р. до 2013 р., %	80
Рис. 32. Покриття санітарно-гігієнічними висновками, 2016 р. до 2013 р., %	81
Рис. 33. Аспекти процедур, пов'язаних з сертифікацією та санітарно-гігієнічним регулюванням, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %	83
Рис. 34. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з отриманням сертифікатів відповідності та гігієнічних висновків, 2016р. до 2013р.....	84
Рис. 35. Покриття перевітками у 2016 та 2015 роках, %	85
Рис. 36. Частка МСП, які мали будь-які витрати внаслідок перевірок у 2015 та 2016 роках, %.....	87
Рис. 37. Частота та тривалість перевірок залежно від виду діяльності підприємств	89
Рис. 38. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з державним наглядом, 2016р. до 2013р	91
Рис. 39. Індекс змін регуляторної процедури, за регіонами	92
Рис. 40. Напрями імпорту опитаних підприємств, %.....	93
Рис. 41. Частка імпортерів серед МСП різних регіонів України.....	93
Рис. 42. Перешкоди, пов'язані зі здійсненням імпорتنих операцій (1 - не було труднощів, 5 - величезні труднощі), %	95
Рис. 43. Значні труднощі під час імпорту: оцінки 4,5, %.....	95
Рис. 44. Значні труднощі під час імпорту, розподіл за видами діяльності: оцінки 4,5, %	96
Рис. 45. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з державним наглядом, 2016 р. до 2013 р.	97
Рис. 46. Напрями експорту опитаних підприємств, %	98
Рис. 47. Частка МСП-експортерів у 2016 році (за регіонами), % опитаних	98
Рис. 48. Напрями експорту МСП у 2015 та 2016 роках, %	99
Рис. 49. Напрями експорту у 2015 та 2016 роках залежно від розміру підприємств, % опитаних.....	100
Рис. 50. Напрями експорту у 2015 та 2016 роках залежно від виду діяльності МСП, %.....	101
Рис. 51. Перешкоди, пов'язані зі здійсненням експортних операцій (1 - не було труднощів, 5 - величезні труднощі), %	102
Рис. 52. Значні труднощі під час експорту: оцінки 4,5, %.....	103
Рис. 53. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних зі здійсненням експортних операцій, 2016р. до 2013р.	104
Рис. 54. Використання послуг бухгалтерів для ведення податкового обліку, залежно від виду діяльності, %	107
Рис. 55. Витрати МСП на адміністрування та сплату податків залежно від регіону (відсортовано за середнім показником частки доходу, сплаченої у вигляді податків), %.	107
Рис. 56. Перешкоди, пов'язані з адмініструванням податків (1 - не було труднощів, 5 - величезні труднощі), %	108
Рис. 57. Проблеми, пов'язані з адмініструванням та регулюванням сплати податків (за розміром МСП), % опитаних.....	109
Рис. 58. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з адмініструванням податків, 2016р. до 2013р.	112
Рис. 59. Індекс змін регуляторної процедури, за регіонами	113
Рис. 60. Проблеми при купівлі/експлуатації РРО (серед МСП сфери торгівлі, послуг та ремонту), %	114
Рис. 61. Індекс змін регуляторного середовища та його складові.....	115
Рис. 62. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за розміром підприємств)	115
Рис. 63. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за організаційно-правовою формою підприємств)	116
Рис. 64. Індекс «3-х процедур» та його складові (за видом діяльності підприємств)	117
Рис. 65. Індекс «3-х процедур» (за регіоном проведення опитування)	117
Рис. 66. Погляд бізнесу на роль держави (за роками), % опитаних.....	120

Рис. 67. Погляд бізнесу на роль держави (за розміром підприємств), % опитаних	120
Рис. 68. Погляд бізнесу на роль держави (за сектором підприємств), % опитаних	121
Рис. 69. Погляди бізнесу на роль держави (за віком респондентів), % опитаних	122
Рис. 70. Частки груп «держава-ворог» та «держава-партнер» серед респондентів, які вибрали певні фактори обмеження зростання, % опитаних	125
Рис. 71. Рейтинг інституцій та організацій, яким довіряють респонденти, % опитаних.....	126
Рис. 72. Рейтинг інституцій та організацій, яким довіряють респонденти (за розміром підприємств), % опитаних .	127
Рис. 73. Рейтинг інституцій та організацій, яким довіряють респонденти (за сектором підприємств), % опитаних..	128
Рис. 74. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу), % опитаних.....	129
Рис. 75. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, у 2016 році (за розміром), % опитаних.....	130
Рис. 76. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, у 2016 році (за сектором підприємств), % опитаних.....	131
Рис. 77. Інституції, до яких готові звернутись респонденти в питаннях, які стосуються ведення бізнесу (% опитаних, які довіряють цим інституціям)	132
Рис. 78. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за роками), % опитаних.....	133
Рис. 79. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за розміром підприємств), % опитаних.....	133
Рис. 80. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за сектором підприємств), % опитаних.....	134
Рис. 81. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади для підприємств, % опитаних	135
Рис. 82. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади серед підприємств різного розміру, % опитаних.....	136
Рис. 83. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади серед підприємств різних секторів, % опитаних.....	136
Рис. 84. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади серед підприємств різних секторів, із зазначенням органів влади, % опитаних.....	137
Рис. 85. Важливість неформальних відносин за віком, %.....	138
Рис. 86. Оцінка ставлення державних органів влади до підприємців, % опитаних	138
Рис. 87. Оцінка ставлення державних органів влади до підприємців (за сектором підприємств), % опитаних	139
Рис. 88. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (2015 та 2016 роки), % опитаних.....	139
Рис. 89. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (за формою власності), % опитаних	140
Рис. 90. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (за сектором підприємств), % опитаних	140
Рис. 91. Інструменти державної підтримки, якими користувались МСП (за розміром), % опитаних.....	141
Рис. 92. Інструменти державної підтримки, якими користувались МСП (за сектором підприємств), % опитаних	141
Рис. 93. Оцінка необхідності пільгових умов для певних категорій підприємств (за розміром), % опитаних	142
Рис. 94. Оцінка необхідності пільгових умов для певних категорій підприємств (за сектором діяльності), % опитаних	143
Рис. 95. Галузі підприємництва, для яких потрібні пільги, на думку опитаних МСП (за сектором), % опитаних	143
Рис. 96. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП, % опитаних	145
Рис. 97. Частка представників МСП, які вважають власні навички з управління бізнесом достатніми (за сектором), % керівників МСП	152

Рис. 98. Способи підвищення управлінських навичок, які використовують респонденти (за розміром), % керівників МСП	153
Рис. 99. Способи підвищення управлінських навичок, які використовують респонденти (за сектором), % керівників МСП	153
Рис. 100. Сфери, у яких керівники МСП хотіли б покращити свої навички та отримати нові знання, % керівників МСП	154
Рис. 101. Готовність платити за консультації із розвитку бізнесу, % опитаних	155
Рис. 102. Готовність платити за консультації із розвитку бізнесу (за секторами), % опитаних.....	156
Рис. 103. Частка МСП, які є членами бізнес-асоціацій (за сектором підприємств), % опитаних	159
Рис. 104. Типи бізнес-асоціацій, до яких належать МСП, % МСП, які є членами хоча б однієї бізнес-асоціації	160
Рис. 105. Види послуг від бізнес-асоціацій, у яких найбільше зацікавлені МСП, % МСП, які є членами хоча б однієї бізнес-асоціації.....	161
Рис. 106. Види послуг від бізнес-асоціацій, у яких найбільше зацікавлені МСП (за сектором), % МСП, які є членами хоча б однієї бізнес-асоціації	162
Рис. 107. Причини того, чому МСП не є членами бізнес-асоціацій (за розміром), % МСП, які не є членами жодної бізнес-асоціації	163
Рис. 108. Причини того, чому МСП не є членами бізнес-асоціацій (за сектором), % МСП, які не є членами жодної бізнес-асоціації	164
Рис. 109. Ринки, на яких працюють опитані підприємства, % опитаних.....	168
Рис. 110. Основні ринки, на які планують вийти підприємства, які взяли участь в опитуванні % опитаних	169
Рис. 111. Основні ринки, на які планують вийти підприємства (за сектором), % опитаних	170
Рис. 112. Перешкоди для виходу на нові географічні ринки, % опитаних	171
Рис. 113. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки (залежно від віку респондентів), % опитаних	172
Рис. 114. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за розміром), % опитаних.....	173
Рис. 115. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують МСП для просування товарів або послуг, % опитаних.....	174
Рис. 116. Використання інструментів інтернет-комунікації (маркетингу) (залежно від віку респондентів), % опитаних	175
Рис. 117. Порівняння структури споживачів і постачальників, % опитаних	175
Рис. 118. Оцінка МСП того, що є визначальним для їхніх покупок: вартість чи якість товарів або послуг, % опитаних.....	176
Рис. 119. Джерела небанківського фінансування, % опитаних	177
Рис. 120. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємстві, % опитаних	179
Рис. 121. Наявність окремих категорій громадян серед працівників, % опитаних.....	180
Рис. 122. Наявність окремих категорій громадян серед працівників за розміром, % опитаних.....	180
Рис. 123. Розмір МСП залежно від віку підприємця, % МСП	182
Рис. 124. Основний вид діяльності підприємства, % МСП	183
Рис. 125. Інноваційні заходи, що впроваджуються на підприємстві, % МСП.....	183
Рис. 126. Використання інтернет-комунікацій для просування товарів / послуг МСП залежно від віку підприємця, % МСП	184
Рис. 127. Фактори обмеження зростання бізнесу, % МСП.....	185
Рис. 128. Очікувані заходи державної політики з підтримки бізнесу, %МСП	186
Рис. 129. Важливість наявності неформальних стосунків з представниками різних органів влади для підприємців, % МСП	187

Рис. 130. Рейтинг інститутів та організацій до яких підприємці звернулися б для вирішення питань, які стосуються ведення бізнесу, % МСП	188
Рис. 131. Оцінка фінансово-економічного становища МСП	188
Рис. 132. Оцінка загальноекономічного середовища	189
Рис. 133. Співвідношення розміру підприємств та статі керівника МСП, % опитаних	190
Рис. 134. Співвідношення форми підприємств та статі керівника МСП, % опитаних	191
Рис. 135. Співвідношення галузей діяльності і статі керівника МСП, % опитаних	191
Рис. 136. Рейтинг перешкод зростання МСП співвідносно статі його керівника, % опитаних	192
Рис. 137. Членство МСП у бізнес-асоціаціях за статтю керівників, % опитаних	193
Рис. 138. Оцінка керівниками МСП свого рівня навичок управління, % МСП.....	194
Рис. 139. Розподіл відповідей за статтю керівника МСП на питання про способи підвищення знань щодо управління, % МСП	194
Рис. 140. Розподіл відповідей за статтю керівників МСП на запитання про те, чи готовий бізнес платити за консультації, % МСП	195
Рис. 141. Розподіл відповідей МСП за статтю керівника на запитання про наявність кредитних зобов'язання перед банком, % опитаних	195
Рис. 142. Інноваційні заходи, що впроваджувались на підприємстві. Порівняння за статтю керівника МСП, % опитаних.....	196
Рис. 143. Використання інтернет-комунікацій для просування товарів або послуг МСП залежно від статі керівника, % опитаних	197
Рис. 144. Оцінка ділового середовища (2015-2016 та 2016-2017 роки)	204
Рис. 145. Очікування змін ділового середовища для МСП (у 2016/17 році)	205
Рис. 146. Оцінка ділової активності у 2016 та 2015 році	205
Рис. 147. Оцінки рівня освіти у 2016 році	206
Рис. 148. Оцінка проблемності регуляторних процедур для малого та середнього бізнесу (2016/17 рік).....	208
Рис. 149. Система індексів, що використовується у «Щорічній оцінці ділового клімату» для національного рівня..	227
Рис. 150. Система індексів, що використовується у «Щорічній оцінці ділового клімату» для регіонального рівня .	228
Рис. 151. Індекс змін регуляторного середовища МСП та його складові.....	229
Рис. 152. Індекс змін «3-х процедур» та його складові.....	229
Рис. 153. Приклад розрахунку ЗВРП та ЦДР	232
Рис. 154. Перешкоди для розвитку МСБ за регіонами.....	233

Список таблиць

Таблиця 1. Основні факти про дослідження	25
Таблиця 2. Регіональний Індекс ділового клімату.....	39
Таблиця 3. Регіональний Індекс ділових настроїв.....	39
Таблиця 4. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за розміром та формою власності, % опитаних ..	46
Таблиця 5. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за секторами, % опитаних	48
Таблиця 6. Динаміка перешкод, які обмежують зростання бізнесу (2016 та 2015 роки), % опитаних	49
Таблиця 7. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних.....	53
Таблиця 8. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за секторами, % опитаних	55
Таблиця 9. Основні показники проходження реєстраційних процедур, % опитаних	68

Таблиця 10. Напрями платежів на проходження процедур (будівництво)	72
Таблиця 11. Напрями платежів та орієнтовні витрати на проходження процедур (ремонт)	73
Таблиця 12. Основні показники, регулювання ліцензування, % опитаних	77
Таблиця 13. Основні показники, пов'язані з сертифікацією у 2015 та 2016 роках	81
Таблиця 14. Основні показники, пов'язані з отриманням санітарно-гігієнічного висновку у 2015 та 2016 роках	82
Таблиця 15. Покриття, частота та тривалість перевірок протягом 2015 та 2016 років, %	87
Таблиця 16. Напрями платежів у результаті перевірок, %	88
Таблиця 17. Основні показники державного нагляду за діяльністю МСП у 2015 та 2016 роках	89
Таблиця 18. Деякі показники державного нагляду за регіонами	90
Таблиця 19. Попередні дозволи або ліцензії на імпорту	94
Таблиця 20. Попередні дозволи або ліцензії на імпорту	101
Таблиця 21. Основні напрямки оподаткування, % опитаних	105
Таблиця 22. Частки МСП, які повідомили про значні проблеми зі сплатою або адмініструванням податків, % опитаних	110
Таблиця 23. Індекс «3-х процедур» та його складові (за регіоном проведення опитування)	118
Таблиця 24. Сприйняття держави за регіонами (у % опитаних з розрахунком балансу «Партнер/Ворог»)	123
Таблиця 25. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП (за формою власності та розміром підприємств), % опитаних	146
Таблиця 26. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП (за галуззю), % опитаних	148
Таблиця 27. Оцінка важливості заходів державної політики для сприяння розвитку бізнесу (залежно від статі респондентів), % опитаних	150
Таблиця 28. Частка респондентів, що підвищує свої знання щодо правління (менеджменту) (залежно від статі респондентів), % опитаних	154
Таблиця 29. Членство у бізнес-асоціаціях (регіональний розподіл), % МСП	160
Таблиця 30. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за регіоном	166
Таблиця 31. Гендерний склад керівників МСП (за сектором)	167
Таблиця 32. Вік респондентів (регіональний розподіл)	167
Таблиця 33. Ринки, на яких працюють опитані підприємства (за сектором), % опитаних	169
Таблиця 34. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за сектором), % опитаних	173
Таблиця 35. Оцінка МСП того, що є визначальним для їхніх покупців: вартість чи якість товарів або послуг (за сектором), % опитаних	177
Таблиця 36. Джерела небанківського фінансування (за сектором), % опитаних	178
Таблиця 37. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємстві (за сектором), % опитаних	179
Таблиця 38. Організаційно-правова форма опитаних підприємств	199
Таблиця 39. Розподіл підприємств за розміром та організаційно-правовою формою	200
Таблиця 40. Кількість опитаних у регіонах	200
Таблиця 41. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою (кількість та частка)	202
Таблиця 42. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою та розміром (кількість та частка)	202
Таблиця 43. Дані для розрахунку загальної вартості регуляторної процедури	232
Таблиця 44. Дані для розрахунку "ціни" регулювання	232

Список вставок

Вставка 1. Що впливає на формування планів ділової активності підприємств	37
Вставка 2. Ставлення до держави: гендерний та віковий вимір	122
Вставка 3. Зв'язок між сприйняттям держави та перешкодами зростання:	124
Вставка 4. Співвідношення між довірою до інституцій та готовністю звернутися до них за допомогою	132
Вставка 5. Неформальні відносини: віковий вимір	138
Вставка 6. Очікувані реформи: гендерний вимір	150
Вставка 7. Підвищення обізнаності : гендерний вимір	154
Вставка 8. Навички і освіта працівників та пошук персоналу (результати фокус-групової дискусії)	157
Вставка 9. Брак партнерів: проблема для молоді та представників МСП пенсійного віку	172
Вставка 10. Канали просування залежать від віку: приклад e-mail маркетингу	174

Вступ

Покращення якості ділового середовища, зменшення регуляторного навантаження на бізнес, налагодження діалогу між бізнесом та владою є важливими передумовами поживлення ділової активності, створення сприятливих умов для розвитку бізнесу та залучення інвестицій в економіку країни.

З метою оцінювання якості ділового середовища Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» розробила спеціальний національний інструмент – «Щорічна оцінка ділового клімату» (Annual Business Climate Assessment, ABCA). Цей інструмент є системою заходів зі збору, узагальнення та аналізу інформації для виявлення бар'єрів на шляху розвитку малого та середнього підприємництва в Україні, кількісного визначення вартості дотримання регуляторних вимог сектором МСП та визначення пріоритетних економічних, правових та регуляторних заходів, необхідних для покращення середовища ведення бізнесу в Україні з точки зору самого малого та середнього бізнесу. При зборі інформації для оцінки використовуються всі кількісні та якісні методи соціологічного дослідження, включаючи проведення опитування підприємств за допомогою стандартизованих запитальників, проведення фокус-груп і глибинних інтерв'ю з представниками бізнес-асоціацій, аналітичних НУО, а також місцевих та загальнодержавних органів влади. Такий підхід до збору інформації дозволяє узагальнити пріоритети в різних сферах державної політики з точки зору зацікавлених сторін.

Аналітичний звіт «Щорічна оцінка ділового клімату 2016: національний та регіональний виміри» продовжує серію аналітичних документів, що готуються експертами Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні» у рамках виконання завдання з розробки та запровадження національного інструменту моніторингу й оцінки стану ділового клімату для малого та середнього бізнесу. Регулярне проведення такого моніторингу та оцінювання є невід'ємною складовою процесу розробки й впровадження заходів політики сприяння розвитку малого та середнього підприємництва в Україні. У цьому документі представлено основні результати 2-ї «Щорічної оцінки ділового клімату», проведеної за 2016 рік, та очікування МСП на 2017-2018 роки. Першу «Щорічну оцінку ділового клімату» було здійснено для 2015 року.

У звіті представлено головні результати національної оцінки ділового клімату та детальний аналіз ділового клімату в регіональному розрізі, зокрема Індекс ділового клімату – інтегральний показник стану ділового середовища в країні, спеціально розроблений експертами Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні» для «Щорічної оцінки ділового клімату». Щорічний регулярний замір Індексу ділового клімату показує напрямок змін бізнес-клімату в країні. Для порівняння ситуації між регіонами підготовлено Регіональний Індекс ділового клімату для кожного з регіонів країни. Також цей звіт містить оцінку якості основних складових бізнес-середовища представниками малого та середнього підприємництва, аналіз ділових очікувань та планів МСП як на коротко-, так і довгострокову перспективу, «рейтинг» перешкод, із якими стикаються МСП у своїй діяльності, та «рейтинг» очікуваних реформ для покращення ділового середовища. Аналіз основних проблем у різних сферах державного регулювання, з якими стикаються МСП, та кількісна оцінка того, скільки коштує для МСП дотримання регуляторних вимог, є також частиною цього звіту. Важливим предметом аналізу є «демографія» МСП, зокрема розмір підприємств сектору та динаміка зайнятості на них, організаційна структура та спроможність МСП, маркетинг та бізнес-планування. Аналізуються плани МСП щодо власного розвитку, перешкоди виходу на нові ринки, зокрема міжнародні тощо. «Портрет» підприємця у віковому та ґендерному аспектах також представлено у звіті.

Окрему увагу спрямовано на аналіз ставлення представників малого та середнього бізнесу до держави та формування довіри між бізнесом та державою, яка, у свою чергу, є запорукою ефективної реалізації державної політики та проведення реформ для покращення ділового середовища.

Окрім опитування представників сектору МСП, звіт містить розділ із результатами експертного опитування. Представники влади, бізнес-асоціацій та експерти з усіх регіонів країни оцінювали ділове середовище у своєму

регіоні та країні в цілому, пріоритетні заходи та завдання державної політики, основні проблеми та перешкоди розвитку економіки регіонів, вплив освітнього та людського потенціалу на розвиток МСП, децентралізацію та створення індустріальних парків. В окремому розділі представлено результати фокус-групових дискусій із представниками сектору МСП, що стосуються найбільш актуальних проблем сектору МСП та ділового середовища. Це, зокрема, податкова система, довіра між бізнесом та державою, ставлення до підприємництва, боротьба з корупцією та інституційні зміни, що впливатимуть на створення сприятливого середовища для розвитку МСП.

Результатом дослідження є великий масив інформації, якої більше, ніж можна представити в друкованій версії звіту. Цей звіт має додатки з таблицями, що показують відповіді на основні питання, описані в звіті в розрізі регіонів, розміри підприємств та галузі промисловості. У розділі «Додатки» міститься багато числової інформації, яку зацікавлений читач зможе використати для власного аналізу ділового клімату та розвитку МСП.

Над звітом працювала команда експертів ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» (ІЕД) у рамках виконання Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні». Авторами звіту є Вікторія Беспалько, Оксана Кузяків, Ірина Федець та Наталя Фреїк. Також неоціненний внесок у роботу над дослідженням зробили студенти факультету соціології КНУ ім. Шевченка, які брали участь у програмі стажування в Центрі досліджень сучасного суспільства при Інституті економічних досліджень та політичних консультацій, – Ярослав Андрієнко, Тетяна Заєць, Тетяна Малооголовчук та Аліна Хелашвілі. Не менш важливим був внесок Анастасії Гулік, асистента проєктів ІЕД. Важливу допомогу в підготовці цього звіту надала Тетяна Червінська, к.с.н, доцент соціологічного факультету КНУ ім. Шевченка. Особлива вдячність за слушні коментарі, оригінальні ідеї та всебічну підтримку протягом усього часу роботи Ігорю Бураковському, д.е.н, Голові Правління ІЕД. За цінні поради з комунікації із зацікавленими сторонами автори дякують Тамарі Соляник, директору Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні». Цей звіт не відбувся би без цінних консультацій на етапі розробки інструменту проведення опитування в 2015 році. Ми висловлюємо велику подяку Олександрі Бетлій, Андрію Бутіну, Артуру Ковальчуку, Віталію Кравчуку, Костянтину Кравчуку, Ользі Красовській, Олександрю Крініцину, Вероніці Мовчан (усі ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»), Дмитру Боярчуку, Володимирю Дубровському, Андрію Саварцю (усі ГО «Центр соціально-економічних досліджень «CASE-Україна»), Вірі Недзведській (МБО «Фонд Східна Європа»), Олені Бесєдіній, Ганні Вахитовій, Максиму Обрізану (усі ГО «Київський економічний інститут»), Дмитру Ляпіну, Володимирю Семеніхину, Андрію Паляниці за слушні коментарі та корисні пропозиції при підготовці анкет для опитування представників малого та середнього бізнесу. Окрему подяку висловлюємо комунікаційній команді ІЕД, Вікторії Жовтенко та Віталію Різнику, без їхніх зусиль неможливо було б отримати цінний «зворотний зв'язок» із регіональними партнерами.

Звіт підготовлено за результатами опитування 1851 представника сектору МСП, зокрема керівників 1324 підприємств-юридичних осіб та 527 фізичних осіб-підприємців в усіх регіонах України, за винятком АР Крим, м. Севастополя та деяких районів Донецької та Луганської областей, а також за результатами опитування 84 експертів з 25-ти регіонів країни та результатів 10 фокус-груп, проведених у Вінницькій, Київській, Львівській, Тернопільській, Херсонській областях та місті Києві.

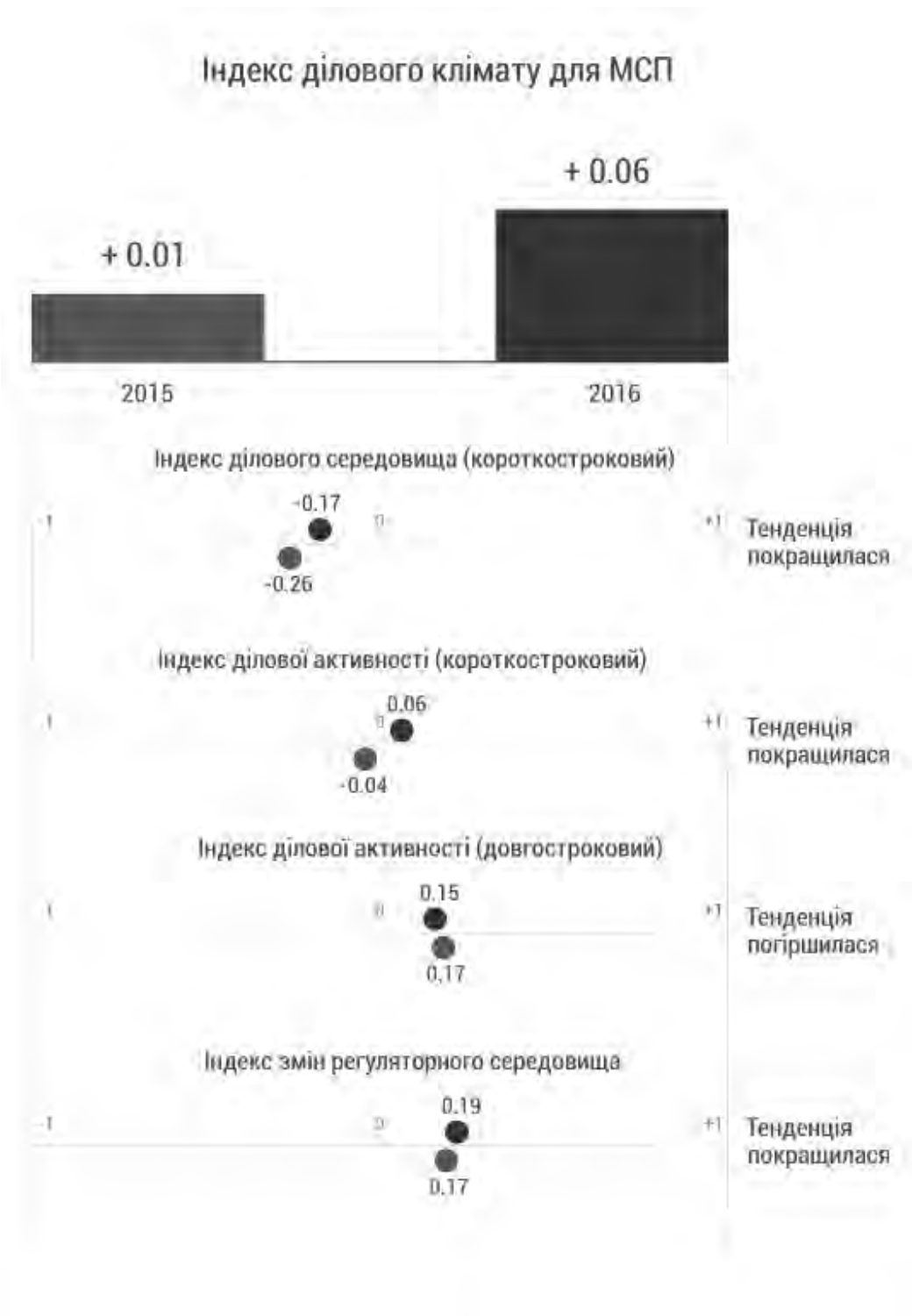
Головні результати

За результатами опитування МСП 2016 року значення *індексу ділового клімату* зросло на п'ять пунктів порівняно з 2015 роком. Це відбулося завдяки покращенню всіх його складових, за винятком довгострокових планів економічної активності, - завдяки кращим оцінкам поточного ділового середовища, позитивним оцінкам змін регуляторного клімату та зростанню оптимізму в планах щодо ділової активності в короткостроковій перспективі. Позитивні довгострокові очікування також дали свій внесок у таке значення індексу, хоча «темпи зростання» оптимізму щодо дворічних планів дещо зменшилися. Зменшення значення індексу ділової активності (довгострокового) у 2016 році порівняно 2015 роком свідчить, що часу на «відкладання» реформ «на потім» немає.

Діловий клімат

- Скорочення ділової активності протягом попередніх двох років для частини опитаних та низькі оцінки ділового середовища вказують на те, що загальноекономічні умови для МСП залишаються несприятливими. В той же час, покращення оцінки ділового середовища показує, що для бізнесу минув найбільш критичний кризовий період.
- Вищі значення індексів ділової активності (короткострокового та довгострокового) порівняно зі значенням індексу оцінки ділового середовища, свідчать про те, що сектор МСП буде зростати за умови сталості та результативності реформ, спрямованих на розвиток бізнесу.
- Індекс ділової активності (довгостроковий) зменшився, однак його значення є додатним, що одночасно зі збільшенням оптимізму щодо ділової активності бізнесу на найближчі шість місяців свідчить про втілення в життя планів зростання ділової активності, висловлених рік тому.
- Додатне значення індексу змін регуляторного середовища було зафіксоване за результатами вже другої поспіль хвилі опитування. Це свідчить про те, що сектор МСП відчуває дієвість відповідних реформ.
- Розмір підприємств-юридичних осіб впливає на їх оцінку поточного ділового середовища – чим більший розмір підприємства, тим краще вони оцінюють поточне ділове середовище.
- Серед фізичних осіб-підприємців переважають оптимістичні очікування щодо змін ділового середовища протягом наступних шести місяців, тоді як серед підприємств-юридичних осіб усіх розмірів переважають негативні очікування.
- Фізичні особи-підприємці оцінюють фінансово-економічну ситуацію свого бізнесу гірше, ніж підприємства, які є юридичними особами.
- Розмір підприємств-юридичних осіб впливає на їх оцінку поточної фінансової ситуації – чим більший розмір підприємства, тим краще вони оцінюють свою поточну фінансово-економічну ситуацію.
- Досить висока частка підприємств, які не скоротили або розширили свою діяльність за попередні два роки, засвідчує здатність бізнесу адаптуватися до змін у навколишньому середовищі. Це, насамперед, підприємства, де зайняті понад 10 працівників (малі та середні).
- Якщо підприємство збільшило обсяги діяльності протягом попередніх двох років, більш ймовірно, що воно продовжить зростання впродовж наступних двох років. І навпаки: якщо підприємство скоротило свою діяльність, то існує вища ймовірність того, що цей процес триватиме і далі.
- Найвищі значення регіонального індексу ділового клімату зафіксовано у Вінницькій, Львівській та Рівненській областях, а найнижчі – у Харківській, Луганській та Донецькій областях.

Рис. 1. Динаміка Індексу ділового клімату для МСП та його складових



Перешкоди для діяльності та зростання МСП

- Недостатній попит очолює рейтинг перешкод зростання бізнесу у 2016 році, перевищивши за важливістю несприятливу політичну ситуацію, яка була головною перешкодою для діяльності бізнесу у 2015 році.
- Несприятлива політична ситуація все ще залишається вагомою перешкодою для діяльності МСП – вона знаходиться на другому місці рейтингу перешкод – але її вплив дещо послабився порівняно із 2015 роком.
- Високі ставки податків та складне адміністрування податків є більш відчутним бар'єром для підприємств-юридичних осіб, ніж для фізичних осіб-підприємців.
- Часті зміни економічного законодавства, високий регуляторний тиск та корупція перешкоджають розвитку приблизно кожного четвертого МСП.
- Несприятлива економічна ситуація в країні та брак попиту і низька купівельна спроможність населення – головні причини того, чому половина опитаних МСП не планують розширювати свою діяльність протягом наступних двох років.
- Брак фінансових можливостей та політична нестабільність – це вагомі фактори, які стримують зростання бізнесу у дворічній перспективі.

Дерегуляція та «рейтинг» найпроблемніших сфер регулювання

- 73,2% керівників малих та середніх підприємств не відчули жодного впливу на ведення власного бізнесу заходів з дерегуляції, що проводилися в 2016 році. Про погіршення умов діяльності повідомили 17% респондентів, тоді як про покращення – майже вдвічі менше – лише 9,8%.
- Залежно від сфери регулювання, від 40,0% до 77,2% опитаних повідомляють, що проходження регуляторних процедур створює певні проблеми для діяльності та зростання їхнього бізнесу.
- Найбільш проблемними сферами регулювання для МСП в 2016 році були: валютне регулювання («проблемність» становить 3,2 балу, де 1 – відсутність проблем, 5 – значні проблеми), регулювання землекористування (2,7 балу) та цінове регулювання (2,6 балу).
- Майже не викликали проблем у респондентів реєстрація та постановка на облік підприємств («проблемність» процедури оцінена на 1,8 балу) та регулювання зовнішньої реклами («проблемність» - 1,9 балу).
- Найбільш проблемною сферою для середніх підприємств є регулювання землекористування, а для малих та мікропідприємств – валютне регулювання.
- Валютне регулювання є найбільш проблемною регуляторною сферою як для ФОПів, так і для юридичних осіб, хоч останні стикаються з нею рідше.
- ФОПи значно частіше за юридичних осіб повідомляють про проблеми з митним оформленням (індекс «проблемності» 2,57 та 2,42 бали відповідно) та підключенням до електромереж.
- Рейтинг проблемності регуляторних процедур для МСП різних сфер діяльності очолює валютне регулювання, за винятком підприємств сільського господарства – тут основні проблеми викликає регулювання землекористування, також ця проблема більш актуальна для підприємств будівельної галузі.
- Найчастіше про значні проблеми з проходженням регуляторних процедур повідомляють у МСП Рівненської (у 80,0% респондентів проходження регуляторних процедур принаймні в одній зі сфер викликало складнощі), Чернігівської (76,7%) та Івано-Франківської (75,0%) областей.

Вартість дотримання регуляторних вимог для МСП

- Загальні витрати МСП, пов'язані з реєстрацією, ліцензуванням, технічним регулюванням, санітарно-гігієнічним контролем та перевітками, у 2016 році становили в середньому 27412 грн. У 2015 році цей показник був вищим та дорівнював 29761 грн.
- У 2016 році реєстраційні процедури здійснювали 27,1% МСП. Повна реєстрація (перереєстрація) бізнесу тривала у середньому 11 днів та коштувала 432 грн. Порівняно з попереднім роком ситуація незначно погіршилася: у 2015 році тривалість процедури, за оцінками респондентів, становила у середньому 10,5 дня та коштувала 380 грн.
- Державна реєстрація (перереєстрація) тривала у середньому 5,7 дня та коштувала 380 грн. Враховуючи непрямі витрати (тривалість процедури), можна говорити про загальну середню вартість державної реєстрації на рівні 1680 грн. (у 2015 році – 1011 грн.).
- У 2016 році ліцензії мали 30,5% МСП (у 2015 – 31,3%). 64,1% підприємств мають строкові ліцензії, термін дії яких становить у середньому 3,7 року. Зменшення загальної вартості ліцензії (з 14713 грн. у 2015 році до 13048 грн. у 2016 році) пов'язано передусім зі скороченням непрямих витрат (тривалості процедури).
- Сертифікація продукції або послуг у 2016 році була необхідною для 15,8% МСП (у 2015 р. – 20,7%). Загальна вартість сертифікації склала у середньому 12990 грн., з них 5343 грн. – пряма вартість, решта – непрямі витрати, еквівалентні 15,2 дня (у 2015 р. загальна вартість процедури склала у середньому 14381 грн., з них пряма вартість – 6263 грн., тривалість процедури – 14,3 дня).
- Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи є необхідним для 15,6% підприємств (у 2015 році відповідний показник становив 17,6%). Загальні витрати на отримання санітарно-гігієнічного висновку у 2016 році склали у середньому 7937 грн., з них пряма вартість процедури становила 2130 грн., тривалість – 8,8 дня (у 2015 р. для отримання документу санітарно-епідеміологічної експертизи МСП сплачували у середньому 2673 грн. та витрачали 9,0 днів, що у перерахунку становило 9537 грн.).
- Порівняно з 2015 роком у 2016 р. значно зросла частка МСП, які перевірялися принаймні одним контролюючим органом (51,2% та 68,0% відповідно). Кількість МСП, перевірки яких закінчилися сплатою штрафів збільшилася незначно (39,3% у 2016 р. проти 34,7% у 2015 р.). Разом з тим, середнє значення загальної вартості усіх перевірок зменшилося з 40938 грн. у 2015-му до 27325 грн. у 2016 році. Зменшення загальної вартості перевірок насамперед пов'язано зі зменшенням сум, які МСП сплатили у вигляді штрафів, конфіскацій та неофіційних платежів.
- З огляду на частоту перевірок та пов'язані з ними витрати (як часові, так і грошові – у формі штрафів або неофіційних платежів), найбільш обтяжливими для МСП залишаються перевірки державної податкової інспекції.
- Загальна вартість дотримання регуляторних вимог у 2016 році становила в середньому 27412 грн. та виявилася меншою за цей же показник попереднього року (29761 грн.). Зазначена сума включає прямі та непрямі витрати, пов'язані з державною реєстрацією, ліцензуванням, сертифікацією, санітарно-гігієнічним регулюванням і державним наглядом, та розрахована з урахуванням рівня покриття тією або іншою процедурою.

- На сплату податків у 2016 році МСП витратили в середньому 24,9% доходу (у попередньому році - 27,3%). Витрати підприємств у формі податків зростають з розміром підприємств та пов'язані з їхньою організаційно-правовою формою (витрати ФОП, пов'язані з оподаткуванням, майже вдвічі менші, ніж витрати підприємств-юридичних осіб).
- Основними проблемами, пов'язаними з адмініструванням податків, залишаються нестабільність податкового законодавства, розмір штрафних санкцій за помилки, ставки податків та зборів та часті зміни форм податкової звітності.

Держава та бізнес

- Рівень довіри бізнесу до державної політики залишається низьким. МСП швидше вважають державу перешкодою для ведення бізнесу чи навіть «ворогом» бізнесу, ніж партнером.
- Із збільшенням розміру підприємств зменшується частка тих, які вважають державу ворогом і збільшується частка тих, для кого держава є перешкодою або обмеженням для бізнесу.
- Респонденти більше довіряють представникам приватного сектору, ніж органам державної влади та громадським організаціям.
- Кожний другий опитаний вважає, що органи влади створюють перешкоди для бізнесу – це більше, ніж у 2015 році. Зокрема, кожний п'ятий респондент вважає вищі органи влади (Верховну Раду, Кабінет Міністрів, Президента) інституціями, які створюють перешкоди для ведення бізнесу в країні.
- Майже половина опитаних вважає, що неформальні стосунки з представниками органів влади є важливими для успішного ведення бізнесу в країні.
- Створення сприятливих умов для підприємницької діяльності є більш важливим для МСП, ніж пряма державна підтримка бізнесу.
- Сектор МСП очікує від держави конкретних заходів для сприяння бізнесу. Серед пріоритетів – зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності, спрощення податкового адміністрування та полегшення доступу до інформації, необхідної для ведення бізнесу через створення єдиного інформаційного ресурсу.

Навички та освіта для ведення бізнесу

- Менше половини опитаних керівників МСП вважають свої управлінські навички достатніми. Оцінка респондентами власних навичок як управлінців зростає із збільшенням розміру підприємств.
- Читання професійної літератури та спілкування з іншими досвідченими менеджерами – це найпоширеніші способи, якими керівники МСП підвищують свою кваліфікацію як управлінців.
- Один із трьох керівників МСП проходив семінари та інше навчання для підвищення своїх навичок як управлінця, а один із п'яти повідомив про проходження онлайн-курсів з цією метою.
- Дві третини учасників опитування готові платити за консультації щодо розвитку бізнесу, зокрема виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів тощо. Однак більшість з них повідомили, що можуть оплатити такі консультації лише за умови компенсації частини суми з боку державних органів чи місцевої влади або за умови спільної оплати консультацій в рамках ділового об'єднання.

- Третині опитаних підприємств бракує працівників технічних спеціальностей. Також у середовищі МСП є досить високий попит на спеціалістів із маркетингу та комунікацій та фахівців економічних спеціальностей.

Бізнес-асоціації

- Участь у бізнес-асоціаціях не дуже поширена серед малого та середнього бізнесу України: лише 15% МСП є членами хоча б однієї такої асоціації (включаючи торгово-промислові палати та інші ділові об'єднання).
- Із збільшенням розміру підприємств збільшується рівень їх участі у бізнес-асоціаціях: якщо лише одне із десяти мікропідприємств є членом бізнес-асоціації, то серед малих підприємств – одне із п'яти, а серед середніх – одне із трьох.
- МСП, які входять до бізнес-асоціацій, найбільше зацікавлені у таких послугах цих асоціацій, як надання інформації (про ринки, про зміни законів, статистичної інформації тощо) та юридична допомога.
- Основні причини того, чому решта МСП не є членами бізнес-асоціацій – це те, що вони не бачать у цьому потреби, уявлення про бізнес-асоціації як про такі об'єднання, що захищають інтереси обмеженого кола осіб та брак таких бізнес-асоціацій, які б відповідали потребам та інтересам їхнього бізнесу.

Портрет МСП

- За результатами опитування, одне МСП працевлаштовує в середньому 22 особи, причому фізичні особи-підприємці працевлаштовують в середньому 3-х, а підприємства-юридичні особи – 30 осіб.
- У 2016 році продовжилась негативна тенденція зменшення кількості працівників на підприємствах сектору МСП, але темпи скорочення їх чисельності сповільнились.
- Три чверті керівників МСП є чоловіками, одна чверть – це жінки.
- МСП працюють здебільшого на місцевому ринку (міста або області).
- Більше половини МСП не планують виходити на нові географічні ринки протягом наступних двох років. Основні причини цього – брак фінансування, відсутність партнерів за кордоном та непередбачуваність торговельної політики України.
- Половина МСП мають або відділ маркетингу, або окремого співробітника, який повністю або частково займається питаннями маркетингу на підприємстві.
- 57% МСП мають бізнес-план або стратегію розвитку бізнесу, якої вони дотримуються.
- Більше половини МСП вважають, що для споживачів однаково важливими є як якість, так і вартість товарів або послуг їхнього підприємства.
- Дві третини МСП не мають та ніколи не мали кредитних зобов'язань перед банком.
- Більше половини МСП впровадили певні інновації впродовж останніх двох років (у виробництво, надання послуг, просування, управління та інше).
- Приблизно одне із десяти МСП, які взяли участь в опитуванні, займається імпортом або експортом.
- Близько третини МСП працевлаштовують осіб з інвалідністю.

Діловий клімат та очікувані реформи: погляд молодих підприємців

- Дві третини опитаних підприємців до 35 років – це фізичні особи підприємці. Серед старших підприємців така форма власності, як ФОП, зустрічається вдвічі рідше.
- Молоді підприємці частіше від решти повідомляють про впровадження інновацій у маркетинг та у процеси управління підприємством. Також вони частіше користуються соціальними мережами як інструментом для просування своїх товарів або послуг.
- Низький попит – це основна перешкода для розвитку МСП, керівниками яких є молоді підприємці, як і для МСП із старшими керівниками. Однак частка молодих підприємців, що повідомляють про цю проблему, менша, ніж відповідна частка решти підприємців.
- Три основні заходи державної політики для сприяння бізнесу, яких очікують молоді підприємці, – це створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, спрощення податкового адміністрування та дерегуляція.
- Молоді підприємці частіше за решту вважають за необхідне підтримувати неформальні зв'язки із органами влади. Разом з цим, вони частіше готові звертатися до приватного та громадського сектору (юристів, консультантів, бізнес-асоціацій та громадських організацій) із питаннями, що стосуються ведення бізнесу.
- Молоде покоління підприємців в цілому краще оцінили як поточне загальноекономічне середовище для ведення бізнесу, так і фінансово-економічну ситуацію власних підприємств, ніж інші підприємці.

Гендерний аспект підприємництва

- МСП під керівництвом жінок складають четвертину від усіх опитаних МСП.
- Частка жінок-керівників МСП зростає із зменшенням розміру МСП.
- Частки підприємств на чолі із жінками найбільші у секторах послуг та торгівлі.
- Брак попиту є основною перешкодою для підприємств обох категорій, але про цю проблему частіше повідомляють МСП, керівниками яких є жінки.
- Чоловіки, які є керівниками МСП, краще оцінюють свій рівень управлінських навичок, ніж жінки-керівники МСП, та висловлюють більшу готовність самостійно оплачувати консультації із розвитку бізнесу. Жінки-керівники МСП частіше від чоловіків читають професійну літературу та відвідують семінари для того, щоб підвищувати свою кваліфікацію як управлінців.
- МСП під керівництвом чоловіків частіше, ніж МСП під керівництвом жінок беруть на себе кредитні зобов'язання.
- МСП на чолі із чоловіками також частіше повідомляють про запровадження інновацій у діяльність підприємства, зокрема у виробництво нових продуктів чи надання нових послуг, про впровадження нових процесів у виробництві чи послугах, а також про використання нових методів управління підприємством.
- МСП, які очолюють жінки, частіше, ніж МСП, які очолюють чоловіки, користуються соціальними мережами як каналом для просування свого бізнесу. Натомість МСП на чолі з чоловіками більшою мірою користуються такими онлайн-інструментами як веб-сайт та Інтернет-майданчики.

Короткий огляд методології дослідження

Цілі дослідження

Щорічна оцінка ділового клімату (*ABCA, Annual Business Climate Assessment*) – це інструмент моніторингу та оцінки ділового клімату, виявлення бар'єрів на шляху розвитку малого та середнього бізнесу, формування переліку пріоритетних економічних, правових та регуляторних заходів (реформ) для покращення середовища ведення бізнесу в Україні.

Мета «Щорічної оцінки ділового клімату» полягає у виявленні бар'єрів на шляху розвитку малих та середніх підприємств, кількісному визначенні «ціни» дотримання регуляторних вимог для МСП, та отриманні достовірних даних для кількісної та якісної оцінки ділового клімату для МСП. Оцінка здійснюється на основі результатів комплексного соціологічного дослідження.

Перше комплексне соціологічне дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» було проведене у листопаді 2015 – січні 2016 року. Друга хвиля дослідження відбулася у листопаді 2016 – лютому 2017 року.

Об'єкт дослідження

Об'єктом дослідження є малі та середні підприємства зі статусом юридичної особи усіх регіонів України за виключенням АР Крим та м. Севастополя, а також фізичні особи-підприємці усіх регіонів України за виключенням АР Крим та м. Севастополя.

Предмет дослідження

Предметом дослідження є оцінки та очікування представників малих та середніх підприємств зі статусом юридичної особи та фізичних осіб-підприємців щодо ділового клімату та регуляторної політики держави.

Діловий клімат¹ визначається як сукупність факторів, що характеризують середовище діяльності бізнесу. Ними є правила та процедури ведення бізнесу, якість та ефективність функціонування інституцій, відносини між державою та бізнесом, між недержавними акторами та бізнесом, які описуються через очікування та оцінки представників малих та середніх підприємств.

Регуляторна політика визначається як правила та процедури ведення бізнесу, які включають наступне:

- процедури, пов'язані із започаткуванням підприємства;
- отримання дозволів, ліцензій, сертифікатів;
- податкове адміністрування;
- дотримання вимог законодавства при здійсненні імпорту та експорту.

Методи збору інформації

Комплексне соціологічне дослідження включає в себе засоби як кількісного, так і якісного збору даних, які характеризують діловий клімат, а саме:

- Опитування керівників/власників малих та середніх підприємств та фізичних осіб-підприємців;
- Фокус-групи з представниками бізнесу або/та бізнес-асоціацій;

¹ <http://www.businessdictionary.com/definition/business-climate.html#ixzz3IKOHOpV6>

- Глибинні інтерв'ю з представниками центральних та місцевих органів влади і місцевого самоврядування.

Вибірка дослідження

У 2016 році кількісне опитування було проведене на репрезентативній вибірці 1851 МСП, з них 527 – фізичні особи-підприємці та 1324 – підприємства-юридичні особи (запланована цільова вибірка – 1800 МСП, з яких 500 – фізичні особи-підприємці та 1300 – підприємства-юридичні особи)². Вибірка відображає фактичну структуру загальної сукупності МСП за регіонами, галузями та розміром підприємств.

Відбір МСП здійснювався у три етапи:

- На першому етапі підприємства були згруповані за трьома основними параметрами стратифікації: розмір підприємства (кількість працівників), сфера економічної діяльності та регіон. Групування фізичних осіб-підприємців здійснено на основі регіонального розподілу.
- На другому етапі здійснювалося включення МСП до вибірки на підставі критеріїв, що визначають цільову сукупність. Додатково, через необхідність достатньої кількості даних для регіонів-партнерів Програми, для Вінницької, Київської, Львівської, Тернопільської та Херсонської областей було підвищено квоту МСП у вибірці. У всіх п'яти областях було проведено більше, ніж 75 інтерв'ю.
- На третьому етапі здійснювався випадковий відбір потрібної кількості підприємств та фізичних осіб-підприємців в межах кожної групи відповідно до її розміру.

У цьому звіті порівнюються результати першої та другої хвиль кількісного опитування. Перша хвиля опитування тривала з листопада 2015 року до січня 2016 року. У 2015-2016 році було опитано 1827 малих та середніх підприємств, з них 502 фізичних осіб-підприємців та 1325 підприємств-юридичних осіб. Квоту МСП було підвищено для Вінницької, Дніпропетровської, Львівської, Тернопільської та Херсонської областей.

Методи узагальнення інформації

1. Статистичний аналіз соціологічних даних
2. Побудова індексів та агрегованих показників (confidence/composite indicators)
3. Розрахунок «ціни» дотримання регуляторного законодавства

Основні дані щодо дослідження подані у Таблиці 1.

Таблиця 1. Основні факти про дослідження

Метод	Соціологічне опитування
Географія	Усі області України, за виключенням АР Крим та м. Севастополь
Досліджувана сукупність	1 974 439
Вибірка	1851, з них 1324 – підприємства, 527 – фізичні особи-підприємці
Респонденти	Представники вищої управлінської ланки підприємства (директор, заступник директора, головний бухгалтер) або власник
Анкета	146 питань
Період, за який проводилося дослідження	2016 рік
Терміни виконання польового етапу дослідження	Листопад 2016 - лютий 2017 року

² Побудова вибірки базувалася на даних Державної служби статистики України станом на 01.01.2016 року (загальна кількість суб'єктів господарювання становила 1 974 439 одиниць).

Метод	Фокус-група
Географія	Вінницька, Київська, Львівська, Тернопільська, Херсонська області та місто Київ
Кількість	10 фокус-груп
Респонденти	Представники бізнесу або/та бізнес-асоціацій
Тривалість обговорення	До двох годин
Теми	Тіньова економіка як фактор конкуренції у секторі МСБ, оцінка компетентності місцевих органів влади для проведення політики у сфері МСБ, покращення якості бізнес-процесів на підприємствах, інновації, навички персоналу, податкова система, ставлення бізнесу до держави, довіра, просування експорту, молодіжне підприємництво, перешкоди для зростання молодіжного бізнесу, підприємництво як можливість для зайнятості ветеранів АТО, імідж підприємця, олігархічна економіка
Метод	Глибинні інтерв'ю
Географія	Усі області України, за виключенням АР Крим та м. Севастополь
Кількість	84 глибинних інтерв'ю, в кожному регіоні проведено не менше 3-х інтерв'ю. 6 інтерв'ю з представниками центральних органів влади в Києві
Респонденти	Представники центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, представники бізнес-асоціацій
Гайд	35 питань
Середня тривалість інтерв'ю	40 хвилин

Значення термінів, використаних у цьому звіті

Бізнес (підприємництво) – діяльність суб'єктів господарювання (підприємств та приватних підприємців) з метою отримання прибутку або іншої вигоди, здійснювана у спосіб, встановлений законодавством. У дослідженні термін стосується підприємств і приватних підприємців.

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (гігієнічний/санітарний висновок) засвідчує відповідність (невідповідність) об'єкта державної санітарно-епідеміологічної експертизи медичним вимогам безпеки для здоров'я і життя людини, затверджується відповідним головним державним санітарним лікарем і є обов'язковим для виконання власником об'єкта експертизи.

Добровільні внески – платежі, що сплачуються підприємцями до різноманітних фондів готівкою, продукцією, або послугами. Включають в себе передплату періодичних видань. Ці платежі є законними, однак, мотивація їх сплачувати часто, якщо не завжди, пов'язана з прямими чи опосередкованими пропозиціями від регуляторних відомств. В межах даного дослідження добровільні внески розглядаються як хабарі.

Ліцензія – документ, що надається органом ліцензування на право здійснення суб'єктом господарювання певного виду господарської діяльності, яка підлягає ліцензуванню.

МСП – суб'єкт підприємницької діяльності – мале або середнє підприємство (кількість працюючих – до 250 осіб). Цей термін включає як юридичних осіб, так і фізичних осіб-підприємців. В тексті звіту термін "підприємство" є синонімом МСП.

Неофіційні платежі – це хабарі, сплачені готівкою, продукцією чи послугами тим чи іншим державним службовцям. Дані, отримані по цьому індикатору у більшості випадків є нижчими від фактичної кількості неофіційних платежів. Цінність цього індикатора полягає здебільшого у порівняльному аналізі. В межах даного дослідження неофіційні платежі розглядаються як хабарі.

Офіційні платежі – платежі, що сплачуються до бюджету і є узаконеними відповідними законодавчими актами. До цієї категорії також належать штрафи.

Приватний підприємець – суб'єкт підприємницької діяльності – фізична особа-підприємець (ФОП).

Платежі за проведення експертизи – це офіційні платежі, сплачені третій стороні за проведення незалежного аналізу й експертизи. Найчастіше використовуються в системах дозволів та ліцензування. У деяких випадках незалежна експертиза вимагається законодавством або умовами ліцензування.

Платежі юристам – це офіційні добровільні платежі, сплачувані юристам або посередникам за юридичну допомогу чи сприяння у проходженні регуляторної процедури. Не виключено, що якусь частину цих платежів посередники сплачують урядовцям як неофіційні платежі.

Покриття регуляторною процедурою - відсоток компаній, що визнали принаймні один випадок розповсюдження на них дії регуляторного акту за рік (отримували ліцензію, дозвіл, перевірялися державним органом/службою тощо). Покриття є важливим індикатором масштабу регулювання державою підприємницької діяльності.

Сертифікат відповідності - документ, що підтверджує виконання визначених вимог, які стосуються об'єкта оцінки відповідності. Для підтвердження факту відповідності може використовуватися як декларація виробника, так і оцінка «третьою стороною» - із залученням відповідних органів з оцінки відповідності.

Часовий податок – це відсоток часу, який керівництво підприємства (директор, заступник директора, головний бухгалтер) витрачає на спілкування з державними службовцями, намагаючись виконати вимоги тих чи інших регулювань. «Часовий податок» є одним з найбільш широковживаних загальних індикаторів стану регуляторного клімату.

1. Діловий клімат: зміна оцінок та нові очікування

1.1 Індекс ділового клімату: визначення та композиція

Реформи, що проводяться в останні три роки в Україні, спрямовані на масштабні інституційні зміни. Створення сприятливого середовища для ведення бізнесу та розвитку малого й середнього підприємництва знаходиться серед ключових пріоритетів українського Уряду. Важливим показником успіху реформ, як і будь-яких заходів публічної політики, є «зворотний зв'язок» із тими, на кого безпосередньо спрямовані зміни. Зокрема, для того, щоб з'ясувати, чи змінилося і як саме змінилося середовище для ведення бізнесу та розвитку малого й середнього підприємництва, треба отримати думку з цих питань тих, хто в цьому середовищі безпосередньо працює, – представників малого та середнього підприємництва. Саме для вирішення такого завдання експертами Інституту економічних досліджень та політичних консультацій для проведення «Щорічної оцінки ділового клімату» в рамках Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні» був розроблений спеціальний інтегральний показник – Індекс ділового клімату, який дозволяє оцінити настрої та очікування представників малого та середнього бізнесу. Індекс ділового клімату розроблено, виходячи з методики «досліджень економічних тенденцій» (англійською мовою Business Tendency Survey), широко відомого у світі інструменту оцінки економічної кон'юнктури та умов діяльності через оцінки безпосередніх учасників ділової активності – «економічних агентів» – підприємств та підприємців³.

Індекс ділового клімату – це агрегований показник, який складається з чотирьох субіндексів :

1. Індекс ділового середовища (короткостроковий) – вимірює оцінки та прогнози щодо короткострокових змін середовища для ведення бізнесу (протягом шести місяців), складається з двох показників оцінки поточного середовища та очікуваних змін ділового середовища;
2. Індекс ділової активності (короткостроковий) – вимірює оцінки та прогнози щодо змін фінансово-економічної ситуації на підприємствах протягом наступних шести місяців, складається з двох показників оцінки поточної фінансово-економічної ситуації на підприємстві та очікуваних змін фінансово-економічної ситуації за результатами роботи підприємства в наступні шість місяців;
3. Індекс ділової активності (довгостроковий) – вимірює потенціал до зростання ділової активності підприємств у перспективі двох років, складається з двох показників оцінки змін ділової активності підприємства за останні два роки та очікуваних змін ділової активності в наступні два роки;
4. Індекс змін регуляторного середовища – вимірює оцінку підприємствами змін у регуляторних процедурах, що відбулися за останні 2 роки, та складається з дев'яти регуляторних процедур, із якими стикається більшість підприємств у країні.

Індекс ділового клімату та його складові вимірюються за шкалою від -1 до +1. Значення -1 означає «дуже погано», значення +1 означає «дуже добре». Усі індекси рахуються за єдиною методологією. Ми зараховуємо відповіді як +1, коли МСП відповіло, що показник збільшився; 0, якщо він не змінився, і -1, якщо зменшився. Наприклад, якщо із 100 МСП 20 вказали на покращення ділового клімату, 50 МСП зазначили погіршення і 30 вказали, що все залишилося без змін, то відповідне значення індексу буде 0,30. Усі від'ємні значення індексу та субіндексів означають, що негативні оцінки або очікування домінують над позитивними, усі додатні значення індексу та субіндексів означають, що

³ OECD (2003): Business Tendency Surveys: A Handbook

Детальніше про Business Tendency Survey англійською мовою можна прочитати тут: <https://www.ciret.org/> або <https://stats.oecd.org/mei/default.asp?lang=e&subject=6>, українською мовою http://www.ier.com.ua/ua/proekt_dilova_dumka

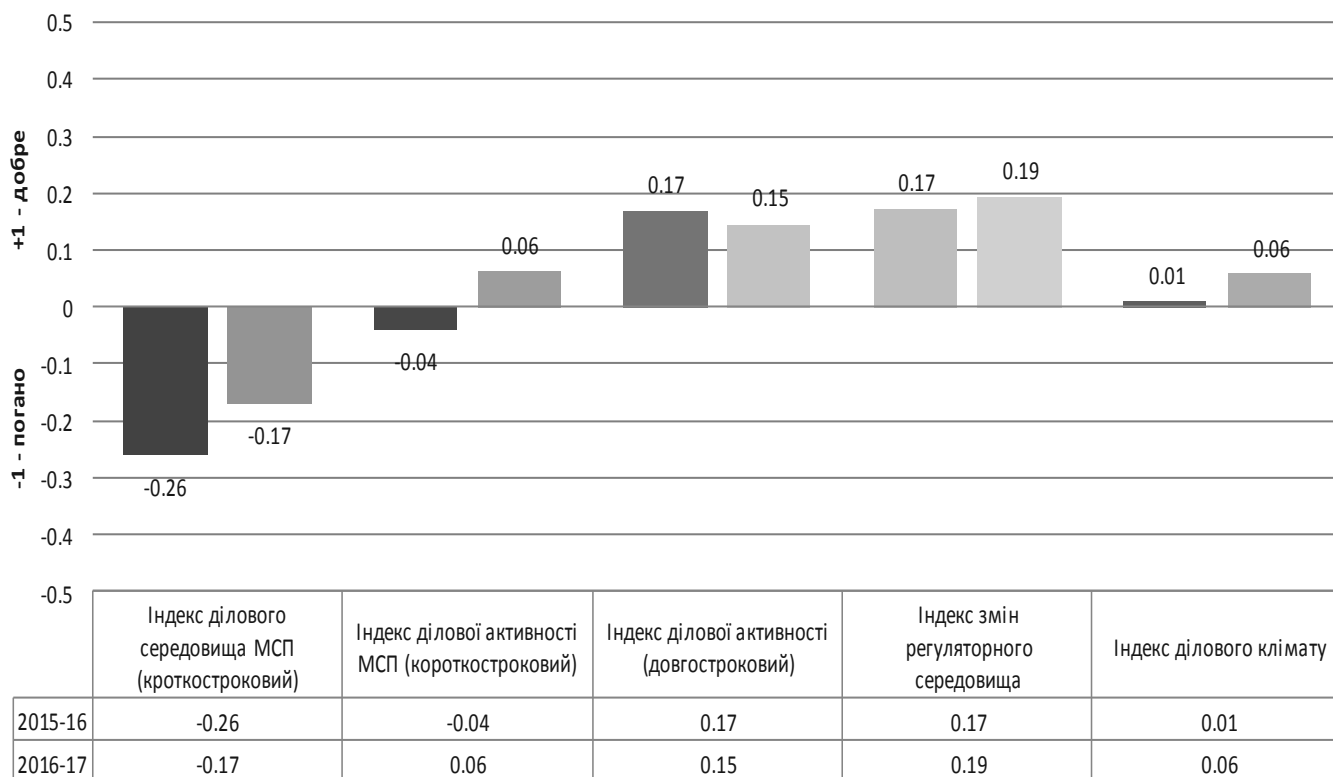
позитивні оцінки та очікування домінують над негативними. Кожний індекс більший за +0,05 або менший за -0,05 є статистично значущим і відрізняється від нуля з імовірністю помилки 5%. Значення індексів від -1 до -0,05 включно свідчать про негативні тенденції, значення від +0,05 до +1 вказують на позитивні тенденції, значення менші -0,05 та більші нуля є умовно негативними, значення більші нуля та менші +0,05 є умовно позитивними.

1.2 Аналіз індексу ділового клімату та його складових

За результатами «Щорічної оцінки ділового клімату» для 2016 року, значення Індексу ділового клімату зросло на 5 процентних пунктів до 0,06 з 0,01 в 2015 році. Три із чотирьох субіндексів, які складають індекс ділового клімату, у 2016 році мають додатне значення. Це індекс ділової активності (короткостроковий) (+0,06), індекс ділової активності (довгостроковий) (+0,15) та індекс змін регуляторного середовища (+0,19). Індекс ділового середовища (короткостроковий) має від'ємне значення (-0,17).

Зростання індексу ділового клімату відбулося за рахунок покращення значення трьох із чотирьох його складових. Найбільшим внесок в зростання індексу зробило покращення індексу ділової активності (короткострокового) на 10 відсоткових пунктів, яке відбулося зі зміною знаку з від'ємного до додатній. Загалом значення цього індексу зросло з -0,04 до +0,06, що засвідчило про зміну тенденції з умовно-негативної до позитивної -- українські МСП потроху почали планувати зростання вже зараз. На 9 процентних пунктів зріс індекс ділового середовища (короткостроковий): у 2015 році він дорівнював -0,26, а у 2016 році підвищився до -0,17. Хоча цей показник залишився від'ємним, що свідчить про незадовільну якість ділового середовища, однак спостерігаємо тенденції до зменшення негативу. Зростання індексу змін регуляторного середовища на два процентних пункту з +0,17 у 2015 році до +0,19 у 2016 році також додало до зростання загального індексу ділового клімату. Індекс ділової активності (довгостроковий) несуттєво зменшився: із +0,17 у 2015 до +0,15 у 2016 році, що дещо стримало зростання загального індексу.

Рис. 2. Індекс ділового клімату МСП та його складові (2015 та 2016 роки)



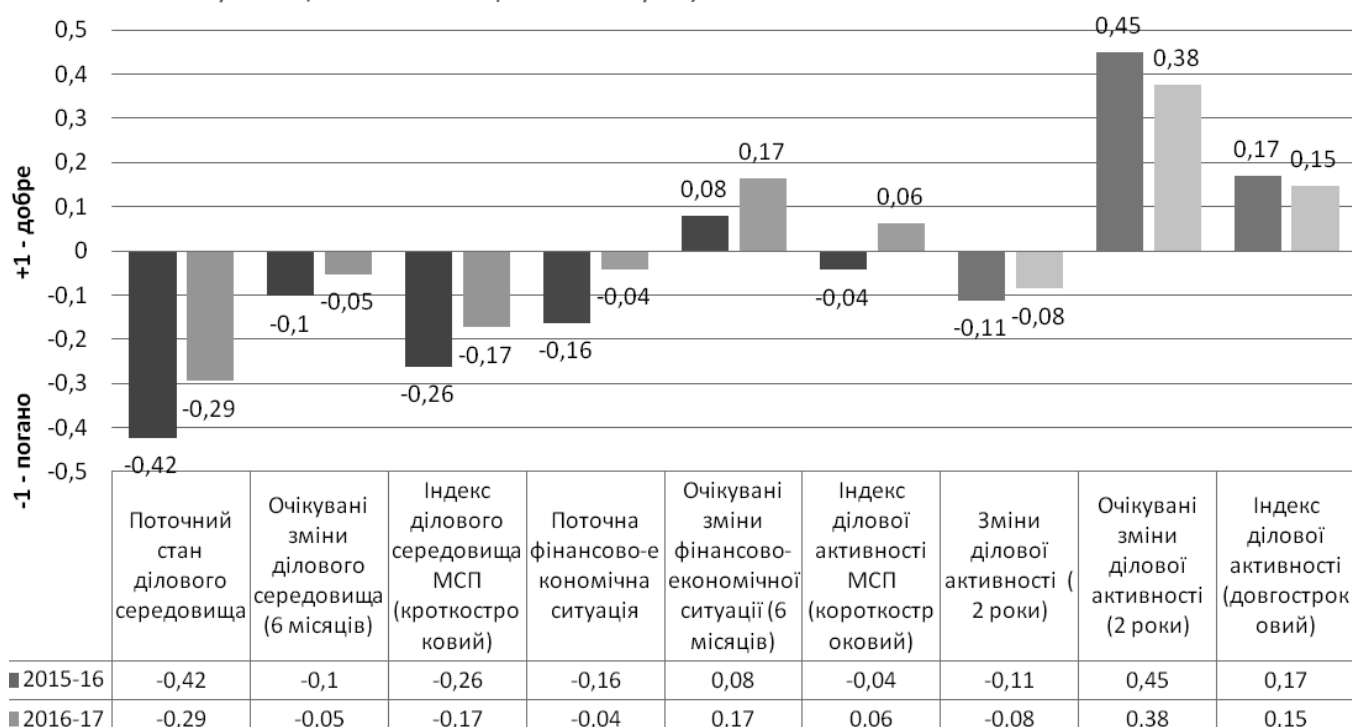
Аналіз складових індексу ділового клімату показує, що хоча умови ведення бізнесу все ще залишаються несприятливими, порівняно з 2015 роком ситуація покращилась. Додатні значення індексів ділової активності (короткострокового та довгострокового) свідчать про те, що сектор МСП, переживши найбільш несприятливі та нестабільні часи протягом декількох минулих років, планує поживавлення ділової активності. Цьому безперечно сприятиме краще регуляторне середовище, позитивні зміни якого відмічаються МСП протягом поспіль двох років опитувань.

Водночас, певне занепокоєння викликає зменшення темпів зростання показника, що характеризує ділову активність в довгостроковій перспективі. Поки це зменшення несуттєве, лише на два пункти, але слід звернути увагу, що зменшення темпів зростання довгострокових очікувань може свідчити, як про відсутність бажаного покращення умов діяльності, так й про досягнення на сьогоднішній момент сектором МСП максимуму потенціалу до зростання та розвитку. Обидві причини потребують детальної оцінки та невідкладних заходів з боку Уряду.

Активні кроки з боку Уряду для подальшого покращення регуляторного середовища, збільшення передбачуваності економічної політики, прозорість прийняття рішень з урахуванням позицій усіх зацікавлених сторін та відкритість до спільних дій влади та бізнесу щодо покращення умов діяльності стануть потужним позитивним сигналом для бізнесу і дадуть поштовх для зростання ділової активності в країні

В наступних розділах ми зупинимося детально на аналізі кожного з субіндексів.

Рис. 3. Індекси: ділове середовище та активність (2015 та 2016 роки)



1.2.1 Індекс ділового середовища (короткостроковий)

Значення ІНДЕКСУ ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА (КОРОТКОСТРОКОВИЙ) збільшившись з -0,26 в 2015 році до -0,17 в 2016 році, залишається від'ємним та свідчить, що якість ділового середовища поки не задовольняє українські МСП. Від'ємне значення ІНДЕКСУ ДІЛОВОГО СЕРЕДОВИЩА (КОРОТКОСТРОКОВОГО) у 2016 році зумовлене як низькими оцінками поточного стану ділового середовища (значення відповідного індексу становить -0,29), так й умовно-негативні очікування змін ділового середовища на найближчий час (індекс очікуваних змін ділового середовища на наступні шість місяців

дорівнює -0,05). Однак порівняно із 2015 роком значення обох індексів зросли. Особливо помітні зміни індексу поточного стану ділового середовища, який у 2015 році дорівнював -0,42 та зріз відповідно на 13 відсоткових пунктів. Це означає, що умови ведення діяльності поступово покращуються. За умови збереження пріоритетів державної політики на покращення ділового клімату на фоні поживавлення темпів інституційних реформ та подальшого укріплення макроекономічної й фінансової стабільності держави, оцінки ділового середовища з боку МСП можуть стати нейтральними або умовно позитивними вже протягом наступних двох років.

1.2.2 Індекс ділової активності (короткостроковий)

Індекс ділової активності (короткостроковий) зріс на 10 відсоткових пунктів у порівнянні з 2015 роком (-0,04) і становив у 2016 році 0,06. Це відбулося завдяки покращенню оцінок поточної фінансово-економічної ситуації МСП. Значення індексу оцінки поточної фінансово-економічної ситуації зросло на 12 відсоткових пунктів з -0,16 до -0,04, хоча й залишиться поки від'ємним. Очікування на найближчі півроку також стали більш позитивними: індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації на шість наступних місяців збільшився на 9 відсоткових пунктів із +0,08 у 2015 році до +0,17 у 2016 році. Це вказує на плани бізнесу відновлювати розвиток та зростання вже зараз, користуючись можливостями як ринку, які доступні на цей момент, так й умовами діяльності, які поступово покращуються.

Зауважимо, що суттєве підвищення значення індексу очікуваних змін фінансово-економічної ситуації (короткострокового), на нашу думку, свідчить, що діловий оптимізм, висловлений підприємствами у 2015 році на перспективу двох наступних років, почав давати результати у 2016 році. Позитивні плани щодо розширення діяльності в дворічній перспективі, які були зафіксовані у першій хвилі опитування в 2015 році, обернулися позитивними оцінками та планами вже в короткостроковій перспективі у другій хвилі опитування в 2016 році.

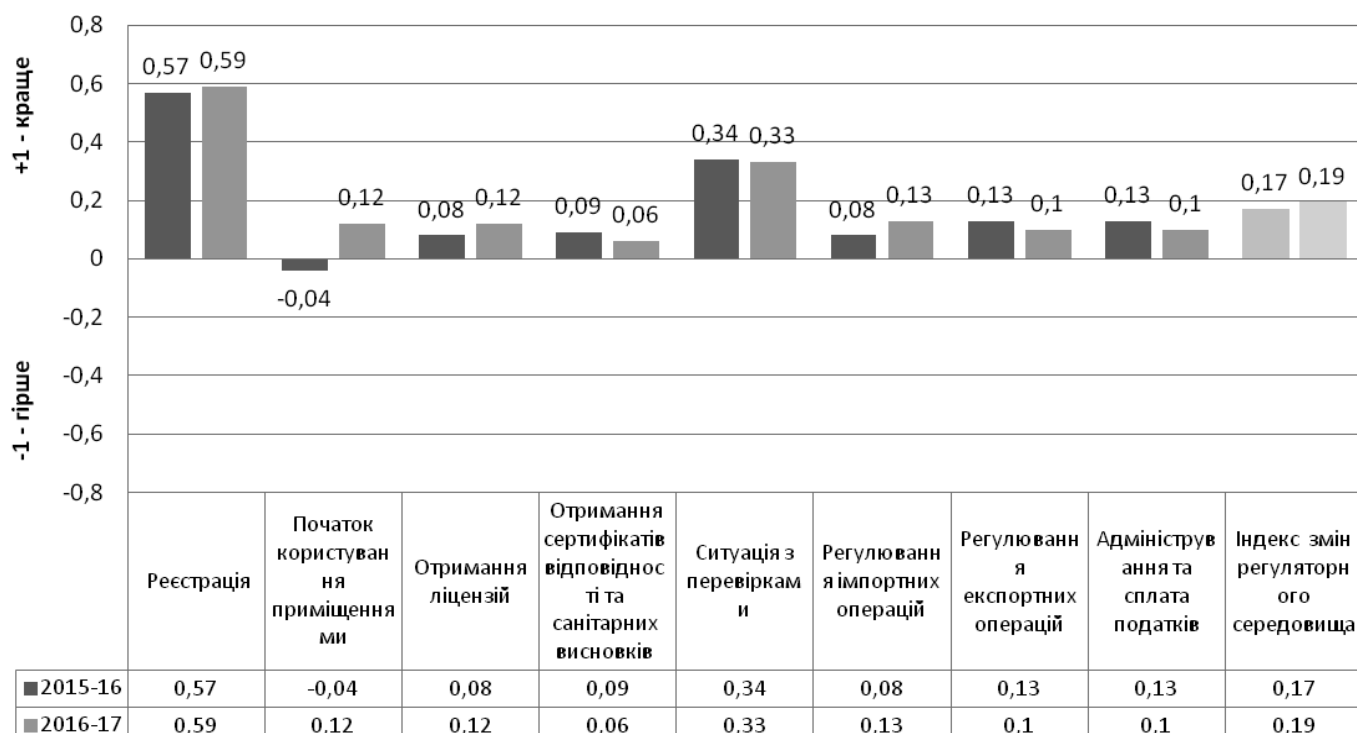
1.2.3 Індекс ділової активності (довгостроковий)

Значення індексу ділової активності (довгострокового) зменшилось в 2016 на два відсоткові пункти до +0,15 порівняно із +0,17 у 2015 році. Це відбулося за рахунок зменшення темпів зростання оптимізму МСП щодо розвитку в довгостроковій перспективі. Значення відповідного індексу зменшилось з +0,45 у 2015 до +0,38 у 2016. Однак, оптимізм МСП залишається вагомим фактором. Зазначимо, що навіть попри зменшення, значення цього індексу найвище, з поміж інших базових індексів. Зі свого боку, зменшення темпів скорочення ділової активності за останні два роки (значення відповідного індексу зросло з -0,11 до -0,08) в результаті «амортизувало» динаміку змін значення індексу ділової активності (довгострокового).

1.2.4 Індекс змін регуляторного середовища

Значення індексу змін регуляторного середовища збільшилось із +0,17 у 2015 році до +0,19 у 2016 році. Відмітимо, що найбільш суттєве зростання було зафіксовано для процедури «початок користування приміщенням». Тут значення індексу одночасно зросло на 16 відсоткових пунктів та змінило знак з від'ємного на додатний – тобто частка тих хто вважає, що за останні два-три роки ситуація в цій сфері регулювання покращилась, переважає тих, хто має протилежну думку, на 12 відсотків.

Рис. 4. Складові індексу регуляторного середовища (2015 та 2016 роки)



Найбільш позитивно були оцінені зміни у процедурі реєстрації бізнесу – значення відповідного індексу є найвищим та дорівнює 0,59. Це стало продовженням позитивної тенденції з 2015 року, коли більшість опитаних також відмічали зміни на краще при реєстрації.

Також позитивні оцінки другий рік поспіль переважають у ситуації з перевітками. Цьому очевидно посприяло продовження мораторію на планові перевірки бізнесу та законодавче врегулювання порядку проведення перевірок, здійснене наприкінці 2016 року.

Щодо інших складових цього індексу не було зафіксовано вагомих змін. Дещо покращилась оцінка МСП таких регуляторних процедур, як отримання ліцензій та регулювання імпорту операцій, тоді як оцінки процедур отримання сертифікатів відповідності та санітарних висновків, регулювання експортних операцій та адміністрування і сплати податків незначно погіршились (детальніше дивись розділ 1.1.5. Індекс змін регуляторного середовища).

1.3 Ділове середовище: оцінки та очікування в короткостроковій перспективі

1.3.1 Оцінка стану ділового середовища

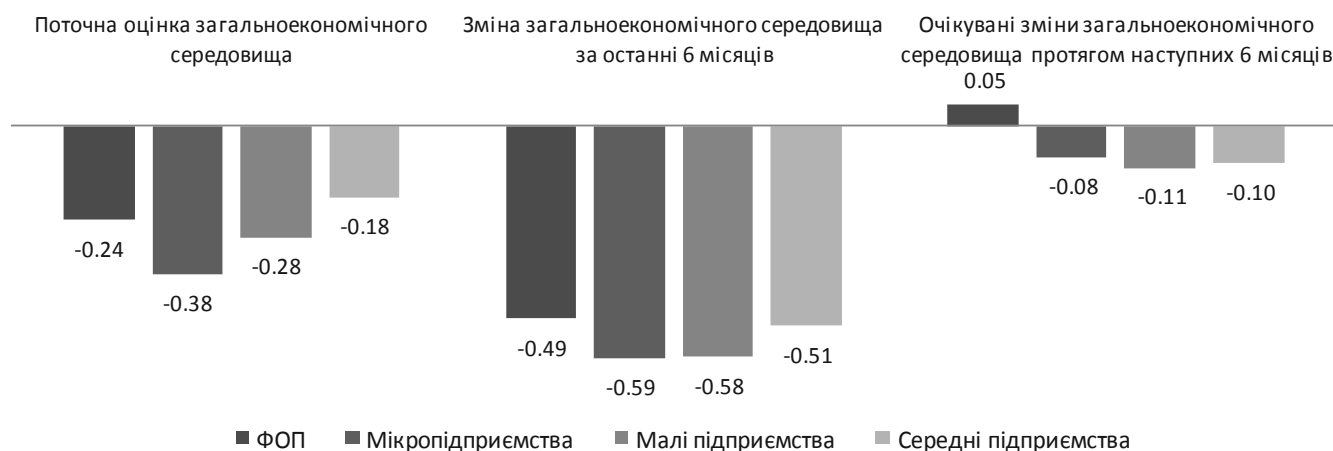
Індекс оцінки поточного стану ділового середовища у 2016 році дорівнює -0,29⁴. Це означає, що серед МСП переважають негативні оцінки ділового середовища. Проте порівняно із 2015 роком оцінки ділового середовища покращились: у 2015 році відповідний індекс дорівнював -0,42.

У 2016 році зменшилась частка МСП, які оцінюють ділове середовище як несприятливе. Так, за результатами опитування 2016 року, 39,1% МСП вважають, що поточне ділове середовище є несприятливим, тоді як у 2015 році

⁴ Індекс оцінки обчислюється як різниця між часткою позитивних та негативних оцінок, переведених у формат від -1 до 1, де негативні оцінки відповідають -1, а позитивні – одиниці.

таких було 48,5%. Половина МСП (51%) оцінили ділове середовище як задовільне (у 2015 році їх було 45,2%). 9,9% МСП (порівняно із 6,4% у 2015 році) вважають ділове середовище сприятливим.

Рис. 5. Оцінка ділового (загальноекономічного) середовища МСП різних розмірів та організаційно-правових форм, індекс



Як і в першій хвилі опитування, існує різниця між оцінками ділового середовища фізичними та юридичними особами. Фізичні особи-підприємці (ФОП) краще оцінюють поточне ділове середовище, ніж підприємства-юридичні особи: для ФОП індекс оцінки ділового середовища дорівнює -0,24, а для юридичних осіб – -0,31.

Існує статистично значуща різниця між тим, як оцінюють ділове середовище підприємства-юридичні особи різних розмірів. Зокрема, оцінки ділового середовища покращуються зі збільшенням розміру підприємства. Якщо для мікропідприємств індекс оцінки ділового середовища становить -0,38, то для малих підприємств він дорівнює -0,28, а для середніх – його значення підвищується до -0,18. Варто зазначити, що вище значення індексу не означає збільшення позитивних оцінок: це відбувається через зменшення частки негативних оцінок ділового середовища та збільшення частки нейтральних.

1.3.2 Динаміка змін ділового середовища

При оцінці змін ділового середовища за останні шість місяців респонденти, переважно, повідомляють про те, що ділове середовище погіршилось. Так, 61,9% МСП відзначили погіршення ділового середовища у 2016 році, а 30,7% констатували його незмінність і лише 7,4% – покращення. Відповідний індекс змін ділового середовища дорівнює -0,55. Для порівняння, у 2015 році 56,6% опитаних повідомляли про погіршення ділового середовища за останні шість місяців, для 36,1% ділове середовище не змінилось, а для 7,3% – покращилось. Значення індексу змін ділового середовища у 2015 році також було від'ємним, але вищим: -0,49.

Для підприємств-юридичних осіб ділове середовище погіршилось більшою мірою, ніж для фізичних осіб-підприємців. Для ФОП індекс змін ділового середовища дорівнює -0,49, а для юридичних осіб – -0,57. Різниця між цими категоріями статистично значуща. Мікропідприємства та малі підприємства, які є юридичними особами, практично не відрізняються в оцінці змін ділового середовища: для перших відповідний індекс змін становить -0,59, а для останніх – -0,58. Для середніх підприємств-юридичних осіб значення індексу змін ділового середовища є дещо вищим і становить -0,51.

1.3.3 Очікувані зміни ділового середовища

Очікування респондентів щодо змін ділового середовища на найближчі шість місяців кращі, ніж поточні оцінки, хоча і тут частка песимістичних очікувань дещо переважає частку оптимістичних. Частка МСП, які очікують покращення

ділового середовища, зросла і становить у 2016 році 34,4% (у 2015 році цей показник складав 28,7%). 26,3% опитаних вважають, що ділове середовище протягом наступних півроку не зміниться (у 2015 році відповідна частка становила 32,6%). 39,3% МСП вважають, що ділове середовище погіршиться найближчим часом (у 2015 році песимістичні очікування мали 38,7%).

Відповідно, індекс очікуваних змін ділового середовища складає -0,05. Це значення більше порівняно із 2015 роком, коли він дорівнював -0,1.

Існує статистично значуща різниця між очікуваннями ФОП та підприємств-юридичних осіб щодо змін ділового середовища протягом найближчих шести місяців. Відповідний індекс очікуваних змін становить +0,05 для фізичних осіб-підприємців і -0,09 для юридичних осіб. Підприємства-юридичні особи різного розміру практично не відрізняються у своїх очікуваннях щодо змін ділового середовища. Для мікропідприємств індекс очікуваних змін ділового середовища становить -0,08, для малих підприємств він дорівнює -0,11, а для середніх – знаходиться на рівні -0,1.

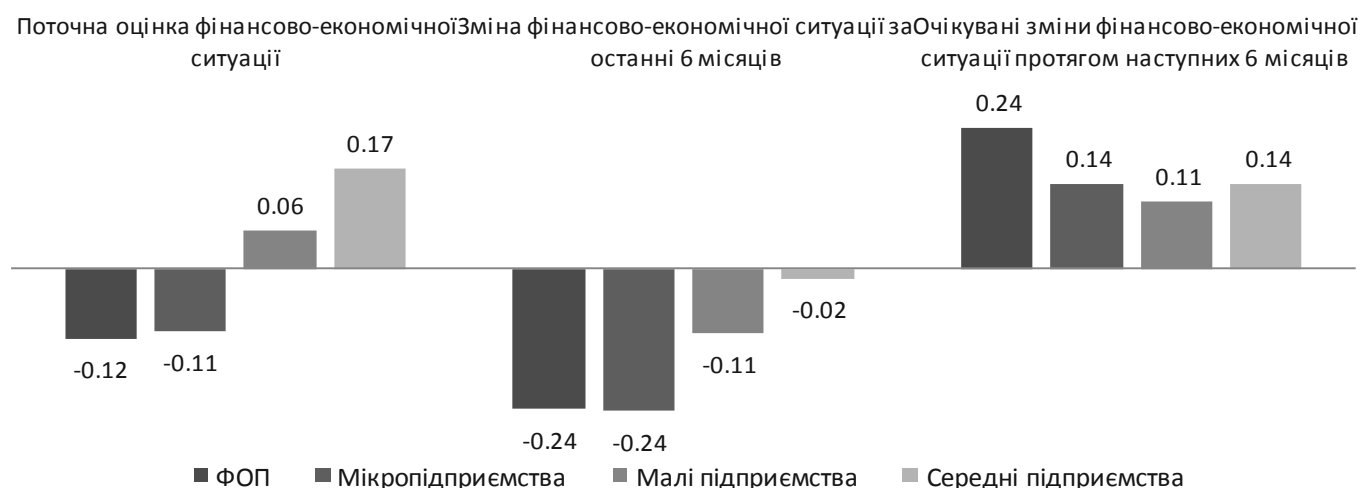
1.4 Ділова активність: оцінки та очікування в короткостроковій перспективі

1.4.1 Оцінка фінансово-економічної ситуації на підприємстві

Більше половини опитаних представників МСП (59,6%) оцінили поточну фінансово-економічну ситуацію на підприємстві як задовільну. Серед решти МСП негативних оцінок було дещо більше (22,2%), ніж позитивних (18,3%). В результаті значення індексу оцінки фінансово-економічної ситуації є від'ємним і становить -0,04. Це вище, ніж значення відповідного індексу у 2015 році – тоді він дорівнював -0,16. У 2015 році 56,2% опитаних оцінили фінансово-економічну ситуацію свого підприємства задовільно, 30% – вважали її поганою, а 13,7% – доброю.

При цьому у 2016 році фізичні особи-підприємці оцінюють фінансово-економічну ситуацію свого бізнесу гірше, ніж підприємства-юридичні особи. Якщо для ФОП відповідний індекс оцінки фінансово-економічної ситуації дорівнює -0,12, то для юридичних осіб він знаходиться майже на рівні нуля: -0,01. Різниця між цими значеннями статистично значуща.

Рис. 6. Оцінка фінансово-економічної ситуації для МСП різних розмірів та організаційно-правових форм, індекс



У свою чергу, між підприємствами-юридичними особами різних розмірів також існує статистично значуща різниця в оцінках поточної фінансово-економічної ситуації. Із збільшенням розміру підприємства ці оцінки покращуються.

Зокрема, для мікропідприємств індекс оцінки фінансово-економічної ситуації становить -0,11, для малих підприємств його значення зростає до +0,06, а для середніх – до +0,17.

1.4.2 Динаміка фінансово-економічної ситуації на підприємстві

Практично половина МСП (48,5%) повідомили, що їхня фінансово-економічна ситуація не змінилася протягом останніх шести місяців. Водночас майже для кожного третього підприємства (34,5%) вона погіршилася. Лише 16,5% опитаних повідомили, що фінансово-економічна ситуація їхнього підприємства покращилася. Через це значення індексу змін фінансово-економічної ситуації на підприємстві дорівнює -0,18. Це краще, ніж було за результатами першої хвили опитування. Так, у 2015 році 45,4% опитаних підприємств не відмітили змін у фінансово-економічній ситуації свого бізнесу, 39% повідомили про її погіршення і лише 15,6% – про покращення. Значення відповідного індексу у 2015 році становило -0,23.

Між фізичними особами-підприємцями та підприємствами-юридичними особами існує статистично значуща різниця в оцінці нещодавніх змін фінансово-економічної ситуації. Для ФОП ці зміни були гіршими: індекс змін фінансово-економічної ситуації на підприємстві для них дорівнює -0,24, тоді як для юридичних осіб він становить -0,16. До того ж, із зростанням розміру підприємств оцінки змін фінансово-економічного становища стають кращими. Так, для мікропідприємств відповідний індекс дорівнює -0,24, для малих – -0,11, а для середніх підприємств – -0,02.

1.4.3 Очікувані зміни фінансово-економічної ситуації

Очікування МСП щодо змін фінансово-економічної ситуації на наступні шість місяців кращі, ніж оцінки її поточного стану та нещодавніх змін. Частка підприємств, представники яких вважають, що їхнє фінансово-економічне становище покращиться протягом найближчих півроку (40,6%), більша за частку тих, у яких очікують його погіршення, (24,1%). Решта МСП (35,3%) не очікують змін фінансово-економічного становища на своєму підприємстві у короткостроковій перспективі. У результаті цього індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації має додатне значення: +0,17. Цей індекс помітно зріс порівняно із 2015 роком, коли його значення було +0,08. У попередньому опитуванні 38,3% МСП вважали, що їхня фінансово-економічна ситуація не зміниться протягом наступних шести місяців, частка МСП, які очікували покращення свого становища, становила 34,7%, а тих, що очікували його погіршення – 27%.

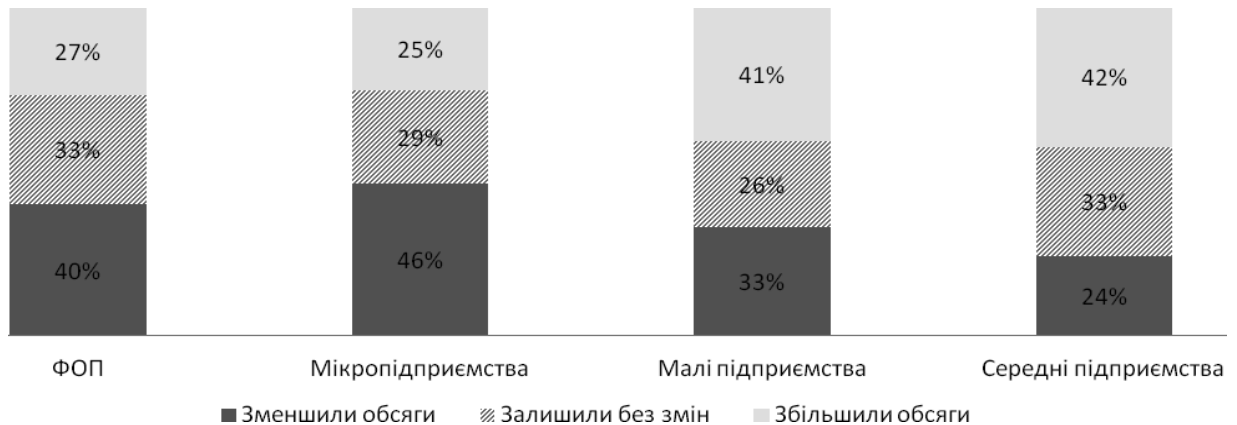
Між фізичними особами-підприємцями та юридичними особами існує статистично значуща різниця в очікуваннях щодо змін фінансово-економічної ситуації свого бізнесу. ФОП висловили більш оптимістичні очікування: для них відповідний індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації дорівнює +0,24, а для юридичних осіб – +0,14. Між підприємствами-юридичними особами різних розмірів практично немає різниці щодо очікуваних змін фінансово-економічної ситуації: для мікро- та середніх підприємств відповідний індекс становить +0,14, а для малих підприємств – +0,11.

1.5 Ділова активність у довгостроковій перспективі: результати та плани

1.5.1 Зміни ділової активності за останні два роки

Індекс змін ділової активності за останні два роки дорівнює -0,08. Це означає, що частка МСП, які зменшили обсяги діяльності (виробництва, надання послуг, торгівлі) за останні два роки, дещо перевищує частку тих, що їх збільшили. Значення індексу незначно збільшилося порівняно із першою хвилею опитування: у 2015 році він дорівнював -0,11.

Рис. 7. Зміна обсягів діяльності МСП різних розмірів та організаційно-правових форм за останні два роки, % опитаних



У 2016 році 39,1% опитаних МСП повідомили, що діяльність їхнього підприємства скоротилася за останні два роки. Це майже стільки ж, скільки повідомляли про скорочення ділової активності у 2015 році (40,5% МСП). За цей час 30,7% МСП розширили свою діяльність, а для 30,2% ділова активність залишилася незмінною. Ці значення близькі до відповідних значень 2015 року, коли 29,5% МСП відмітили збільшення обсягів діяльності, а 30% не зафіксували змін у діловій активності.

Значний відсоток МСП, які скоротили свою діяльність за два останні роки, вказує на складні умови для ведення бізнесу в державі, зокрема на негативний вплив окупації та військових дій на території України, несприятливої економічної кон'юнктури, обтяжливих податкових та регуляторних умов тощо. Однак те, що більш ніж половина МСП не змінили або навіть збільшили обсяги діяльності, свідчить про те, що бізнес знаходить способи пристосовуватися до викликів зовнішнього середовища.

Це особливо стосується малих та середніх підприємств, які є юридичними особами: вони більшою мірою змогли розширити свої обсяги діяльності, ніж фізичні особи-підприємці та мікропідприємства, які є юридичними особами.

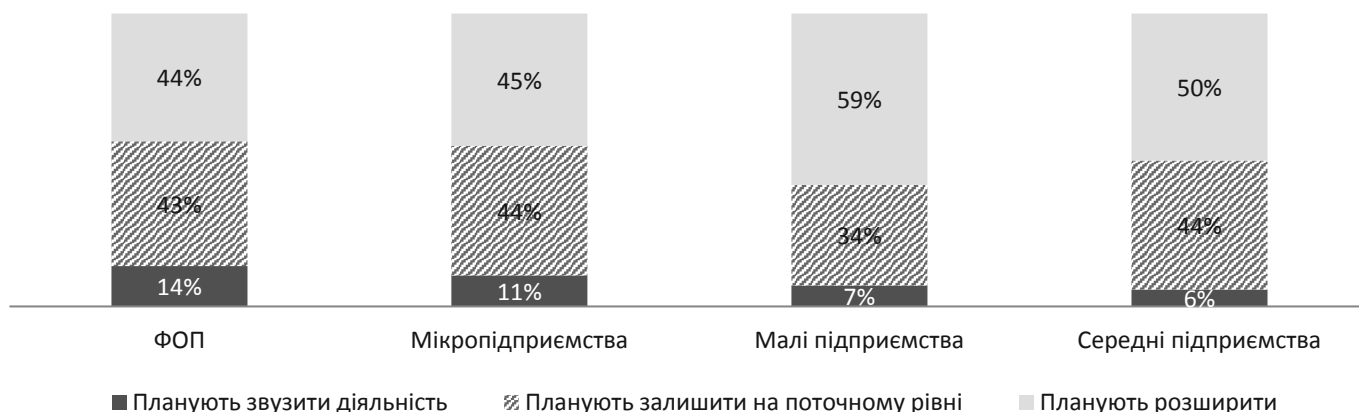
Так, між фізичними особами-підприємцями та мікропідприємствами, які є юридичними особами, з одного боку, та юридичними особами малого та середнього розміру, з іншого, спостерігається статистично значуща різниця у зміні обсягів діяльності протягом останніх двох років. 27% фізичних осіб-підприємців та 25% мікропідприємств-юридичних осіб повідомили, що збільшили обсяги виробництва протягом останніх двох років, тоді як 40% ФОП та 46% мікропідприємств-юридичних осіб їх зменшили. Відповідний індекс змін ділової активності за останні два роки дорівнює -0,14 для ФОП та -0,21 для мікропідприємств, які є юридичними особами.

Натомість 41% малих та 42% середніх підприємств, які є юридичними особами, збільшили обсяги виробництва або надання послуг за попередні два роки. Частка МСП, які зменшили обсяги діяльності, становить 33% для малих підприємств та 24% для середніх. У зв'язку з цим, значення індексу змін ділової активності для малих підприємств зросло до +0,07, а для середніх – до +0,18.

1.5.2 Перспективи розвитку бізнесу: очікування змін через два роки

Значення *індексу очікуваних змін ділової активності* в наступні два роки дорівнює +0,38. Це найвище значення зпоміж усіх індексів, обчислених за результатами дослідження, але воно зменшилося порівняно із 2015 роком (+0,45). 47,8% МСП повідомили, що мають наміри розширити обсяги діяльності протягом наступних двох років. У 2015 році відповідна частка була дещо більшою – 53%. 42% МСП не планують змінювати обсяги діяльності, а 10,2% збираються їх скоротити. У 2015 році 39% МСП планували протягом найближчих двох років залишити обсяги діяльності на поточному рівні, а 8% мали намір їх скоротити.

Рис. 8. Плани щодо зміни обсягів діяльності МСП різних розмірів та організаційно-правових форм протягом наступних двох років, % опитаних

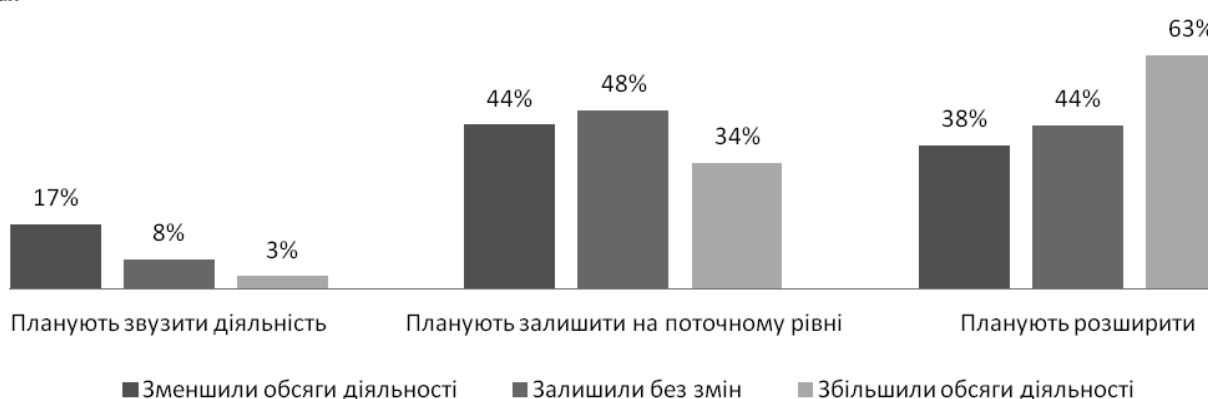


Найбільше планів щодо розширення діяльності – у малих підприємств та середніх підприємств. Так, 59% малих і 50% середніх підприємств висловили наміри розширити свою діяльність протягом найближчих двох років. Відповідний індекс очікуваних змін ділової активності дорівнює +0,51 для малих і +0,44 для середніх підприємств.

Вставка 1. Що впливає на формування планів ділової активності підприємств

Як і в першій, у другій хвилі опитування спостерігається зв'язок між динамікою розвитку підприємств протягом попередніх двох років та їхніми планами щодо діяльності на наступні два роки. Зокрема, МСП, які збільшили обсяги своєї діяльності протягом двох останніх років, з більшою ймовірністю планують збільшувати їх і протягом наступних двох років. Серед тих, хто розширювали обсяги своєї діяльності впродовж попередніх двох років, частка підприємств, які планують продовжувати зростання ділової активності у дворічній перспективі, становить 63%. Для порівняння, серед МСП, що не змінювали обсягів діяльності, частка оптимістично налаштованих становить 44%, а серед тих, що скоротили свою діяльність, – 38%.

Рис. 9. Зв'язок між результатами та планами щодо зміни обсягів діяльності підприємств протягом наступних двох років, % опитаних



Ця залежність також справджується у випадку звуження діяльності: такі наміри найчастіше висловлюють ті підприємства, які зменшили обсяги діяльності протягом двох минулих років (17%). Відповідна частка є меншою для МСП, які не змінювали обсягів діяльності (8%), та найменшою для тих, що збільшили обсяги діяльності (3%).

Натомість мікропідприємства та ФОПи менш оптимістичні щодо розширення діяльності протягом наступних двох років. Тут, порівняно до групи малих підприємств та групи середніх підприємств, одночасно зменшується частка тих, хто планує розширення діяльності (44% для ФОП та 45% для мікропідприємств) та збільшується частка тих, що

планують зменшити обсяги діяльності протягом найближчих двох років (14% для ФОП та 11% для мікропідприємств). Відповідне значення індексу також є меншим -- для мікропідприємств воно складає +0,35, а для фізичних осіб-підприємців є ще меншим – +0,30.

1.6 Показники ділового клімату у регіонах

1.6.1 Регіональний індекс ділового клімату

Для порівняння ситуації в регіонах був розроблений *Регіональний індекс ділового клімату*. При побудові цього показника замість «індексу змін регуляторного клімату», що є складовою національного індексу ділового клімату, використовується «індекс змін 3-х процедур». Через те, що не у всіх областях була змога зібрати достатньо даних для розрахунку індексу регуляторного середовища за повним набором показників, для порівняння індексу ділового клімату та його суб-індексів між регіонами України, індекс змін регуляторного середовища було розраховано за лише трьома процедурами, які є найпоширенішими для бізнесу: (1) державна реєстрація та постановка на облік, (2) державний нагляд (перевірки) та (3) адміністрування податків. Отриманий показник було названо «індекс змін 3-х процедур». Національний індекс ділового клімату для цілей міжрегіонального порівняння був перерахований з врахуванням індексу «3-х процедур» замість індексу змін регуляторних процедур та отримав назву «регіональний індекс ділового клімату» (див. детальніше Додаток 1. «Аналіз даних»). Регіональні індекси ділового клімату побудовано для кожного регіону країни та України в цілому.

Національне значення регіонального індексу ділового клімату дорівнює +0,09.

Результати дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» 2016 року показують, що **найкращий показник ділового клімату в країні зафіксовано у Вінницькій області: тут регіональний індекс ділового клімату у дорівнює +0,25**. Значення індексу вище, ніж значення відповідного індексу в цілому в Україні загалом та в інших 24 регіонах України, зокрема.

Друге місце посідає Львівська область із значенням +0,18. Далі йдуть Рівненська (+0,18) та Тернопільська (+0,17) області. П'яте місце – за Закарпатською областю (+0,14).

У Вінницькій, Львівській, Рівненській та Тернопільській областях було зафіксоване найвище, порівняно з іншими регіонами, значення індексу ділової активності (довгострокового) -- +0,34, +0,32, +0,29 та +0,25 відповідно. Найвище значення індексу ділового середовища -- у Вінницькій області. Окрім того це єдиний регіон, де значення цього індексу додатне (+0,05), що означає, що позитивні оцінки ділового середовища у цій області переважають негативні. За Індексом ділової активності (короткостроковий) перше місце також посідає Вінницька область (0,22), значно відірвавшись від решти регіонів. За регіональним виміром змін регуляторного середовища – індексом «3-х процедур», список регіонів-лідерів інший. Тут перше та друге місця, з суттєвим відривом від інших, посідають дві найменші області карпатського регіону – Закарпатська (+0,49) та Чернівецька (+0,46).

Найнижчі значення регіонального індексу ділового клімату зафіксовані у Харківській (0,00), Луганській (0,00), Донецькій (+0,01), Миколаївській (+0,04) та Чернівецькій (+0,04) областях. Найгірші значення індексу ділового середовища – у Луганської та Харківської областей (відповідно -0,34 та -0,31). У Донецькій області був зафіксований найнижчий індекс ділової активності (короткостроковий) (-0,08). У Луганській та Харківській областях значення цього індексу також від'ємне (-0,04 та -0,03 відповідно), у Чернівецькій дорівнює нулю.

Найнижче значення індексу ділової активності (довгострокового) у Чернівецькій області (-0,07). Це єдина область, де воно від'ємне (принагідно зазначимо, що це зумовлене значною часткою МСП, які скоротили обсяги виробництва протягом двох попередніх років).

Таблиця 2. Регіональний Індекс ділового клімату

Область (регіон)	Індекс ділового середовища МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності (довгостроковий)	Індекс «3-х процедур»	Регіональний Індекс ділового клімату
	Індекс	Індекс	Індекс	Індекс	Рейтинг Індекс
Вінницька	+0,05	+0,22	+0,34	+0,37	1 +0,25
Волинська	-0,01	+0,08	+0,11	+0,29	9 +0,12
Дніпропетровська	-0,24	+0,08	+0,12	+0,36	15 +0,08
Донецька	-0,24	-0,08	+0,06	+0,30	23 +0,01
Житомирська	-0,16	-0,01	+0,11	+0,39	14 +0,08
Закарпатська	-0,10	+0,10	+0,08	+0,49	5 +0,14
Запорізька	-0,24	+0,03	+0,11	+0,35	19 +0,06
Івано-Франківська	-0,12	+0,08	+0,19	+0,35	8 +0,12
Київська	-0,09	+0,06	+0,17	+0,35	7 +0,12
Кіровоградська	-0,11	+0,14	+0,13	+0,26	12 +0,11
Луганська	-0,34	-0,04	+0,06	+0,32	24 0,00
Львівська	-0,06	+0,11	+0,32	+0,35	2 +0,18
Миколаївська	-0,24	0,00	+0,09	+0,30	22 +0,04
Одеська	-0,18	+0,07	+0,08	+0,33	16 +0,07
Полтавська	-0,22	+0,12	+0,18	+0,35	11 +0,11
Рівненська	-0,12	+0,14	+0,29	+0,39	3 +0,18
Сумська	-0,12	+0,01	+0,15	+0,39	13 +0,11
Тернопільська	-0,03	+0,08	+0,25	+0,37	4 +0,17
Харківська	-0,31	-0,03	+0,04	+0,28	25 0,00
Херсонська	-0,25	+0,03	+0,13	+0,31	20 +0,05
Хмельницька	-0,09	+0,09	+0,15	+0,38	6 +0,13
Черкаська	-0,17	+0,05	+0,12	+0,24	18 +0,06
Чернівецька	-0,21	0,00	-0,07	+0,46	21 +0,04
Чернігівська	-0,19	+0,07	+0,20	+0,35	10 +0,11
м. Київ	-0,26	+0,10	+0,14	+0,32	17 +0,07

1.6.2 Регіональний індекс ділових настроїв

Для того, що оцінити саме настрої та плани МСП (без врахування змін основних регуляторних процедур), був побудований РЕГІОНАЛЬНИЙ ІНДЕКС ДІЛОВИХ НАСТРОЇВ. Найвище значення регіонального індексу ділових настроїв — у Вінницькій області: тут він становить +0,2. На другому місці — Львівська область із значенням індексу +0,12. Далі йдуть Рівненська (+0,11) та Тернопільська (+0,10) області. Найнижчі значення регіонального індексу ділових настроїв зафіксовані у Луганській (-0,11), Харківській (-0,10), Донецькій (-0,09) та Чернівецькій (-0,09) областях.

Таблиця 3. Регіональний Індекс ділових настроїв

Область (регіон)	Індекс ділового середовища МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності (довгостроковий)	Регіональний Індекс ділових настроїв
	Індекс	Індекс	Індекс	Рейтинг Індекс
Вінницька	+0,05	+0,22	+0,34	1 +0,20
Волинська	-0,01	+0,08	+0,11	5 +0,06
Дніпропетровська	-0,24	+0,08	+0,12	15 -0,01

Донецька	-0,24	-0,08	+0,06	22	-0,09
Житомирська	-0,16	-0,01	+0,11	18	-0,02
Закарпатська	-0,10	+0,10	+0,08	10	+0,03
Запорізька	-0,24	+0,03	+0,11	20	-0,04
Івано-Франківська	-0,12	+0,08	+0,19	7	+0,05
Київська	-0,09	+0,06	+0,17	7	+0,05
Кіровоградська	-0,11	+0,14	+0,13	5	+0,06
Луганська	-0,34	-0,04	+0,06	25	-0,11
Львівська	-0,06	+0,11	+0,32	2	+0,12
Миколаївська	-0,24	0,00	+0,09	21	-0,05
Одеська	-0,18	+0,07	+0,08	15	-0,01
Полтавська	-0,22	+0,12	+0,18	10	+0,03
Рівненська	-0,12	+0,14	+0,29	3	+0,11
Сумська	-0,12	+0,01	+0,15	13	+0,01
Тернопільська	-0,03	+0,08	+0,25	4	+0,10
Харківська	-0,31	-0,03	+0,04	24	-0,10
Херсонська	-0,25	+0,03	+0,13	19	-0,03
Хмельницька	-0,09	+0,09	+0,15	7	+0,05
Черкаська	-0,17	+0,05	+0,12	14	0,00
Чернівецька	-0,21	0,00	-0,07	22	-0,09
Чернігівська	-0,19	+0,07	+0,20	10	+0,03
м. Київ	-0,26	+0,10	+0,14	15	-0,01

Як бачимо, «індекс 3-х процедур» помітно впливає на регіональний індекс ділового клімату, зокрема підвищує його значення порівняно із регіональним індексом ділових настроїв. Крім цього, позиції частини регіонів у двох наведених вище рейтингах відрізняються. Особливо це помітно у випадку Чернівецької та Закарпатської областей, де високе значення «індексу 3-х процедур» суттєво підвищує регіональний індекс ділового клімату.

Так, без цього субіндексу значення регіонального індексу ділових настроїв для Чернівецької області від'ємне: воно складає -0,09 (див. Табл. 3), тоді як із врахуванням «індексу 3-х процедур» значення регіонального індексу ділового клімату додатне і становить +0,04 (див. Табл. 2). В результаті цього, рейтинг області зростає на одну поділку: із 22-го місця за індексом ділових настроїв до 21-го місця за індексом регіонального ділового клімату.

Ще більш суттєве зростання у рейтингу спостерігається для Закарпатської області: у рейтингу за індексом ділових настроїв ця область посідає 10-те місце (відповідний індекс для Закарпатської області дорівнює +0,03), в той час як у рейтингу за індексом регіонального ділового клімату Закарпатська область посідає 5-те місце, а відповідний індекс при цьому складає +0,14.

За рахунок «індексу 3-х процедур» значно збільшується регіональний індекс ділового клімату у Луганській, Харківській та Донецькій областях. Хоча рейтинг цих областей практично не змінюється, але значення регіонального індексу ділового клімату для них зростає із від'ємного рівня до рівня нуля або й вище (для Донецької області).

Це демонструє, що «індекс 3-х процедур» суттєво підвищує регіональний індекс ділового клімату областей. Це особливо стосується областей із низькими оцінками та очікуваннями щодо ділового середовища та ділової активності, тобто тих, які мають низькі значення регіонального індексу ділових настроїв. З цього можна зробити висновок, що у всіх регіонах України, де проводилася друга хвиля опитування «Щорічна оцінка ділового клімату»,

відбуваються зміни на краще у проходженні адміністративних процедур. Однак ці зміни не відіграють визначальної ролі в оцінках та очікуваннях МСП, пов'язаних із діловим середовищем та діловою активністю.

Помітна різниця між значеннями регіонального індексу ділових настроїв та регіонального індексу ділового середовища може вказувати на те, що ринкові та фінансові труднощі, а також проблеми, пов'язані із складністю законодавства чи корупцією, відіграють більш важливу роль в оцінці підприємствами зовнішніх умов та при плануванні своєї ділової активності, ніж позитивні спостереження щодо проходження адміністративних процедур. Крім цього, це, ймовірно, свідчить про те, що хоча МСП відмічають полегшення при проходженні адміністративних процедур, вони очікують більш ґрунтовних реформ від держави, які б зменшили кількість цих процедур для МСП, спростили б отримання необхідних дозволів та поставили б МСП у рівні умови з точки зору державної підтримки.

1.7 Висновки

- Результати свідчать про покращення ділового клімату для МСП в 2016 році порівняно з 2015, зокрема, спостерігається прогрес в оцінках стану ділового середовища та зростання оптимізму МСП щодо найближчих планів. Разом із цим, зменшення «темлів зростання» оптимізму щодо дворічних планів, яке також було зафіксовано в дослідженні, свідчить, що часу на «відкладання» реформ «на потім» не залишилось».
- За результатами опитування 2016 року значення центрального індексу дослідження – індексу ділового клімату – зросло на п'ять пунктів порівняно з 2015 роком. Це відбулося завдяки покращенню індексу ділового середовища та індексу ділової активності (короткострокового).
- Скорочення ділової активності протягом попередніх двох років частиною МСП та низькі оцінки ділового середовища вказують на те, що загальноекономічні умови для підприємств залишаються несприятливими. Водночас зростання індексу оцінки ділового середовища показує, що для бізнесу, ймовірно, минув найбільш критичний кризовий період.
- Те, що значення індексів ділової активності (короткострокового та довгострокового) більші, ніж значення індексу оцінки ділового середовища, свідчить про те, що сектор МСП буде зростати за умови сталості та результативності реформ, спрямованих на розвиток бізнесу.
- Деяке зниження, у порівнянні з попереднім опитуванням, очікувань щодо розширення бізнесу на наступні два роки із одночасним збільшенням оптимізму щодо його ділової активності на найближчі шість місяців, дозволяє припустити, що плани із збільшення ділової активності, висловлені рік тому, починають втілюватися у життя – підприємці готові розвивати свій бізнес.
- Додатне значення індексу змін регуляторного середовища було зафіксоване за результатами вже другої поспіль хвилі опитування. Це свідчить про те, що сектор МСП відчуває результати відповідних реформ.
- Розмір підприємств-юридичних осіб впливає на їх оцінку поточного ділового середовища – чим більший розмір підприємства, тим краще вони оцінюють поточне ділове середовище.
- Серед фізичних осіб-підприємців переважають оптимістичні очікування щодо змін ділового середовища протягом наступних шести місяців, тоді як серед підприємств-юридичних осіб усіх розмірів переважають негативні очікування.
- Фізичні особи-підприємці оцінюють фінансово-економічну ситуацію свого бізнесу гірше, ніж підприємства, які є юридичними особами.
- Розмір підприємств-юридичних осіб впливає на їх оцінку поточної фінансової ситуації – чим більший розмір підприємства, тим краще вони оцінюють свою поточну фінансово-економічну ситуацію.

- Досить висока частка МСП, які не скоротили обсягів своєї діяльності або розширили діяльність за попередні два роки, вказує на здатність бізнесу адаптуватися до змін у навколишньому середовищі. Це, насамперед, підприємства, де зайняті понад 50 працівників (малі та середні).
- Існує зв'язок між діяльністю МСП в минулому та майбутньому. Результати дослідження свідчать, якщо підприємство збільшило обсяги діяльності протягом попередніх двох років, більш ймовірно, що воно продовжить розширювати свою діяльність протягом наступних двох років. І навпаки: якщо підприємство скоротило свою діяльність, то існує більша ймовірність того, що воно скорочуватиме її і надалі.
- Найвищі значення регіонального індексу ділового клімату зафіксовано у Вінницькій, Львівській та Рівненській областях, а найнижчі – у Харківській, Луганській та Донецькій областях.

2. Перешкоди для діяльності та зростання МСП

2.1 Фактори, що негативно впливали на діяльність МСП у 2016 році

2.1.1 Перешкоди для бізнесу: результати 2016 року

На першому місці серед перешкод для зростання малого та середнього бізнесу у 2016 році знаходиться низький попит. 59% МСП назвали низький попит та низькі обсяги реалізації перешкодою для свого зростання. У 2015 році негативний вплив на бізнес несприятливої ситуації на ринку був відчутним, але не настільки сильним. Тоді для 39% МСП брак попиту був перешкодою для зростання їх бізнесу і знаходився на другому місці рейтингу.

Несприятлива політична ситуація, яка була головною перешкодою для зростання бізнесу у 2015 році, змістилась на друге місце у рейтингу перешкод. У першій хвилі опитування (в 2015 році) цей чинник був бар'єром для 51% МСП, у 2016 році він виступає перешкодою для 44% підприємств.

Перешкоди, що стосуються оподаткування, є наступними за важливістю для бізнесу. Високі ставки податків перешкоджають зростанню 35% МСП – ця частка дещо зросла порівняно із 2015 роком, коли високі податкові ставки вважали перешкодою 31% МСП. Вага такої перешкоди, як обтяжливість податкового адміністрування та бухгалтерського обліку, майже не змінилась: 26% підприємств повідомляли про цю проблему у 2015 році та 27% – вказують на неї у 2016 році. Ці два бар'єри посідають, відповідно, третє та четверте місце у рейтингу перешкод.

Негативний вплив інфляції дещо послабився порівняно із 2015 роком, проте у 2016 році вона залишається перешкодою для 26% МСП (29% у 2015 році). Через це інфляція займає п'яте місце у рейтингу перешкод для МСП за результатами 2016 року.

Наступні найбільш поширені перешкоди для розвитку бізнесу у 2016 році стосуються регуляторного середовища. Це часті зміни економічного законодавства та високий регуляторний тиск. Із цими проблемами стикається приблизно кожне четверте МСП. В результаті, така проблема, як часті зміни економічного законодавства, опинилася на шостому місці серед перешкод для МСП, а високий регуляторний тиск – на сьомому.

Корупція посідає восьме місце у рейтингу перешкод для малого та середнього бізнесу. У 2016 році ця проблема стримувала розвиток 23% МСП. Цей показник не змінився порівняно із 2015 роком.

У 2016 році 20% МСП повідомили, що війна на Сході перешкоджає їхньому бізнесу. Цей показник дещо зменшився порівняно із 2015 роком, коли війну називали перешкодою 28% опитаних. За результатами 2016 року, війна на Сході зайняла дев'яте місце у рейтингу перешкод для МСП.

На десятому місці рейтингу знаходиться така перешкода, як брак кваліфікованих працівників. 20% респондентів повідомили, що брак працівників потрібної кваліфікації перешкоджає їхньому бізнесу. Частка підприємств, в яких існує ця проблема, зросла у 2016 році порівняно із першою хвилею опитування, коли вона складала 13%.

На високий рівень конкуренції скаржаться 19% респондентів і приблизно така ж частка опитаних відмічають проблеми, пов'язані із фінансами. Серед фінансових перешкод зростання бізнесу називають низьку доступність кредитів (19%), брак обігових коштів (17%) та високі ставки кредитів (17%). Відповідні частки опитаних практично не змінились із 2015 року. Крім цього, 14% респондентів назвали перешкодою для бізнесу неефективність державного апарату.

Відповідно, такі перешкоди, як високий рівень конкуренції та низька доступність кредитів посідають, одинадцяте та дванадцяте місця у рейтингу перешкод для МСП, в той час як інші перешкоди мають менш негативний вплив на МСП та знаходяться на нижчих позиціях у рейтингу перешкод.

Рис. 10. Перешкоди, що обмежували зростання МСП в 2016 році⁵, % опитаних

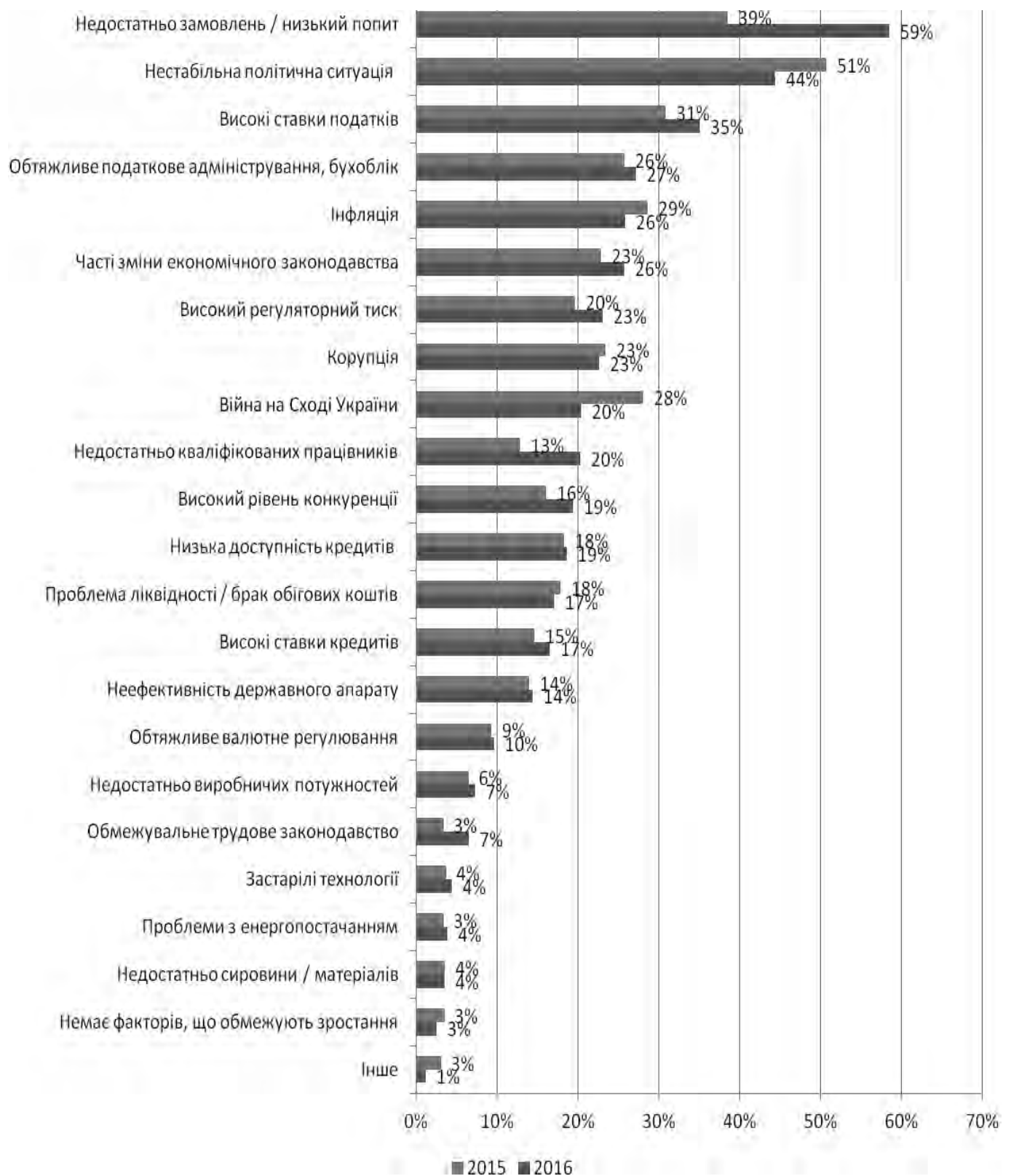


Рис. 11. Основні перешкоди зростання бізнесу для підприємств-юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, % опитаних



2.1.2 Перешкоди для МСП різних форм власності

Деякі описані перешкоди мають різний вплив на фізичних осіб-підприємців і на підприємства, які є юридичними особами. Зокрема, низький попит та нестабільна політична ситуація є двома основними перешкодами як для фізичних осіб-підприємців, так і для підприємств-юридичних осіб. Проте, ФОП більше відчувають негативний вплив обох проблем: на низький попит скаржаться 64% ФОП і 56% юридичних осіб, а на політичну нестабільність – 47% ФОП і 43% юридичних осіб.

Проблема як розміру, так і адміністрування податків, більш актуальна для підприємств-юридичних осіб, ніж для фізичних осіб-підприємців. Так, високі ставки податків перешкоджають розвитку 38% юридичних осіб і 29% ФОП, а складність в адмініструванні податків та веденні бухгалтерського обліку є бар'єром для розвитку 29% юридичних осіб і 22% ФОП. Серед ФОП та підприємств-юридичних осіб практично однакові частки респондентів назвали інфляцію перешкодою для бізнесу (27% та 25% відповідно). Однак якщо для юридичних осіб вона займає шосте місце у рейтингу перешкод, то для ФОП інфляція є четвертою проблемою за ступенем впливу.

⁵ Сума відсотків є більшою ніж 100%, оскільки респонденти мали можливість вибрати декілька відповідей.

Проблеми частих змін економічного законодавства та високого регуляторного тиску більш актуальні для підприємств, які є юридичними особами: часті зміни економічного законодавства перешкоджають розвитку 29% цих підприємств, а високий регуляторний тиск є проблемою для 25% з них. Серед ФОП відповідні частки менші: 18% вважають часті зміни економічного законодавства перешкодою для зростання бізнесу і така ж частка (18%) відзначає проблемність високого регуляторного тиску.

Практично однакові частки підприємств-юридичних осіб (22%) та фізичних осіб-підприємців (24%) повідомляють про таку перешкоду, як корупція. Однак, у рейтингу перешкод для діяльності ФОП корупція займає п'яте місце, в той час як для юридичних осіб її випереджають інші проблеми, і в результаті корупція знаходиться на восьмому місці рейтингу.

Для підприємств-юридичних осіб питання браку працівників потрібної кваліфікації є більш актуальним, ніж для фізичних осіб-підприємців: про цю перешкоду повідомили 17% ФОП та 22% юридичних осіб.

2.1.3 Перешкоди для МСП залежно від розміру

МСП різного розміру відрізняються за ступенем впливу деяких із зазначених перешкод. Скажімо, із зменшенням розміру підприємств брак попиту стає все більшою проблемою. Якщо 41% середніх підприємств називають низький попит перешкодою для своєї діяльності (ця частка знаходиться на рівні з впливом політичної нестабільності), то серед малих підприємств відповідна частка зростає до 55%, а для мікропідприємств – до 63%.

Що більший розмір підприємства, тим більш проблематичним для нього є адміністрування податків та бухгалтерський облік: на проблеми у цій сфері скаржаться 38% середніх та 33% малих підприємств порівняно із 23% мікропідприємств.

Інфляція, навпаки, має більш відчутний вплив на мікро- та малі підприємства: відповідно 27% та 28% цих підприємств називають її перешкодою для свого розвитку, – в той час як для середніх підприємств ця частка менша: 20%. Негативний вплив наступних за рейтингом перешкод – частих змін економічного законодавства та високого регуляторного тиску – посилюється із збільшенням розміру підприємств.

Брак кваліфікованих працівників – це проблема, яка торкається, насамперед, малих підприємств: майже кожному третьому підприємству малого розміру (30%) бракує кваліфікованої робочої сили. Про цю перешкоду повідомляє приблизно одне із чотирьох (23%) середніх підприємств та лише одне із шести (17%) мікропідприємств.

Таблиця 4. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за розміром та формою власності, % опитаних

	Усі опитані	ФОП	Юридичні особи	Мікро- підприємства усіх форм власності	Малі підприємства усіх форм власності	Середні підприємства усіх форм власності
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	3%	2%	2%	2%	4%
Недостатньо кваліфікованих працівників	20%	17%	22%	17%	30%	23%
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	59%	64%	56%	63%	55%	41%
Недостатньо сировини / матеріалів	4%	3%	4%	3%	2%	6%
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	17%	15%	18%	16%	20%	20%
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	44%	47%	43%	45%	43%	43%

	<u>Усі опитані</u>	<u>ФОП</u>	<u>Юридичні особи</u>	<u>Мікро- підприємства усіх форм власності</u>	<u>Малі підприємства усіх форм власності</u>	<u>Середні підприємства усіх форм власності</u>
Недостатньо виробничих потужностей	7%	5%	8%	7%	6%	9%
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	19%	19%	19%	18%	22%	18%
Складне податкове адміністрування	27%	22%	29%	23%	33%	38%
Війна на Сході України	20%	18%	21%	21%	20%	18%
Обмежувальне трудове законодавство	7%	8%	6%	6%	6%	7%
Корупція	23%	24%	22%	23%	23%	19%
Проблеми з енергопостачанням	4%	3%	3%	4%	3%	3%
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	23%	18%	25%	20%	27%	32%
Високі ставки податків	35%	29%	38%	32%	42%	39%
Застарілі технології	4%	3%	5%	4%	6%	7%
Високі ставки кредитів	17%	16%	17%	16%	18%	16%
Часті зміни економічного законодавства	26%	18%	29%	23%	30%	33%
Високий рівень конкуренції	19%	18%	20%	19%	23%	16%
Обтяжливе валютне регулювання	10%	12%	9%	10%	10%	6%
Інфляція	26%	27%	25%	27%	28%	20%
Неефективність державного апарату	14%	15%	14%	15%	12%	13%
Інше	1%	1%	1%	1%	2%	1%

2.1.4 Перешкоди для МСП різних галузей

Серед МСП, що працюють у різних галузях, спостерігається різниця у тому, які фактори найбільше перешкоджають їхньому розвитку. Так, негативний вплив браку попиту найбільш гостро відчують МСП у галузі торгівлі та ремонту, 72% з яких повідомили про цю проблему. Ці МСП також частіше, ніж інші, стикаються із проблемою інфляції та високої конкуренції. Для промислових підприємств найбільш актуальними проблемами є брак попиту, політична нестабільність та високі ставки податків – як і для більшості опитаних МСП інших галузей.

Сільськогосподарські МСП відрізняються від інших тим, що серед них частка тих, що стикаються із проблемою браку попиту, – найменша (30%). Натомість підприємствам цього сектору більше, ніж іншим, перешкоджають проблеми високих податків та складного податкового адміністрування, а також високих кредитних ставок та браку обігових коштів. Галузі будівництва та транспорту і комунікацій об'єднує особливо відчутний вплив політичної нестабільності та високих ставок податків. При цьому МСП будівельної галузі частіше від інших скаржаться на надто часті зміни економічного законодавства.

Для галузі інформаційних технологій властиві ті ж основні проблеми, як і для МСП інших секторів (низькі обсяги замовлень, політична нестабільність тощо), проте частки МСП у сфері ІТ, які повідомляють про ці проблеми, – менші. Натомість ці МСП частіше від інших стикаються із проблемою обтяжливого валютного регулювання.

Таблиця 5. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за секторами, % опитаних

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Проми- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торгівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без IT)</u>	<u>IT сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	3%	0%	1%	3%	9%	2%
Недостатньо кваліфікованих працівників	23%	27%	24%	16%	19%	23%	18%
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	30%	58%	59%	72%	62%	41%	54%
Недостатньо сировини / матеріалів	3%	8%	0%	4%	2%	0%	2%
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	24%	23%	19%	20%	10%	10%	20%
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	44%	41%	51%	49%	42%	36%	50%
Недостатньо виробничих потужностей	15%	12%	0%	4%	7%	2%	8%
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	30%	21%	21%	21%	10%	10%	28%
Складне податкове адміністрування	40%	28%	31%	27%	24%	17%	30%
Війна на Сході України	15%	24%	16%	24%	18%	18%	20%
Обмежувальне трудове законодавство	9%	7%	3%	5%	7%	8%	8%
Корупція	21%	22%	32%	24%	20%	23%	26%
Проблеми з енергопостачанням	4%	5%	1%	4%	3%	2%	1%
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	26%	22%	22%	20%	25%	23%	23%
Високі ставки податків	47%	37%	41%	37%	30%	16%	40%
Застарілі технології	6%	8%	1%	3%	5%	2%	0%
Високі ставки кредитів	28%	19%	15%	17%	10%	15%	24%
Часті зміни економічного законодавства	27%	26%	34%	26%	25%	22%	24%
Високий рівень конкуренції	15%	17%	13%	23%	19%	18%	25%
Обтяжливе валютне регулювання	6%	12%	4%	13%	5%	21%	12%
Інфляція	19%	23%	26%	31%	28%	20%	20%
Неефективність державного апарату	18%	12%	19%	14%	14%	14%	15%
Інше	1%	1%	0%	1%	1%	2%	2%

Таблиця 6. Динаміка перешкод, які обмежують зростання бізнесу (2016 та 2015 роки), % опитаних⁶

	2016	2015	Зміна у 2016 порівняно із 2015 (відсоткових пунктів)	
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	59%	39%	+20	↑
Недостатньо кваліфікованих працівників	20%	13%	+7	↑
Високі ставки податків	35%	31%	+4	↑
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	23%	20%	+3	↑
Високий рівень конкуренції	19%	16%	+3	↑
Обмежувальне трудове законодавство	7%	3%	+3	↑
Часті зміни економічного законодавства	26%	23%	+3	↑
Високі ставки кредитів	17%	15%	+2	↑
Обтяжливе податкове адміністрування, бухгалтерський облік	27%	26%	+1	●
Недостатньо виробничих потужностей	7%	6%	+1	●
Застарілі технології	4%	4%	+1	●
Неефективність державного апарату	14%	14%	0	●
Проблеми з енергопостачанням	4%	3%	0	●
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	19%	18%	0	●
Обтяжливе валютне регулювання	10%	9%	0	●
Недостатньо сировини /матеріалів	4%	4%	0	●
Корупція	23%	23%	-1	●
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	17%	18%	-1	●
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	3%	-1	●
Інше	1%	3%	-2	↓
Інфляція	26%	29%	-3	↓
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	44%	51%	-6	↓
Війна на Сході України	20%	28%	-8	↓

⁶ У таблиці подані округлені відсотки, тоді як різниця розрахована за точними значеннями. Через це можливі розбіжності у межах одного відсотка.

2.2 Перешкоди для зростання МСП у дворічній перспективі

2.2.1 Що перешкоджає зростанню МСП у дворічній перспективі?

Респонденти, які вказали, що не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом наступних двох років (це 52% усіх опитаних МСП), назвали причини того, чому вони не готові цього робити. Основні причини відсутності планів зростання – несприятлива економічна ситуація в країні та відсутність ринку на товари або послуги (брак попиту, низька купівельна спроможність у населення). Вказані причини займають першу та другу позицію у рейтингу перешкод для зростання МСП у дворічній перспективі. Вони є перешкодами для зростання більш ніж половини МСП (54% та 53% відповідно), які не планують збільшувати обсяги діяльності протягом наступних двох років.

За результатами першої хвилі опитування у 2015 році несприятлива економічна ситуація також була головною перешкодою, яка стримувала розвиток МСП у дворічній перспективі. Частка МСП, які вказали на цю перешкоду, була більшою, ніж у 2016 році і становила 68%. Однак, брак ринку товарів або послуг менш негативно впливав на плани МСП у 2015 році – його назвали перешкодою 19% опитаних. Це ще раз демонструє посилення впливу несприятливих ринкових умов (низького попиту, недостатньої купівельної спроможності споживачів) протягом 2016 року.

Вагомою перешкодою для розширення діяльності підприємств залишаються недостатні фінансові можливості. Ця перешкода займає третє місце у рейтингу перешкод для зростання МСП протягом наступних двох років. У 2015 році брак фінансування стримував розвиток 29% МСП, що не планували збільшувати обсяги діяльності, а у 2016 році ця частка збільшилась до 44%.

Політична нестабільність також не дозволяє МСП збільшувати свої обсяги діяльності у дворічній перспективі. Вона перешкоджає зростанню 32% підприємств і посідає четверте місце серед перешкод для зростання МСП на період наступних двох років. Політична нестабільність не була виділена як окрема перешкода для розширення бізнесу у першій хвилі опитування, а те, що її зазначила третина опитаних у 2016 році, показує, що політичні ризики залишаються важливим фактором для МСП при плануванні своєї діяльності.

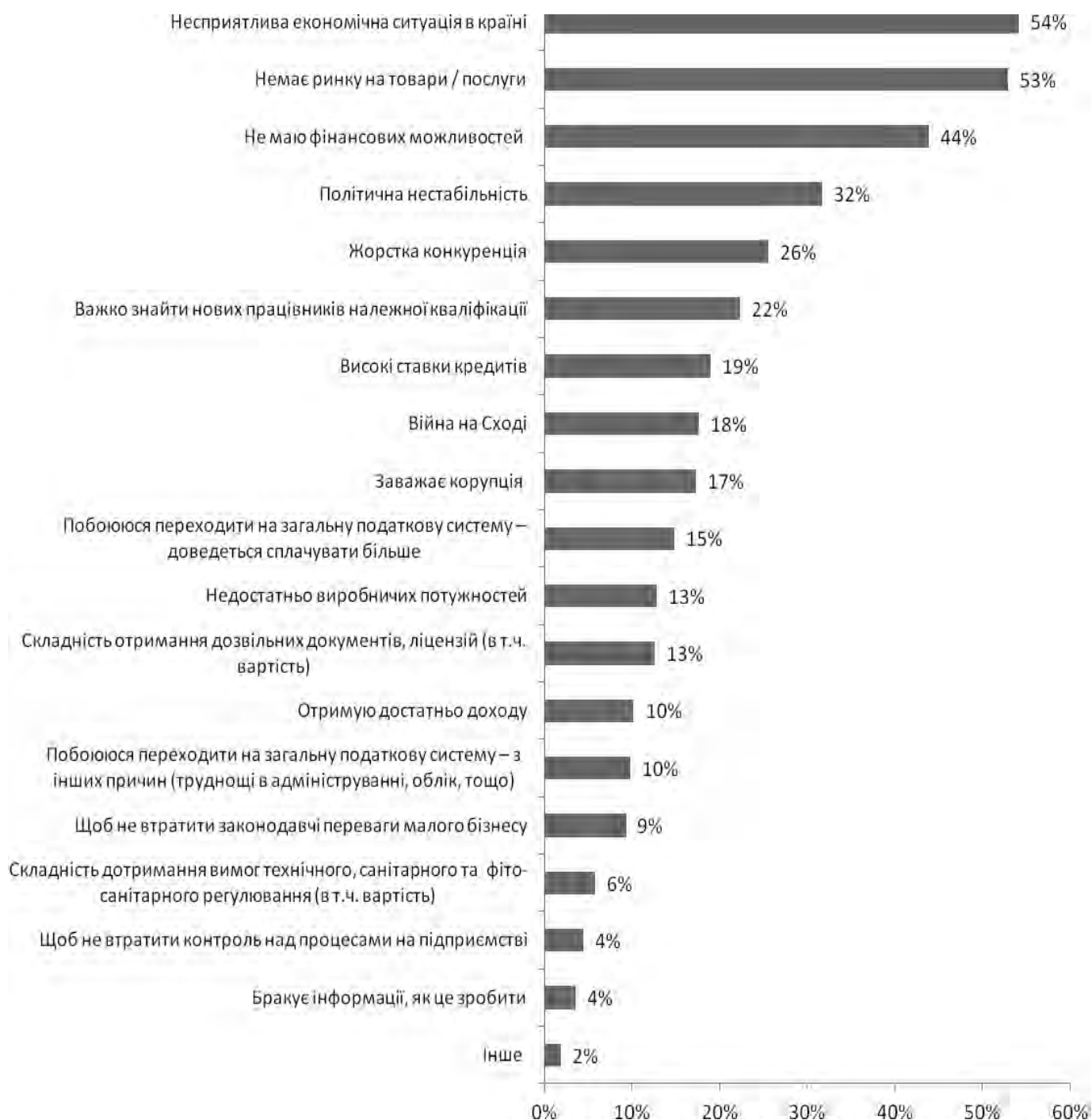
Жорстка конкуренція на ринку стає більш відчутною для бізнесу. У 2016 році 26% МСП, що не планують розширювати свою діяльність, назвали її перешкодою для зростання, в результаті чого вона займає п'яте місце у рейтингу перешкод для зростання МСП. Це більше, ніж у першій хвилі опитування: у 2015 році відповідна частка складала 15% підприємств.

22% МСП не планують розширюватися зокрема й тому, що їм бракує нових працівників відповідної кваліфікації. Ця перешкода знаходиться на шостому місці у рейтингу перешкод для зростання МСП у дворічному періоді. Частина підприємств не може зростати через високі ставки кредитів (19%), вплив війни на Сході (18%) та корупції (17%). Ці перешкоди займають, відповідно, сьому, восьму та дев'яту позиції рейтингу. 13% МСП бракує виробничих потужностей для зростання (цей фактор посідає одинадцяте місце у рейтингу перешкод).

Крім цього, респонденти вказали на низку регуляторних причин, які стримуватимуть зростання діяльності їхнього підприємства протягом наступних двох років. По-перше, це побоювання, що із переходом на загальну податкову систему їм доведеться сплачувати більше. Це можуть бути як вищі ставки податків, так і збільшення платежів, у тому числі неофіційних, пов'язаних із роботою підприємства на загальній системі оподаткування. 22% МСП, що не планують зростати, пояснили це побоюваннями щодо збільшення вартості ведення бізнесу на загальній системі. Ця перешкода знаходиться на десятому місці у рейтингу перешкод для майбутнього зростання МСП. По-друге, це складність отримання дозвільних документів та ліцензій, у тому числі їхня вартість. Цю причину називають перешкодою для розширення 13% МСП, котрі не планують розширювати свою діяльність у дворічній перспективі. По-третє, частина МСП (10%) відкладають власне зростання через те, що не бажають переходити на загальну

податкову систему через інші причини, які не стосуються безпосередньо вартості. Підприємців знеохочують труднощі в адмініструванні, обліку та інших процедурах, необхідність у яких настає із переходом на загальну систему. Два останні бар'єри для зростання займають дванадцяте та чотирнадцяте місця у відповідному рейтингу.

Рис. 12. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних



9% МСП, котрі не мають намірів розширювати свою діяльність протягом наступних двох років, не хочуть втрачати законодавчі переваги малого бізнесу, а для 6% підприємств перешкодою для розширення є складність дотримання вимог технічного, санітарного та фітосанітарного регулювання, в тому числі його вартість.

Лише 10% МСП не планують зростання, оскільки отримують достатньо доходу. У 2015 році відповідна частка складала 5% підприємств.

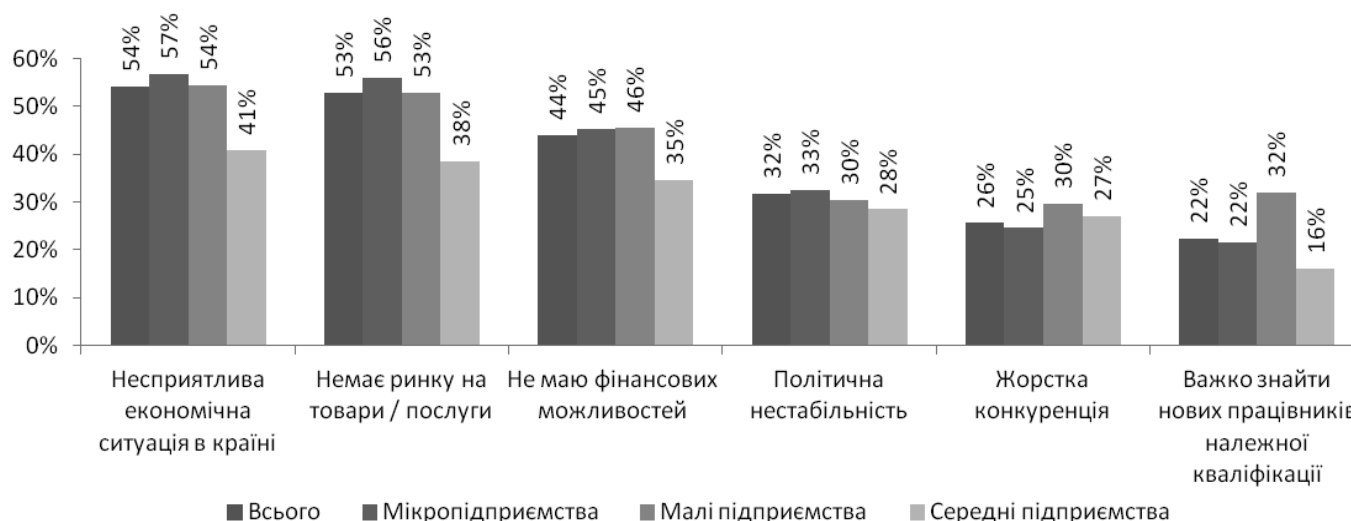
2.2.2 Перешкоди для зростання МСП у дворічній перспективі з точки зору розміру та форми власності підприємств

Для МСП різного розміру та форми власності деякі перешкоди для зростання у дворічному періоді властиві більшою або меншою мірою. Так, підприємства середнього розміру усіх форм власності рідше повідомляють про дві головні перешкоди для майбутнього зростання – несприятливу економічну ситуацію в країні та відсутність ринку на товари або послуги, – ніж мікро- та малі підприємства. Зокрема, якщо несприятлива економічна ситуація перешкоджає розвитку 45% мікропідприємств та 46% малих підприємств, то відповідна частка для середніх підприємств складає 35%. Подібно до цього, лише 38% середніх підприємств вказало на таку перешкоду для зростання у дворічному плані, як брак ринку на товари або послуги, в той час як серед мікро- та малих підприємств ці частки склали 56% та 53% відповідно.

Проблеми з фінансуванням актуальні для МСП різного розміру, але менше стосуються середніх підприємств: серед них 35% називають це перешкодою для зростання на наступні два роки, тоді як серед мікро- та малих підприємств відповідні частки сягають відповідно 45% та 46%. Фінансові перешкоди дещо більше актуальні для фізичних осіб-підприємців, 47% з яких вказують на цю проблему, ніж для підприємств-юридичних осіб (для 43% з них ця перешкода стримує від планування розвитку на наступні два роки).

Із зростанням розміру підприємств зменшується негативний вплив політичних факторів. Так, якщо політична нестабільність перешкоджає зростанню 33% мікропідприємств, то для малих підприємств ця частка зменшується до 30%, а для середніх – до 28%.

Рис. 13. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств (за розміром), % опитаних



Малі підприємства частіше від середніх та мікропідприємств відкладають розширення діяльності через вплив конкуренції. Також жорстка конкуренція частіше перешкоджає підприємствам-юридичним особам (27%), ніж ФОП (23%).

Крім цього, малі підприємства відрізняються від мікро- та середніх підприємств тим, що їм найважче знайти нових працівників із потрібною кваліфікацією (це є перешкодою для 32% малих підприємств порівняно із 22% мікропідприємств та 16% середніх).

Фізичні особи-підприємці частіше, ніж підприємства-юридичні особи відкладають зростання через побоювання переходу на загальну систему оподаткування. Зокрема, 24% ФОП повідомили, що не планують збільшувати обсяги діяльності свого бізнесу у зв'язку з тим, що це вимагатиме переходу на загальну систему оподаткування, що обернеться для них більшими фінансовими витратами. 15% ФОП не мають бажання змінювати систему оподаткування через те, що вважають, що робота на загальній системі принесе їм труднощі в адмініструванні податків, бухгалтерському обліку та інших аспектах фінансової звітності підприємства. Для порівняння, ці дві причини називають лише 11% та 8% підприємств-юридичних осіб відповідно.

Чим менший розмір підприємства, тим більш ймовірно, що воно не планує збільшувати обсяги виробництва чи надання послуг, щоб не втратити переваги малого бізнесу, такі як мораторій на перевірки та можливість не використовувати РРО. Це є перешкодою для 11% мікропідприємств, 7% малих та 5% середніх.

Крім цього, ФОП частіше від юридичних осіб отримують достатньо доходу, через що не планують зростати далі.

Таблиця 7. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних

	<u>Усі опитані</u>	<u>ФОП</u>	<u>Юридичні особи</u>	<u>Мікро- підприємства усіх форм власності</u>	<u>Малі підприємства усіх форм власності</u>	<u>Середні підприємства усіх форм власності</u>
Не мають фінансових можливостей для розширення виробництва/надання послуг	44%	47%	43%	45%	46%	35%
Недостатньо виробничих потужностей	13%	14%	12%	13%	14%	12%
Отримують достатньо доходу	10%	14%	8%	9%	10%	15%
Складність отримання дозвільних документів, ліцензій (в т.ч. вартість)	13%	11%	13%	12%	16%	12%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання (в т.ч. вартість)	6%	6%	6%	5%	8%	6%
Політична нестабільність	32%	33%	31%	33%	30%	28%
Війна на Сході	18%	17%	18%	19%	18%	12%
Несприятлива економічна ситуація в країні	54%	56%	53%	57%	54%	41%
Високі ставки кредитів	19%	21%	18%	18%	22%	21%
Бракує інформації, як це зробити	4%	6%	3%	4%	2%	3%
Щоб не втратити контроль над процесами на підприємстві	4%	4%	4%	4%	6%	5%
Жорстка конкуренція	26%	23%	27%	25%	30%	27%
Щоб не втратити законодавчі переваги малого бізнесу (мораторій на перевірки, можливість не використовувати РРО)	9%	15%	7%	11%	7%	5%

	<u>Усі опитані</u>	<u>ФОП</u>	<u>Юридичні особи</u>	<u>Мікро- підприємства усіх форм власності</u>	<u>Малі підприємства усіх форм власності</u>	<u>Середні підприємства усіх форм власності</u>
Побоюються переходити на загальну податкову систему – доведеться сплачувати більше	15%	24%	11%	17%	10%	10%
Побоюються переходити на загальну податкову систему – з інших причин (труднощі в адмініструванні, облік, тощо)	10%	15%	8%	11%	7%	5%
Важко знайти нових працівників належної кваліфікації	22%	22%	23%	22%	32%	16%
Немає ринку на товари/послуги (немає попиту, низька купівельна спроможність у населення)	53%	55%	52%	56%	53%	38%
Заважає корупція	17%	15%	18%	17%	18%	17%
Інше	2%	1%	2%	1%	2%	4%

2.2.3 Перешкоди для зростання МСП у дворічній перспективі у галузевому розрізі

Опитані підприємства, які представляють різні сектори економіки, відрізняються за оцінкою ряду перешкод для збільшення ділової активності протягом наступних двох років. Зокрема, несприятлива економічна ситуація в Україні найбільше перешкоджає зростанню МСП, що працюють у галузях торгівлі та ремонту та транспорту та комунікацій. Більше, ніж 60% МСП цих галузей зазначає це як перешкоду для зростання у дворічній перспективі. Натомість сільськогосподарські МСП значно рідше від інших повідомляють про цю перешкоду (32%).

Також МСП, що працюють у сфері сільського господарства, а також МСП, що зайняті у секторі інформаційних технологій, помітно менше стикаються із такою перешкодою, як брак попиту. Ця проблема актуальна для порівняно невеликих часток цих МСП (30% сільськогосподарських та 25% ІТ сектору), в той час як серед підприємств сфери торгівлі частка тих, що відкладають розширення діяльності через брак попиту, сягає 64%.

Промислові підприємства частіше від інших МСП не планують зростати через те, що не можуть знайти нових працівників належної кваліфікації. Про цю проблему повідомляє 35% МСП, зайнятих у промисловому секторі. Також промислові, як і с/г підприємства частіше стикаються із проблемою браку виробничих потужностей, яка стримує їхній розвиток на найближчі два роки. Приблизно третина підприємств сектору торгівлі та ремонту та сфери транспорту і комунікацій не має намірів розширяти обсягів діяльності через жорстку конкуренцію. Це помітно більші частки, ніж в інших секторах. Для МСП цих двох секторів, а також для с/г МСП проблема високих кредитних ставок є більшою перешкодою для розширення, ніж МСП решти галузей. Крім цього, МСП, що займаються торгівлею та ремонтом, більше відчують негативний вплив політичної нестабільності та війни на Сході.

Підприємства різних секторів неоднаково оцінюють роль такої перешкоди, як корупція, при плануванні ділової активності. Тоді як кожне четверте МСП у сфері торгівлі вказує на цю проблему, серед інших галузей відповідна частка не перевищує 19%. Крім цього, серед МСП сектору ІТ найбільше тих, що не планують зростати через те, що отримують достатньо доходу: про це повідомило приблизно кожне четверте МСП цього сектору (24%).

Таблиця 8. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за секторами, % опитаних

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Промі- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торгівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без ІТ)</u>	<u>ІТ сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Не мають фінансових можливостей для розширення виробництва/надання послуг	42%	43%	46%	53%	41%	18%	45%
Недостатньо виробничих потужностей	20%	18%	4%	9%	13%	11%	14%
Отримують достатньо доходу	4%	13%	8%	10%	11%	24%	3%
Складність отримання дозвілних документів, ліцензій (в т.ч. вартість)	8%	13%	12%	18%	12%	5%	8%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання (в т.ч. вартість)	5%	9%	0%	8%	4%	2%	6%
Політична нестабільність	24%	30%	23%	39%	30%	27%	30%
Війна на Сході	13%	18%	15%	24%	15%	18%	12%
Несприятлива економічна ситуація в країні	32%	53%	54%	65%	53%	38%	61%
Високі ставки кредитів	30%	15%	0%	25%	13%	7%	30%
Бракує інформації, як це зробити	1%	5%	4%	5%	3%	2%	3%
Щоб не втратити контроль над процесами на підприємстві	4%	3%	4%	4%	6%	2%	2%
Жорстка конкуренція	24%	23%	19%	33%	20%	18%	36%
Щоб не втратити законодавчі переваги малого бізнесу (мораторій на перевірки, можливість не використовувати РРО)	6%	5%	4%	16%	9%	5%	5%
Побоюються переходити на загальну податкову систему – доведеться сплачувати більше	24%	12%	0%	19%	12%	13%	14%
Побоюються переходити на загальну податкову систему – з інших причин (труднощі в адмініструванні, облік, тощо)	8%	5%	0%	12%	11%	18%	3%
Важко знайти нових працівників належної кваліфікації	15%	35%	23%	24%	20%	15%	18%

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Промі- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торгівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без ІТ)</u>	<u>ІТ сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Немає ринку на товари/послуги (немає попиту, низька купівельна спроможність у населення)	30%	59%	54%	64%	54%	25%	47%
Заважає корупція	15%	13%	19%	25%	16%	4%	14%
Інше	2%	2%	0%	1%	2%	5%	3%

2.3 Висновки

- Несприятлива ситуація на ринку, тобто брак попиту, стала найбільшою перешкодою для зростання бізнесу у 2016 році, перевищивши за важливістю несприятливу політичну ситуацію, яка була головною перешкодою для бізнесу у 2015 році.
- Несприятлива політична ситуація все ще залишається вагомою перешкодою для МСП – вона знаходиться на другому місці у рейтингу перешкод – але її вплив дещо послабився порівняно із 2015 роком.
- Високі податкові ставки та складне адміністрування податків є більш відчутним бар'єром для підприємств-юридичних осіб, ніж для фізичних осіб-підприємців.
- Часті зміни економічного законодавства, високий регуляторний тиск та корупція перешкоджають розвитку приблизно кожного четвертого МСП.
- Несприятлива економічна ситуація в країні та брак ринку товарів або послуг (тобто брак попиту та низька купівельна спроможність населення) – головні причини того, чому половина МСП не планує розширювати свою діяльність протягом наступних двох років.
- Брак фінансових можливостей та політична нестабільність – це вагомі фактори, які стримують зростання бізнесу у дворічній перспективі.

3. Дерегуляція та регуляторні процедури

3.1 Заходи з дерегуляції – вплив на підприємство

Одним з основних напрямків економічної політики держави відповідно до стратегії 2020 є дерегуляція – створення комфортного бізнес-клімату через усунення надмірного регуляторного тиску держави на бізнес та ліквідацію надмірного контролю підприємницької діяльності шляхом спрощення процедур, зменшення частоти перевірок та кількості контролюючих органів, скасування зайвих дозволів й ліцензій, побудова ефективної та зручної в адмініструванні регуляції у сферах, де вона необхідна⁷. Насамперед дерегуляція концентрується на тих сферах економіки, що найбільше впливають на малий та середній бізнес або створюють найбільші перешкоди для нормального функціонування підприємств. Курс на дерегуляцію було встановлено ще навесні 2015 року (березень-квітень 2015 року – ухвалено та підписано законопроект «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення умов ведення бізнесу (дерегуляція)»).

За результатами опитування, 73,2% керівників МСП не відчули впливу дерегуляції на ведення власного бізнесу. При цьому про погіршення умов діяльності повідомили 17,0% респондентів, тоді як про покращення – майже вдвічі менше – 9,8%. Поряд з питанням про оцінку впливу дерегуляції респонденти могли назвати конкретні заходи, які, на їх думку, позитивно або негативно вплинули на діяльність їх підприємства⁸. Так, ті, хто оцінили вплив дерегуляції позитивно, у якості конкретних успішних заходів назвали мораторій на перевірки, зменшення бюрократії та кількості дозволів, створення системи електронного документообігу, спрощення в адмініструванні податків, спрощення реєстраційних процедур тощо. Респонденти, які негативно оцінили вплив дерегуляції, її несприятливі наслідки пов'язують насамперед з частими змінами податкового законодавства та підвищенням розмірів податків, низькою купівельною спроможністю населення, неефективністю державного апарату, інфляцією та підвищенням цін. Також, у якості негативних наслідків дерегуляції називалися нестабільність економічної та політичної ситуації, курсу долара, фіктивність мораторію на перевірки, підвищення мінімальної зарплати, відміна регулювання цін, корупція тощо.

Зазначимо, що у значної частини респондентів відповідні питання викликали складнощі, насамперед внаслідок нерозуміння сутності реформ дерегуляції. Так, частина названих респондентами наслідків дерегуляції не стосувалися конкретно умов ведення господарської діяльності, а охоплювали більш широке коло явищ. Це може бути пов'язано як з недостатнім інформуванням про зміст дерегуляції та її конкретні кроки, байдужістю респондентів, так і з відсутністю реальних перетворень.

При цьому, оцінки реформ дерегуляції не пов'язані ані з розміром підприємств, ані з видом діяльності, ані з організаційно-правовою формою підприємства: так, у всіх групах абсолютна більшість зазначили відсутність змін, а частка песимістів дещо переважає частку оптимістів. Те ж саме стосується і регіонального розподілу. Разом з тим, порівняно іншими регіонами, найгірше вплив дерегуляції оцінили МСП Київської та Черкаської областей (баланс позитивних та негативних оцінок становить -21% та -17% відповідно), тоді як найкраще – МСП Житомирської, Донецької та Львівської областей (баланс позитивних та негативних оцінок становить +6% у Житомирській області, та +4% і +3% у Донецькій та Львівській відповідно).

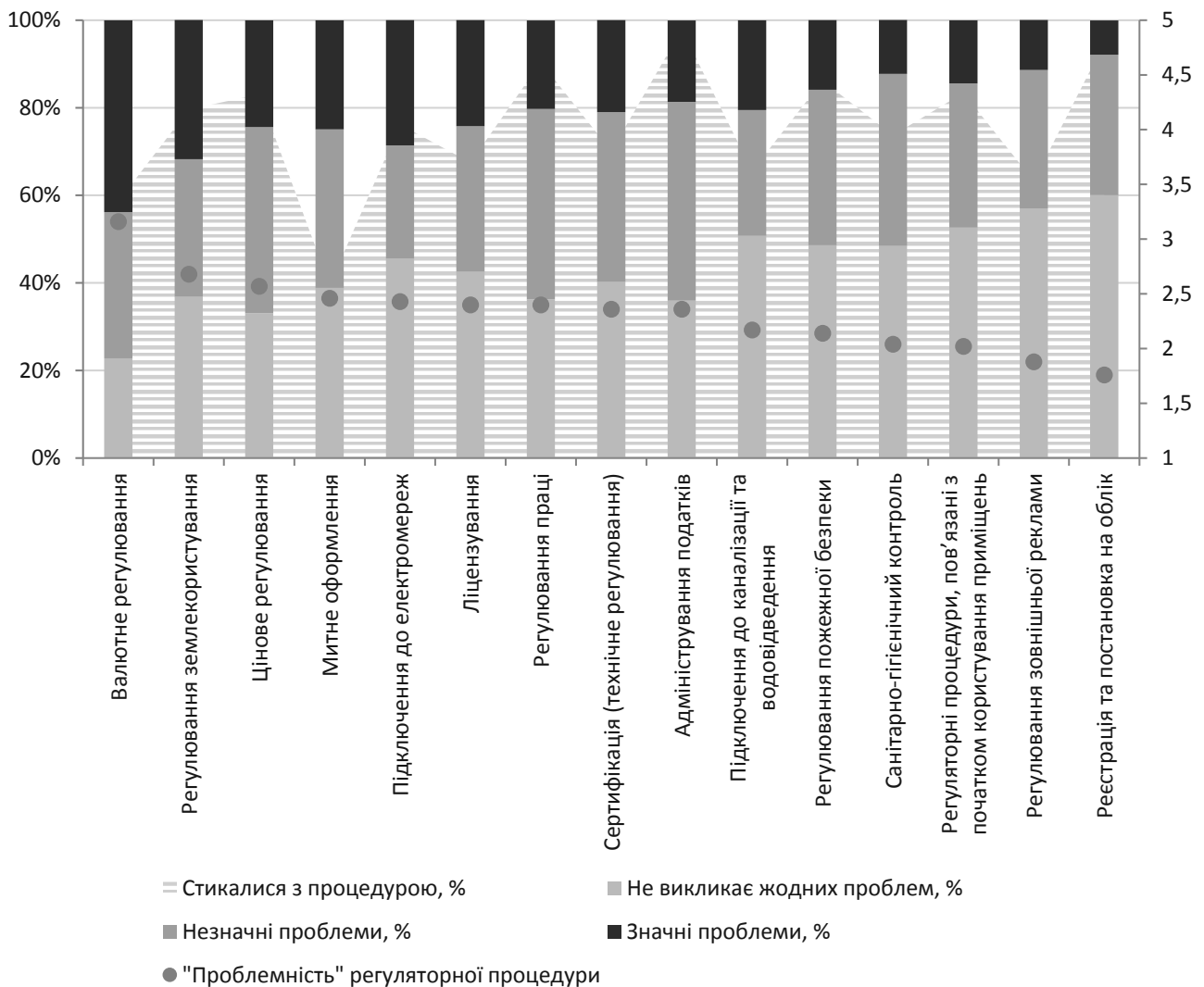
⁷ <http://reforms.in.ua/ua/reforms/deregulaciya-ta-rozvytok-pidpryyemnyctva#overview>

⁸ Відповідні питання були відкритими та передбачали можливість назвати до 3х заходів дерегуляції, які мали позитивний або негативний вплив на діяльність їхнього підприємства, тому сумарне процентне значення за варіантами відповідей перевищує 100%. Найбільш повторювані відповіді згруповані у конкретні варіанти, решта – інше.

3.2 Проходження регуляторних процедур

Залежно від сфери регулювання, від 40,0% до 77,2%⁹ опитаних повідомляють, що проходження регуляторних процедур створює певні проблеми для діяльності та зростання їхнього бізнесу. Найбільші проблеми у МСП, які стикалися з відповідною процедурою (58,6%), викликає валютне регулювання – «проблемність» регуляторної процедури становить 3,2 балу (де 1 – відсутність проблем, 5 – значні проблеми). Так, значні проблеми¹⁰ з валютним регулюванням виникали у 43,8% МСП, які стикалися з цією процедурою. Наступними на шкалі проблемності, відповідно до оцінок респондентів, є регулювання землекористування та цінове регулювання – 2,7 та 2,6 балу відповідно (значні проблеми у зазначених регуляторних сферах виникали у 31,8% та 28,6% МСП відповідно).

Рис. 14. Проблематичність регуляторних процедур у сферах державного регулювання, % опитаних



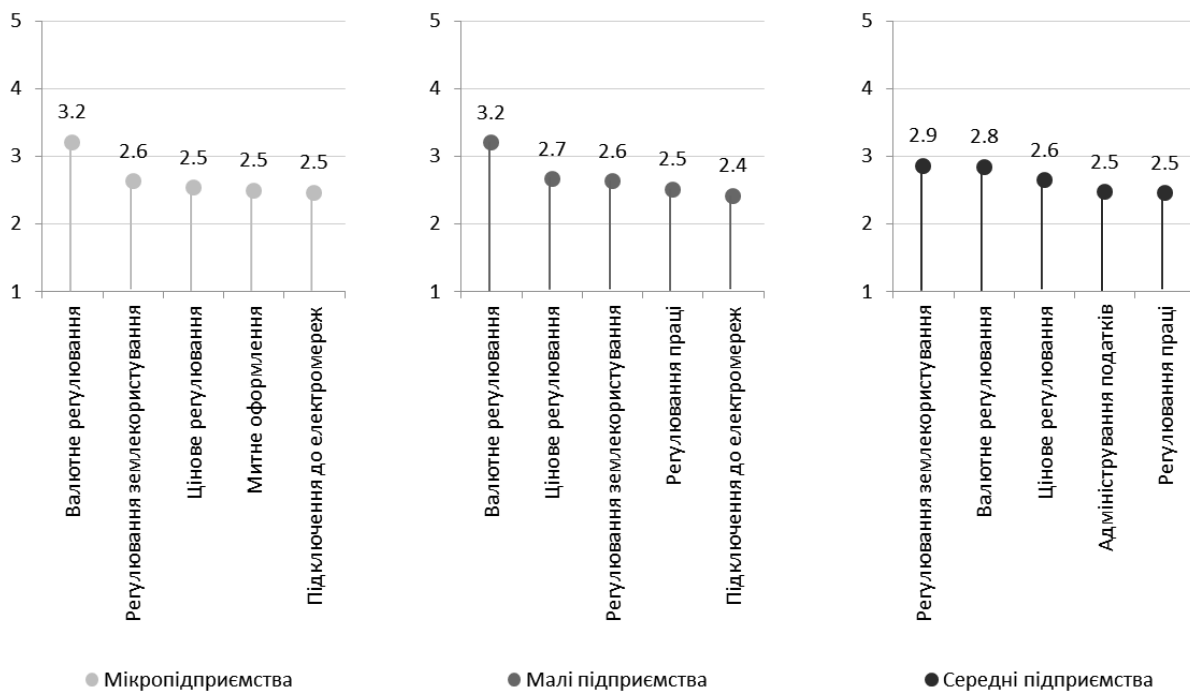
⁹ Шкала оцінки від 1 до 5, де 1 – не проблема, 5 – значна проблема. Тут маються на увазі респонденти, які вибрали альтернативу 2, 3, 4 або 5.

¹⁰ Шкала оцінки від 1 до 5, де 1 – не проблема, 5 – значна проблема. Тут маються на увазі респонденти, які вибрали альтернативу 4 або 5.

Натомість майже не викликали проблем реєстрація та постановка на облік («проблемність» процедури оцінена на 1,8 балу) та регулювання зовнішньої реклами («проблемність» - 1,9 балу). Так, жодних проблем з цими процедурами не виникло у 74,9% та 72,3% МСП відповідно. Так само, за оцінками респондентів, не викликають істотних складнощів санітарно-гігієнічний контроль, регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщеннями та регулюванням пожежної безпеки.

Рейтинг «проблемності» сфер регулювання у мікро- та малих підприємствах відрізняється незначно. Середні підприємства частіше повідомляють про проблеми внаслідок регулювання землекористування – для цих підприємств зазначена сфера є найбільш проблемною, тоді як для малих та мікропідприємств такою сферою є валютне регулювання. Регулювання землекористування та підключення до електромереж є більш проблемним для малих та мікропідприємств, тоді як для середніх – більші труднощі викликає адміністрування податків та регулювання праці (останнє, також, входить до ТОП-5 найпроблемніших регуляторних процедур). Натомість реєстрація, регулювання зовнішньої реклами та регуляторні процедури, пов'язані з користуванням приміщеннями, майже не викликають проблем у підприємств різних розмірів.

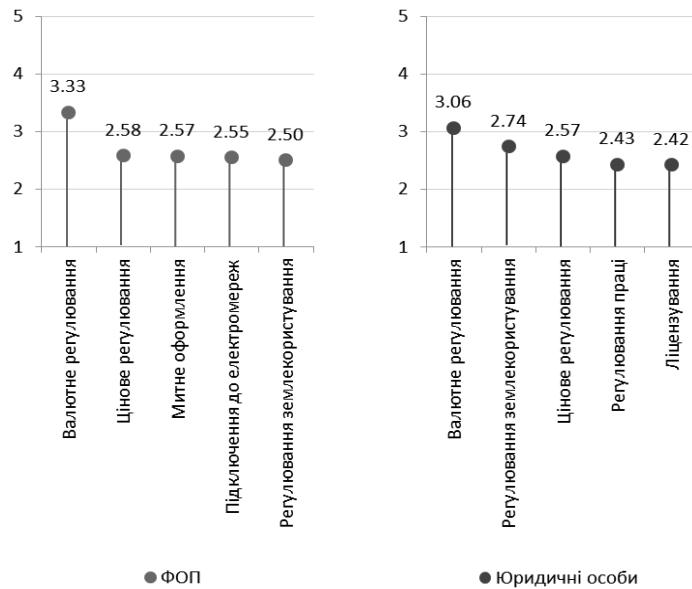
Рис. 15. «ТОП-5» регуляторних процедур, в яких виникають найбільші проблеми залежно від розміру підприємства (мікро-, малі та середні підприємства: 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми



Валютне регулювання є найбільш проблемною регуляторною сферою як для ФОПів, так і для юридичних осіб, хоч останні стикаються з нею рідше (серед ФОПів з валютним регулюванням мають справу 71,9%, серед юридичних осіб – 52,1%). Так, індекс «проблемності» регуляторної процедури становить 3,33 балу та 3,06 балу відповідно. Натомість, ФОПи значно частіше за юридичних осіб повідомляють про проблеми з митним оформленням (індекс «проблемності» 2,57 та 2,42 бали відповідно) та підключенням до електромереж (індекси 2,55 та 2,39 балу відповідно). Так, значні проблеми з митним оформленням виникали у 31,9% ФОПів та 22,0% юридичних осіб, з підключенням до електромереж – у 31,4% ФОПів та 27,6% юридичних осіб. Натомість, у юридичних осіб більше проблем викликають регулювання землекористування та регулювання праці. Так, індекс «проблемності» сфери, пов'язаної з регулюванням землекористування становить 2,74 проти 2,50 серед ФОПів, значні проблеми при цьому

виникали у 33,7% та 26,6% відповідно. Регулювання праці викликає значні проблеми у 21,0% юридичних осіб та 18,0% ФОПів, індекси «проблемності» 2,43 та 2,33 бали відповідно. Рейтинг 5-ти найпроблемніших регуляторних процедур представлено на рисунку.

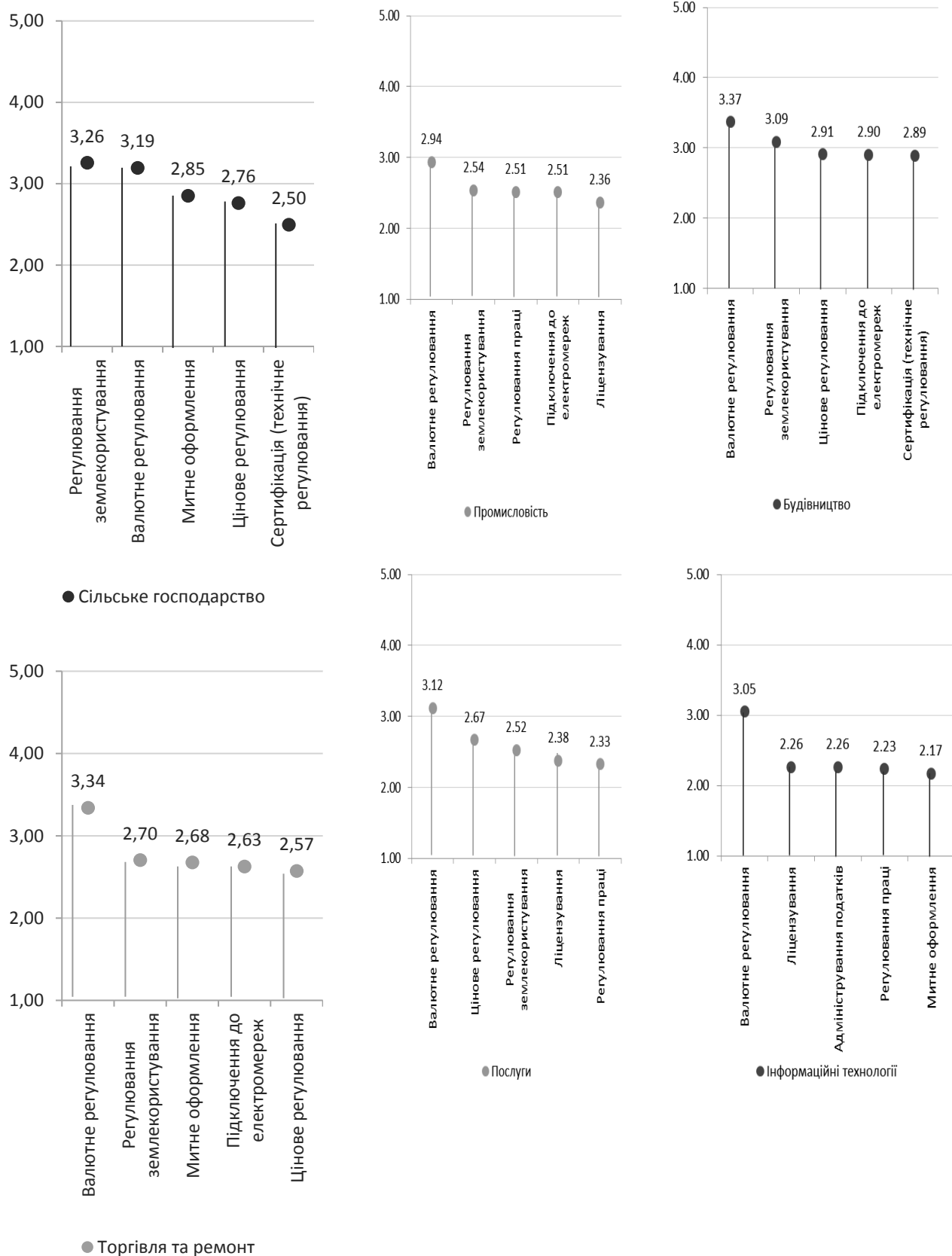
Рис. 16 «ТОП-5» регуляторних процедур, в яких виникають найбільші проблеми залежно від організаційно-правової форми діяльності (фізичні особи-підприємці/підприємства-юридичні особи): 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми



Рейтинг проблемності регуляторних процедур для МСП різних сфер діяльності очолює валютне регулювання. Виняток складають лише підприємства сільського господарства – тут основні проблеми викликає регулювання землекористування (індекс «проблемності» 3,26 балу, значні проблеми у 48,0%). Більш зарегульованою цю сферу вважають, порівняно з МСП інших секторів, будівельні підприємства (індекс «проблемності» 3,09 балу). Так значні проблеми з регулюванням землекористування виникали у 47,1% будівельних МСП, порівняно з 27,9% промислових підприємств, 30,2% підприємств торгівлі та ремонту, 26,7% підприємств сфери послуг і 13,3% - сфери ІТ.

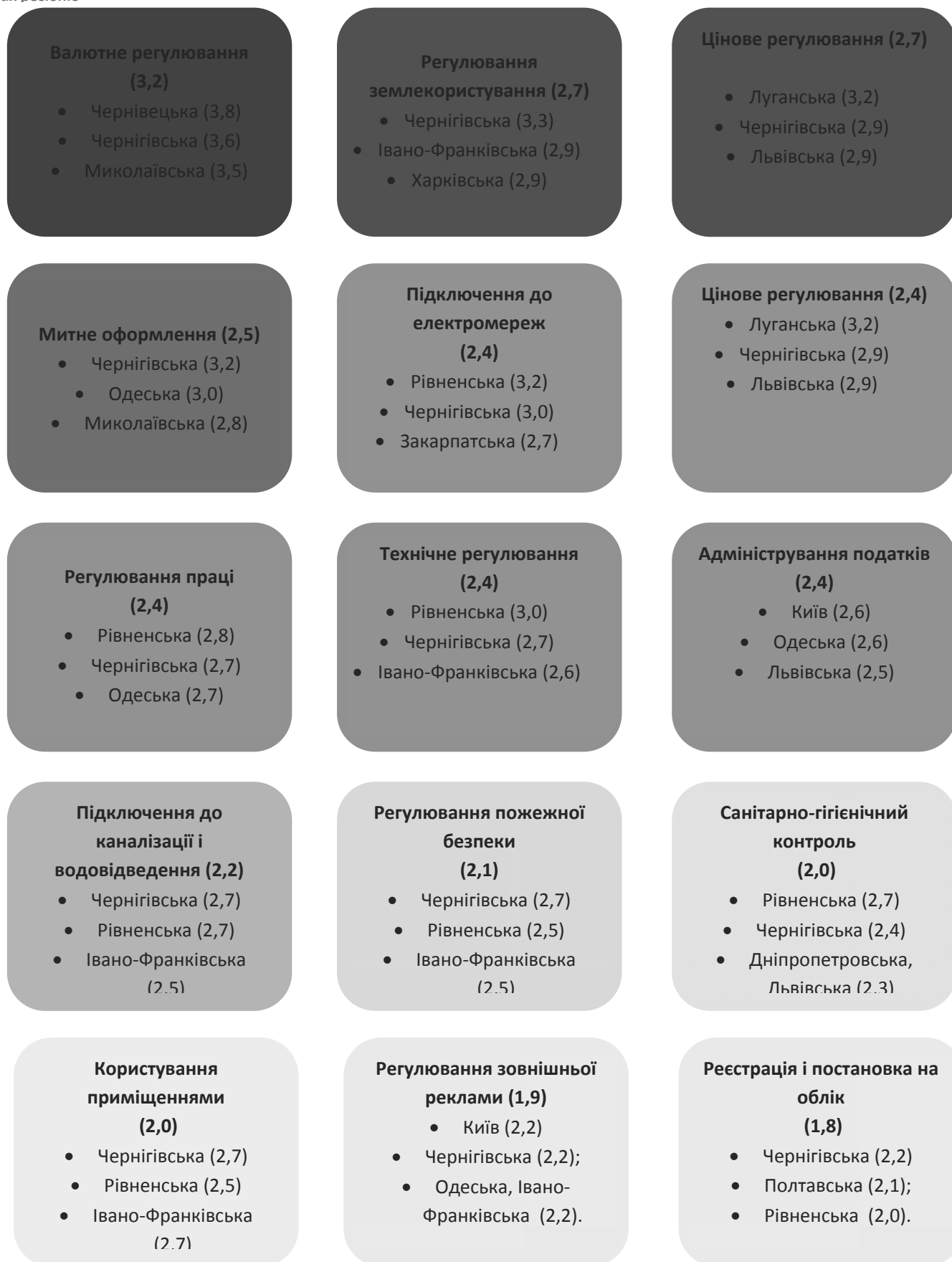
Митне оформлення викликає більше проблем, порівняно з МСП інших видів діяльності, у сільськогосподарського сектору (індекс «проблемності» регуляторної процедури 2,85), сфери торгівлі (індекс «проблемності» 2,68) та ІТ (індекс «проблемності» 2,17). Так, про значні проблеми у ході митного регулювання повідомляють, відповідно, 32,5%, 29,5% та 21,3%. Регулювання праці та ліцензування входить до «ТОП-5» найбільш проблемних сфер регулювання серед підприємств промисловості, сфери послуг та ІТ, сертифікація (технічне регулювання) – серед МСП сільського господарства та будівництва. Порівняно з іншими сферами регулювання, більші проблеми у підприємців ІТ-сектору викликає адміністрування податків: ця сфера знаходиться у рейтингу проблемності на третьому місці з індексом 2,26 та викликає значні труднощі у 14,6% зазначених підприємств.

Рис. 17. «ТОП-5» регуляторних процедур, в яких виникають найбільші проблеми залежно від сфери діяльності підприємства: 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми



Оцінка проблемності сфер регулювання певною мірою пов'язана і з регіоном проведення опитування. Так, найчастіше про значні проблеми з проходженням регуляторних процедур повідомляють у МСП Рівненської області (у 80,0% МСП проходження регуляторних процедур принаймні в одній зі сфер викликало складнощі), Чернігівської (76,7%) та Івано-Франківської (75,0%) областей. Відповідно, ці області отримали найгірші оцінки у рейтингу проблемності проходження більшості регуляторних процедур. Сфери регулювання та топ-3 регіони, респонденти яких дали найгірші оцінки на шкалі проблемності, подано на рисунку.

Рис. 18. "Проблемність" проходження регуляторних процедур у різних сферах регулювання з точки зору МСП з різних регіонів



Загалом, за винятком Волинської області (значні проблеми при проходженні регуляторних процедур виникають тут у 43,2%), проходження регуляторних процедур принаймні в одній сфері викликає значні складнощі у більш ніж половини МСП кожного регіону.

3.3 Висновки

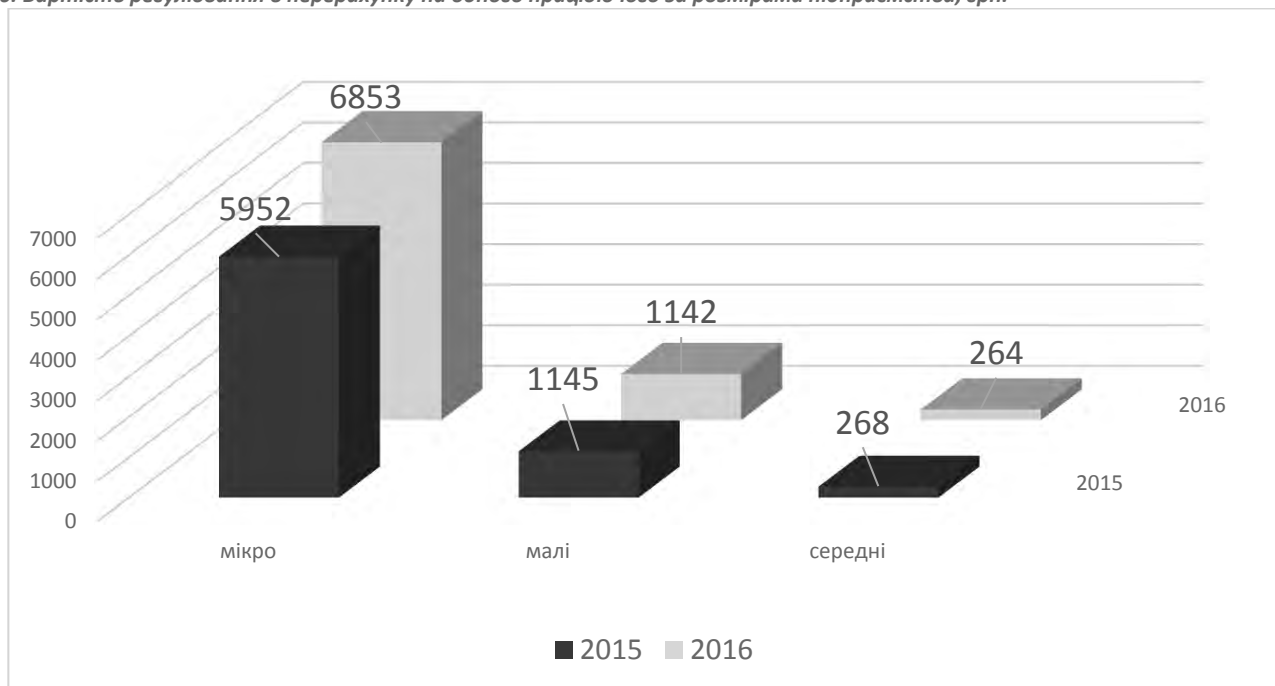
- 73,2% керівників МСП не відчули жодного впливу дерегуляції на ведення власного бізнесу. Про погіршення умов діяльності повідомили 17,0% респондентів, тоді як про покращення – майже вдвічі менше – 9,8%.
- Залежно від сфери регулювання, від 40,0% до 77,2% опитаних повідомляють, що проходження регуляторних процедур створює певні проблеми для діяльності та зростання їхнього бізнесу.
- Найбільш проблемними сферами регулювання є валютне регулювання («проблемність» становить 3,2 балу, де 1 – відсутність проблем, 5 – значні проблеми), регулювання землекористування (2,7 балу) та цінове регулювання (2,6 балу).
- Майже не викликали проблем реєстрація та постановка на облік підприємства («проблемність» процедури підприємці оцінили на 1,8 балу) та регулювання зовнішньої реклами (1,9 балу).
- Найбільш проблемною сферою для середніх підприємств є регулювання землекористування, тоді як для малих та мікропідприємств – валютне регулювання.
- Валютне регулювання є найбільш проблемною регуляторною сферою як для ФОПів, так і для юридичних осіб, хоч останні стикаються з нею рідше.
- ФОПи значно частіше за юридичних осіб повідомляють про проблеми з митним оформленням (індекс «проблемності» 2,57 та 2,42 бали відповідно) та підключенням до електромереж.
- Рейтинг проблемності регуляторних процедур для МСП різних сфер діяльності очолює валютне регулювання, за винятком підприємств сільського господарства – тут основні проблеми викликає регулювання землекористування, також ця проблема більш актуальна для підприємств будівельної галузі.
- Найчастіше про значні проблеми з проходженням регуляторних процедур повідомляють у МСП Рівненської (у 80,0% респондентів проходження регуляторних процедур принаймні в одній зі сфер викликало складнощі), Чернігівської (76,7%) та Івано-Франківської (75,0%) областей.

4. Вартість регулювання

Дотримання регуляторних вимог МСП супроводжується значними витратами, насамперед пов'язаними з реєстраційними процедурами, ліцензуванням, технічним регулюванням, санітарно-гігієнічним контролем та перевітками. Так, загальні витрати МСП на проходження зазначених процедур протягом 2016 року становили в середньому 27412 грн. Ця сума включає як прямі витрати у формі офіційних та неофіційних платежів, так і непрямі витрати – грошовий вираз часу, який підприємство витрачало на проходження відповідної процедури. У 2015 році відповідний показник був вищим – 29761 грн., насамперед внаслідок витрат, з якими стикалися МСП під час перевірок.

У перерахунку на одного працюючого вартість ведення бізнесу у 2016 році склала у середньому 6853 грн. для мікро-, 1142 грн. для малих та 264 грн. для середніх підприємств. Регуляторний тягар найбільше тисне саме на підприємства найменшого розміру. У 2015 році цей показник для мікропідприємств становив 5952 грн., малих підприємств – 1145 грн., середніх – 268 грн. Як бачимо у 2016 році вартість проходження регуляторних процедур не змінилася для малих та середніх підприємств, а для мікропідприємств – зросла. Крім зазначеної суми, значну частку прибутку МСП сплачують у формі податків, однак вони не враховувалися при підрахунку вартості регулювання. З огляду на те, що про експортні та імпорتنі операції повідомила обмежена кількість МСП, витрати, що мали місце у процесі регулювання експорту та імпорту також не враховувалися. Далі наведено деталізовану інформацію щодо витрат, які мали МСП під час проходження регуляторних процедур протягом 2016 року.

Рис. 20. Вартість регулювання в перерахунку на одного працюючого за розмірами підприємства, грн.



4.1 «Часовий податок»

Відсоток часу, який керівництво підприємства (директор, заступник директора, головний бухгалтер) витрачає на спілкування з державними службовцями, намагаючись виконати вимоги тих чи інших регулювань або «часовий податок» є одним з найбільш широко вживаних загальних індикаторів стану регуляторного клімату.

Підприємства по-різному визначають обсяг часу, який їх керівництво витрачає на спілкування з представниками державних органів. Серед опитаних підприємств є як ті, в яких керівництво зовсім не витрачає часу на роботу з державними органами, так і ті, що оцінили цей обсяг часу як 100%.

В середньому керівники підприємства витрачали на спілкування з органами влади, 14,3% часу, що не відрізняється від попереднього року (14,6%). Між підприємствами різних форм власності існує статистично значуща різниця за цим показником: фізичні особи-підприємці в середньому витрачають на спілкування з державними органами 10,9% часу, а для підприємств-юридичних осіб відповідне значення становить 15,6%.

У перерахунку на одного працюючого часовий податок зростає зі зменшенням розміру підприємств, зокрема для мікропідприємств він дорівнює у середньому 5,7%, для малих – 0,8%, а для середніх – 0,2%. У 2015 році ці показники становили 2,9%, 0,6% та 0,2% відповідно. Так само як і вартість регулювання, часовий податок зріс для мікропідприємств та фактично не змінився для малих та середніх підприємств.

Серед МСП різних видів діяльності найбільше часу на спілкування з державними службовцями витрачають аграрні підприємства (у середньому 17,5%) та підприємства сфери послуг (16,2%), найменше – підприємства сектору інформаційних технологій (5,5%). МСП промислового сектору оцінюють часовий податок на рівні 13,6%, будівельного – 13,5%, сфери торгівлі – 12,5%.

4.2 Реєстрація та постановка на облік

Перед початком діяльності українські підприємці повинні провести реєстрацію своєї діяльності, що є одночасно і офіційним визнанням державою факту створення підприємства. Подібну процедуру потрібно проходити також при зміні відомостей, що містяться в Єдиному державному реєстрі юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань (далі – ЄДР), припиненні діяльності тощо.

У 2016 році реєстраційні процедури¹¹ здійснювали 27,1% МСП. З них 94,7% реєстрували зміни до установчих документів чи інших даних про підприємство/ФОП, 5,3% - реєстрували підприємство/ФОП.

Відносно добре встановлений та стабільний процес реєстрації за допомогою посередників часто зумовлюють використання підприємствами послуг останніх. Так, до посередників при реєстрації зверталися 20,0% МСП, при цьому частіше – мікропідприємства (24,2% порівняно з 12,4% малих та 16,8% середніх підприємств). Цей показник дещо зріс з попереднім роком: у 2015 році реєстрація за допомогою посередника коштувала у середньому 1002 грн. та тривала 5,4 дня¹².

В Україні існує можливість здійснення державної реєстрації (подання документів у електронній формі для державної реєстрації) за допомогою порталу електронних сервісів. Так, за його допомогою у поточному році здійснювали реєстрацію 27,9% МСП. Частіше про використання послуги повідомляють більші за розміром підприємства: так, якщо серед мікропідприємств електронний кабінет використовували 23,5%, то серед малих та середніх підприємств цей показник становить вже 32,6% та 33,3% відповідно. Цікаво, що електронну форму реєстрації використовували переважно підприємці-юридичні особи (32,9% подавали документи у електронному вигляді), тоді як ФОПи документи подавали в основному у паперовому вигляді (у електронному вигляді – лише 10,0%).

У більшості МСП (60,8%) реєстрація через портал електронних сервісів закінчилася успішно і не викликала жодних проблем. Ще 25,8% зареєструвалися, однак повідомили про певні проблеми у ході процедури. Не вдалося

¹¹ Надалі у розділі йтиметься про МСП, які здійснювали реєстрацію підприємства/зміни в статуті чи даних у 2016 році. У випадках використання даних за інші роки про це додатково повідомлятиметься.

¹² АВСА 2015

zareєstrувати через портал 13,4% МСП. Найчастіше проблеми зі здійсненням електронної реєстрації виникали внаслідок недостатності або незрозумілості довідкової інформації про роботу сервісу, поганої технічної підтримки (44,7%). 34,2% опитаних повідомили про проблеми зі встановленням та роботою програмного забезпечення та створенням власного кабінету, 28,9% - про складнощі з отриманням електронного цифрового підпису, 23,7% - про проблеми з заповненням бланку реєстрації. Додатково інші проблеми виникали при реєстрації у 7,9% респондентів¹³.

Порівняно з попередніми роками, використання електронного сервісу під час реєстрації зросло. Так, у 2015 році послугою користувалися 20,0% МСП, тоді як у 2014 році їх частка була ще меншою – 13,0%.

4.3 Проходження реєстраційних процедур

Повна реєстрація (перереєстрація) бізнесу у 2016 році тривала у середньому 11 днів, при цьому, у 50% випадків реєстрація (перереєстрація) підприємства зайняла не більше 3 днів. За проходження процедури підприємства сплатили у середньому 432 грн. Ця сума включає як офіційну плату, так і неофіційні витрати¹⁴, про які повідомили 6,2% респондентів. Порівняно з даними за попередній рік ситуація майже не змінилася: у 2015 році тривалість процедури становила у середньому 10,5 дня та коштувала 380 грн.

Витрати на реєстрацію (перереєстрацію) зростають зі збільшенням розміру підприємств: так, мікропідприємства на проходження процедури у середньому витрачають 9,5 дня та 384 грн., малі підприємства – 11,1 дня та 461 грн., середні – 14,5 дня та 479 грн. (зв'язок між тривалістю проходження реєстрації (перереєстрації) та розміром підприємства значущий). При цьому, для менших за розміром підприємств зазначена процедура частіше супроводжується неофіційними витратами: серед мікропідприємств про останні повідомили 8,0% , серед малих та середніх – 4,5% та 3,6% відповідно.

В першу чергу суб'єкт підприємницької діяльності має zareєstrуватися у ЄДР, або, відповідно, zareєstrувати зміни до відомостей, що містяться у Єдиному державному реєстрі. Так, за повідомленнями респондентів, у 2016 році державна реєстрація (перереєстрація) тривала у середньому 5,7 дня, при цьому 36,3% підприємств пройшли цю процедуру за один день. Вартість проходження процедури (включаючи неофіційні витрати) склала у середньому 380 грн., при цьому 18,1% респондентів повідомили про відсутність жодних платежів. На неофіційні платежі та (або) добровільні внески вказують 4,8% опитаних. Враховуючи непрямі витрати (тривалість процедури), можна говорити про загальну вартість державної реєстрації на рівні 1680 грн. Порівнюючи дані з результатами попереднього року можна говорити про певне погіршення ситуації: так, загальна вартість проходження процедури у 2015 році була значно нижчою і становила в середньому 1011 грн., з них 241 грн. – прямі витрати (офіційні платежі, неофіційні та/або добровільні внески), решта – непрямі витрати, еквівалентні 3,6 робочим дням.

Крім державної реєстрації суб'єкт підприємницької діяльності має zareєstrуватися в інших державних органах та установах. Кількість органів залежить від організаційно-правової форми та сфери діяльності підприємства. Так, підприємство має отримати свідоцтво від Державної фіскальної служби – як платник єдиного податку або як платник ПДВ, zareєstrуватися у органах Державної служби статистики, Пенсійному фонді та Фонді соціального страхування. Основні показники за реєстраційними процедурами у згаданих органах подано нижче.

¹³ Питання множинної відповіді, сума не дорівнює 100%

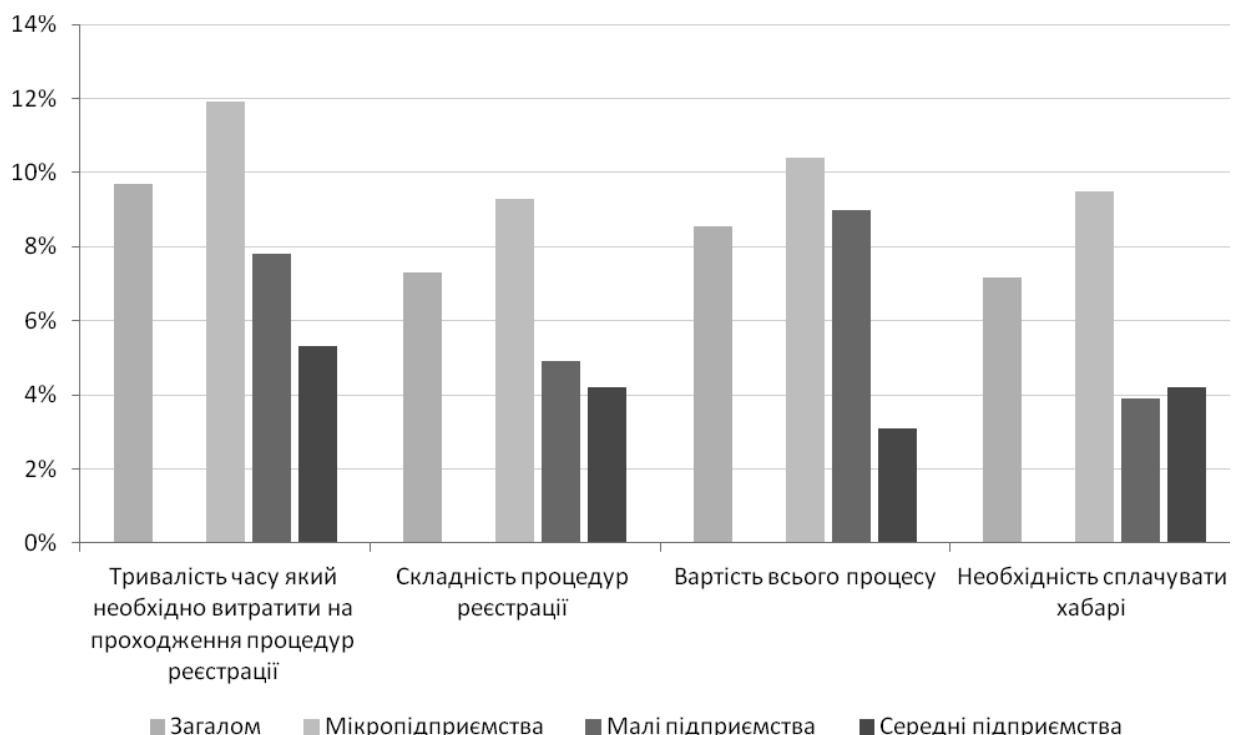
¹⁴ Неофіційні витрати включають неофіційні платежі та добровільні пожертви

Таблиця 9. Основні показники проходження реєстраційних процедур, % опитаних¹⁵

	2016			2015		
	Покриття, %	Тривалість, днів	Вартість, грн.	Покриття, %	Тривалість, днів	Вартість, грн.
Державний реєстратор	92,9%	5,8	380	93,3%	3,6	241
ДФС як платник єдиного податку	32,4%	4,5	-	45,3%	4,8	-
ДФС як платник ПДВ	23,2%	7,2	-	45,2%	7,6	-
Державна служба статистики	26,1%	2,7	-	44,3%	2,8	-
Пенсійний фонд	23,7%	3,5	-	45,2%	3,2	-
Фонди соціального страхування	18,2%	2,5	-	37,0%	2,8	-
Інше	6,1%	9,4	-	13,7%	14	-

Про простоту і необтяжливість реєстраційної процедури свідчить і оцінка респондентами різних аспектів реєстрації. Так, 60% опитаних не вважають процедуру реєстрації складною, а її тривалість та вартість не викликали жодних проблем у 54,6% та 60,8% підприємств відповідно. Крім того, для більшості МСП реєстрація відбувалася прозоро: 86,5% МСП не стикалися з необхідністю сплачувати хабарі. Значні проблеми принаймні з одним з зазначених аспектів виникали у 20,9% МСП.

Рис. 21. Аспекти процедури реєстрації, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %



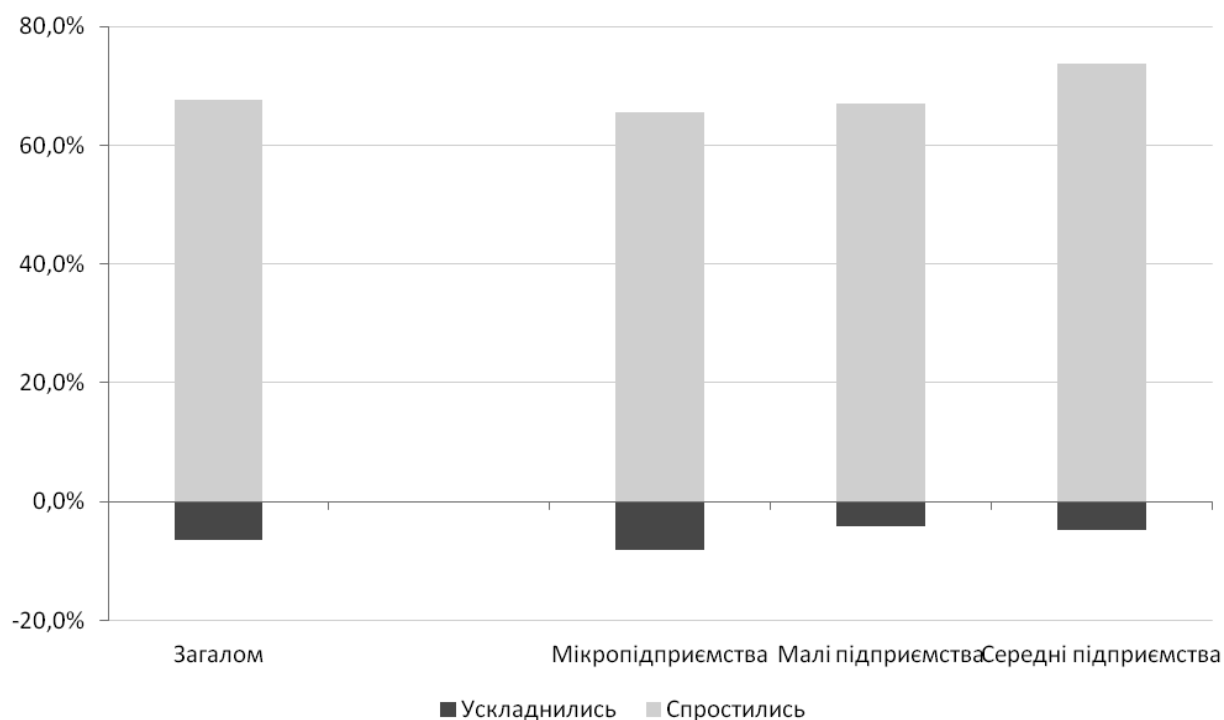
¹⁵ Курсивом відмічені органи, які станом на зараз вже не проводять реєстраційні дії, але проводили їх раніше.

Менші за розміром підприємства частіше повідомляють про труднощі у процесі реєстрації: так, значні проблеми виникали у 24,9% мікро- та 20,4% малих підприємств, тоді як серед середніх підприємств відповідна частка становить 10,2%. При цьому мікропідприємства частіше за інші групи повідомляють про необхідність сплачувати хабарі та проблеми з тривалістю процедури.

Найчастіше про проблеми у процесі реєстрації повідомляють підприємства Києва, а також Полтавської, Дніпропетровської, Рівненської, Житомирської та Харківської областей. У цих регіонах певні складнощі з реєстрацією виникали у кожного третього підприємства. З проблемою тривалості процедури при реєстрації частіше стикалися МСП Полтавської (28,6%), Хмельницької (27,8%) та Харківської областей (26,1%), її вартості – Хмельницької (22,2%) та Запорізької (20,0%) областей. Складність реєстрації є більшою проблемою для МСП Хмельницької та Полтавської областей (22,2% та 21,4% відповідно), тоді як необхідність сплачувати неофіційні платежі – для МСП Харківщини (17,4%).

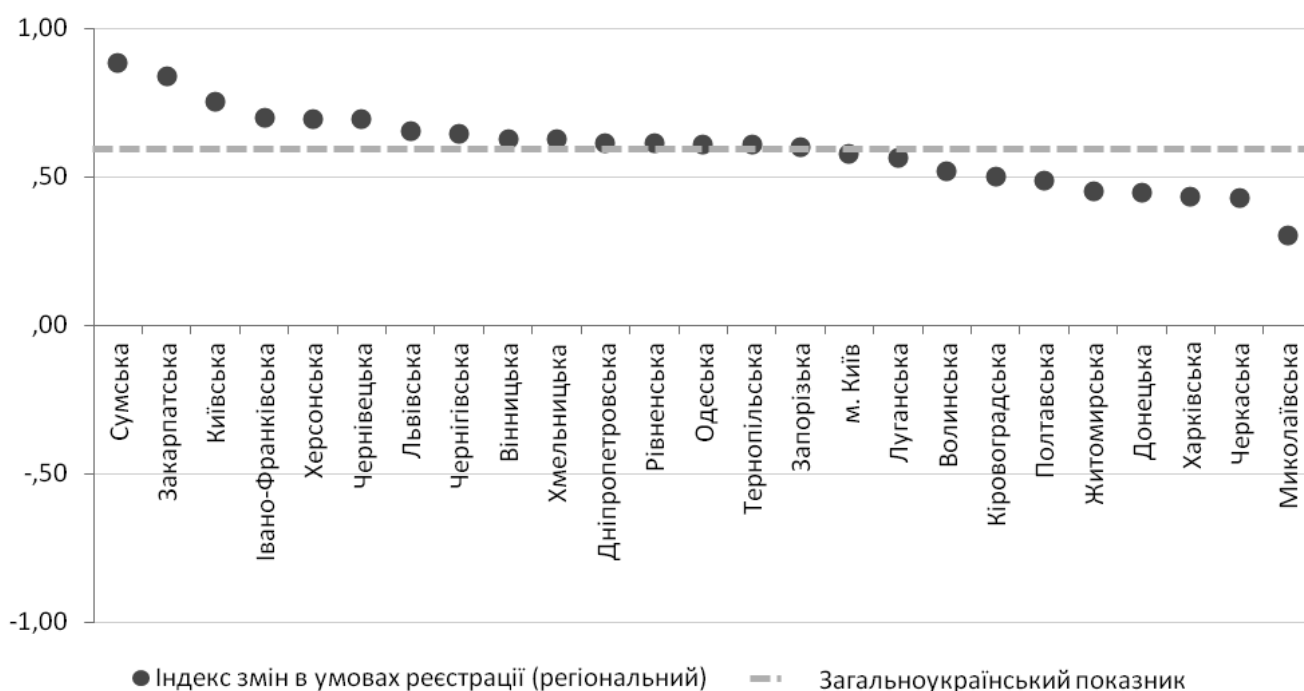
Порівнюючи процес реєстрації у 2016 та 2013 роках більшість респондентів (67,6%) повідомляють про спрощення її умов. Відсутність змін зазначили 25,9% опитаних та лише 6,5% повідомляють про ускладнення процедури реєстрації. Відповідно, індекс змін умов та процесу регуляторної процедури додатний та становить +0,6. Оцінки не пов'язані з розміром підприємств – мікро-, малі та середні підприємства однаково позитивно оцінюють зміни в процедурі реєстрації.

Рис. 22. Оцінка змін в умовах і процесах реєстрації, 2016р. до 2013р., %



Найкраще оцінюють зміни у процедурі реєстрації МСП Сумської, Закарпатської, Київської та Івано-Франківської областей (індекс оцінки змін тут перевищує +0,7), найгірше – МСП Черкаської, Харківської та Миколаївської областей (індекс оцінки змін не перевищує +0,43).

Рис. 23. Індекс змін регуляторної процедури, 2016р. до 2013р., за регіонами

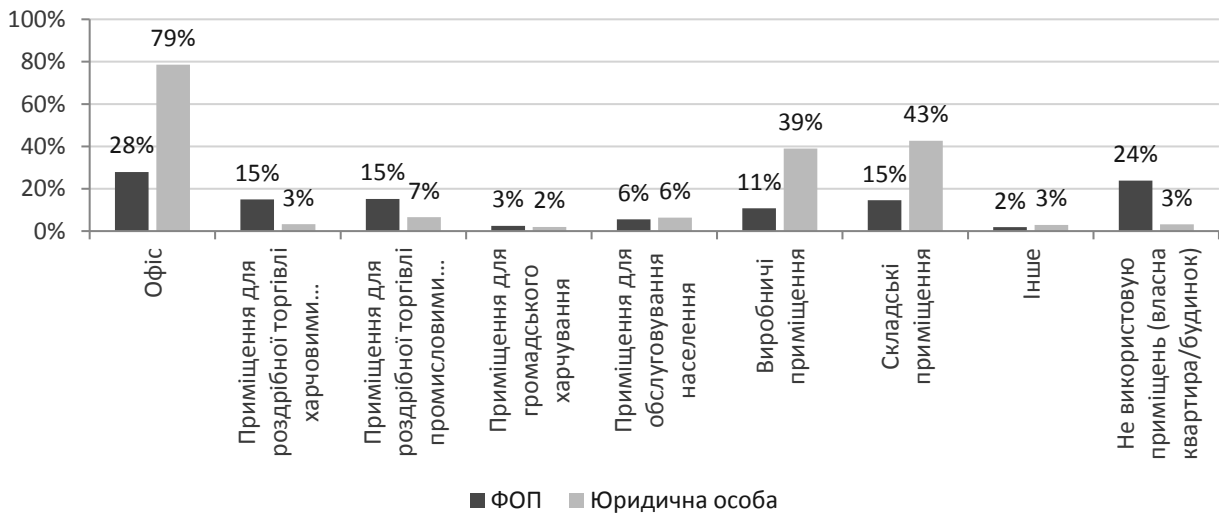


4.4 Процедури пов'язані із будівництвом та введенням в експлуатацію приміщень

Для ведення своєї діяльності підприємці використовують офіси, виробничі приміщення, приміщення для роздрібної торгівлі, обслуговування населення тощо. Використання приміщень може відбуватися як на підставі власності, так і на підставі оренди (у держави/приватного власника). Загалом, офіси для ведення бізнесу використовують 64,2% опитаних, складські приміщення – 34,7%, виробничі приміщення – 31,0%. Також 9,1% респондентів використовують приміщення для роздрібної торгівлі, 6,4% - для обслуговування населення, 2,1% - для громадського харчування, 3,4% - використовують інші види приміщень. 9,1% МСП не використовують приміщення (ведуть бізнес у власній квартирі або будинку).

Офіси, виробничі та складські приміщення, приміщення для обслуговування населення частіше використовують підприємства-юридичні особи, тоді як ФОПи частіше не мають окремих приміщень для ведення діяльності, або використовують приміщення для роздрібної торгівлі харчовими або промисловими товарами.

Рис. 24. Типи приміщень, які використовують МСП, за організаційно-правовою формою, % опитаних



Більше половини респондентів використовують орендовані площі: 56,9% - орендують їх у приватних власників, 8,9% - у держави, 34,2% є власниками відповідних приміщень.

Рис. 25. Типи приміщень, які використовують МСП, та підстави їх використання (% респондентів)



Зазначимо, що орендують, насамперед у приватного власника, здебільшого менші за розмірами підприємства: так, серед мікропідприємств приміщення у приватних осіб орендують 62,7%, у держави – 8,8%, серед малих підприємств – 55,8% та 10,3% відповідно, серед середніх – 35,4% та 8% відповідно. Натомість більші підприємства здебільшого мають приміщення у власності (56,6% середніх підприємств, серед мікро- та малих підприємств – 28,5% та 34,0% відповідно).

Відповідно до результатів опитування, близько п'ятої частини опитаних (21,9%) будували або ремонтували приміщення, та, відповідно, проходили необхідні дозвільні процедури. Так, 9,2% респондентів мали отримувати дозволи у зв'язку з будівництвом, а 12,7% - у зв'язку з ремонтом/реконструкцією приміщення.

Перш ніж розпочати будівельні роботи, під якими маються на увазі роботи з нового будівництва, реконструкції, технічного переоснащення діючих підприємств, реставрації, капітального ремонту, підприємець має здійснити ряд процедур. Теж саме стосується і початку користування збудованим (відремонтованим) приміщенням. Регулювання будівельних робіт у 2016 році здійснювалося відповідно до Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності», редакція від 10.11.2015. Так, прийняття рішення про початок будівництва та прийняття в експлуатацію здійснювалося залежно від ступеня складності об'єкта будівництва: у випадку об'єктів I – III категорії складності застосовувався декларативний принцип, тоді як для об'єктів IV та V категорій складності необхідно провести експертизу та отримати дозвіл. Законом передбачався принцип «мовчазної згоди», за яким заявник отримував право на виконання будівельних робіт у разі, коли інспекція державного архітектурно-будівельного контролю не поінформувала його про результати розгляду відповідних документів. Наведені надалі дані щодо вартості введення у користування приміщень, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, стосуються підприємств, які здійснювали відповідні процедури починаючи з 2012 року.

Серед підприємств, які були опитані у період з 2012 по 2016 рік будівництвом приміщень займалися 19 підприємств, тому наведені далі дані є описовими і носять ілюстративний характер. Так, відповідно до результатів дослідження, МСП витрачає у середньому 216 днів на проходження процедур, необхідних для будівництва та введення в експлуатацію приміщення¹⁶. При цьому, для 50% респондентів отримання всіх дозволів зайняло значно менше часу – до 90 днів, що свідчить про окремі випадки, в яких тривалість процедури суттєво відрізняється від середнього значення. Про сплату неофіційних або добровільних платежів у ході будівництва повідомили більше половини МСП – 63,6%.

Виконання регуляторних процедур перед початком будівництва зайняло у МСП у середньому 144 дні (для 50% респондентів – до 90 днів). На процедури, пов'язані з прийняттям об'єкту будівництва в експлуатацію, МСП витрачали в середньому 110 днів, при цьому для половини з них часові витрати не перевищили 30 днів. У ході процедури МСП сплачували офіційні платежі, платежі за проведення експертизи та оцінки, витрати на нотаріальні посвідчення та платежі юристам і посередникам. Значна частина МСП вказала на сплату неофіційних або добровільних внесків. Основні напрями платежів на проходження процедур, пов'язаних з будівництвом, подані у таблиці.

Таблиця 10. Напрями платежів на проходження процедур (будівництво)

	Виконання всіх процедур до початку будівництва (% тих, хто платив)	Прийняття об'єкта в експлуатацію (% тих, хто платив)
Офіційні платежі	83,8%	50,0%
Платежі за проведення експертизи та оцінки	62,4%	62,5%
Витрати на нотаріальні посвідчення	54,9%	45,5%
Платежі юристам/посередникам	26,0%	20,0%
Добровільні пожертви/неофіційні платежі	19,8%	11,1%

50,0% МСП повідомили про контроль процесу будівництва з боку місцевих або державних органів влади. В результаті 37,5% підприємств, які займалися будівництвом приміщення, сплачували офіційні платежі до відповідних органів влади, крім цього, 18,8% МСП повідомили про сплату неофіційних платежів.

Регулювання ремонтних робіт так само передбачає два етапи: отримання всіх дозволів на здійснення процедури та прийняття приміщення в експлуатацію по закінченню всіх робіт. За період з 2012 по 2016 роки ремонтували або реконструювали приміщення 4,7% МСП (87 респондентів). На виконання всіх необхідних процедур МСП витратили у середньому 102 дні, витрати ж половини з них склали до 60 днів. Пряма вартість всього процесу склала в середньому

¹⁶Йдеться про найбільш типове, на думку респондента, приміщення для його підприємства.

23128 грн. (для 50% респондентів сума не перевищила 12000 грн.). При цьому, про сплату неофіційних або добровільних платежів повідомили 55,1% МСП.

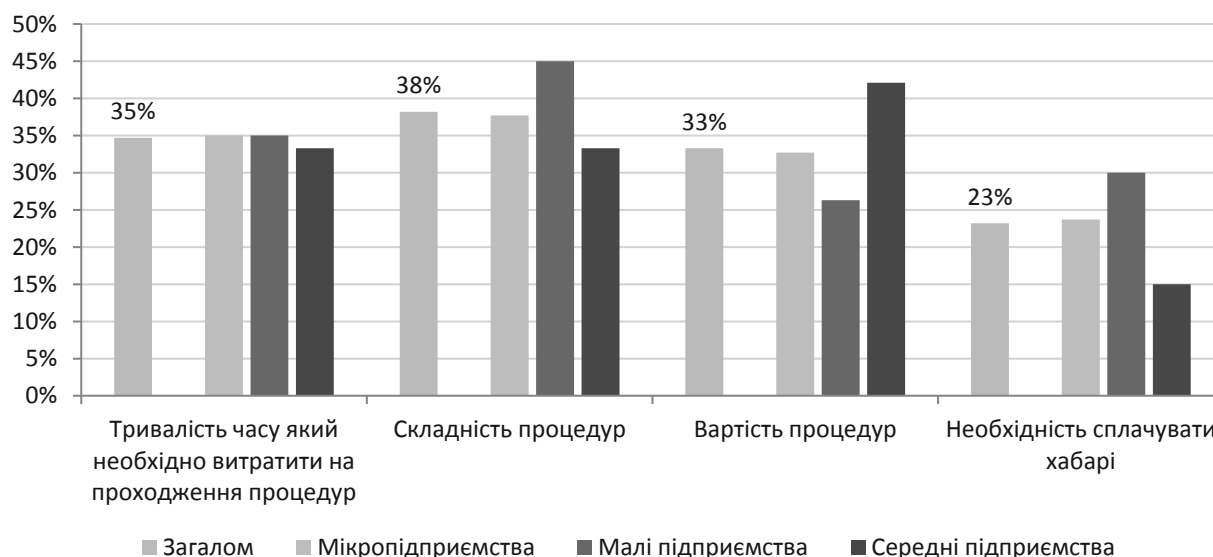
Так, на першому етапі витрати підприємств становили у середньому 94,5 дня та 24297 грн. загалом. При цьому 50% МПС повідомили про отримання всіх необхідних дозволів у термін до 45 днів. Вартість процедури для половини респондентів не перевищила 15000 грн. У зазначену суму входять як офіційні платежі, так і платежі за проведення експертизи та оцінки, витрати на нотаріальні посвідчення, платежі юристам або посередникам. Про сплату неофіційних та (або) добровільних внесків повідомили 46,3% МСП.

Таблиця 11. Напрями платежів та орієнтовні витрати на проходження процедур (ремонт)

	Отримання дозволів на ремонт та перепрофілювання (%)	Прийняття приміщення в експлуатацію по закінченню всіх робіт
Офіційні платежі	81,0%	63,3%
Платежі за проведення експертизи та оцінки	77,4%	39,1%
Витрати на нотаріальні посвідчення	50,9%	33,3%
Платежі юристам/посередникам	42,6%	20,8%
Добровільні пожертви/ неофіційні платежі	46,3%	26,9%

На прийняття об'єкта в експлуатацію МСП витратили у середньому 53,2 дня, для 50% часові витрати не перевищували 27,5 днів. При цьому, 51,4% МСП повідомили про відсутність платежів, тоді як решта оцінили прямі витрати у середньому на рівні 8513 грн. (50% - не більше 6000 грн.). Про неофіційні та добровільні внески повідомили 26,9% респондентів. Напрями витрат на проходження ремонтних процедур наведено у таблиці.

Рис. 26. Аспекти процедур, пов'язаних з початком користування приміщеннями, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %

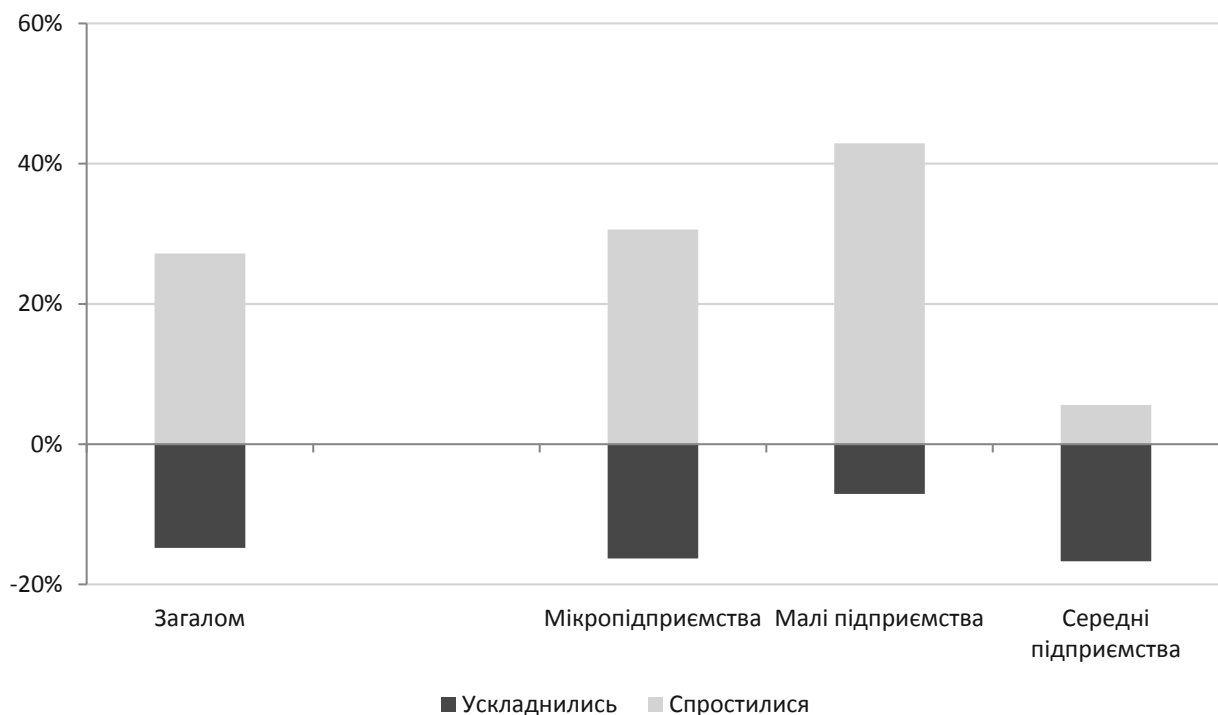


Оцінюючи різні аспекти регуляторних процедур, пов'язаних з початком користування приміщеннями, МСП відзначають, що значні проблеми викликають складність процедур (38,2%), тривалість часу, який необхідно витратити на їх проходження (34,7%), та вартість процедур (33,3%). Вимоги сплачувати хабарі на початку користування приміщеннями є значною проблемою для 23,2% МСП. Малі підприємства частіше у якості проблеми

відзначають складність процедур (45,0%), тривалість часу (35,0%) та необхідність сплачувати хабарі (30,0%), рідше – вартість процедур (26,3%). Для середніх підприємств, навпаки, вартість процедур є найбільшою проблемою (42,1%) серед пов'язаних з користуванням приміщеннями.

Загалом, при порівнянні процесів та умов, пов'язаних з початком користування приміщеннями у 2016 році та 3 роки тому, переважають позитивні оцінки (індекс змін додатний та становить +0,12). Так, спрощення ситуації відзначають 27,2% респондентів, тоді як ускладнення – 14,8%. Найкраще оцінюють зміни малі підприємства: тут індекс змін регуляторної процедури становить +0,36, тоді як у групі мікропідприємств - +0,14, а у групі середніх він взагалі від'ємний та становить -0,11. Фізичні особи-підприємці частіше за юридичних осіб дають позитивні оцінки змін процесів та умов, пов'язаних з користуванням приміщеннями: так, спрощення умов та процесів відзначили 27,8% ФОП, тоді як ускладнення – 16,7%, індекс змін регуляторної процедури для ФОПів становить +0,20. Серед юридичних осіб спрощення відзначили 24,6% МСП, ускладнення – 14,8%, індекс змін склав +0,10.

Рис. 27. Оцінка змін процесів і умов, пов'язаних з початком користування приміщенням порівняно з 2012 роком (% за розміром підприємств)



4.5 Ліцензування

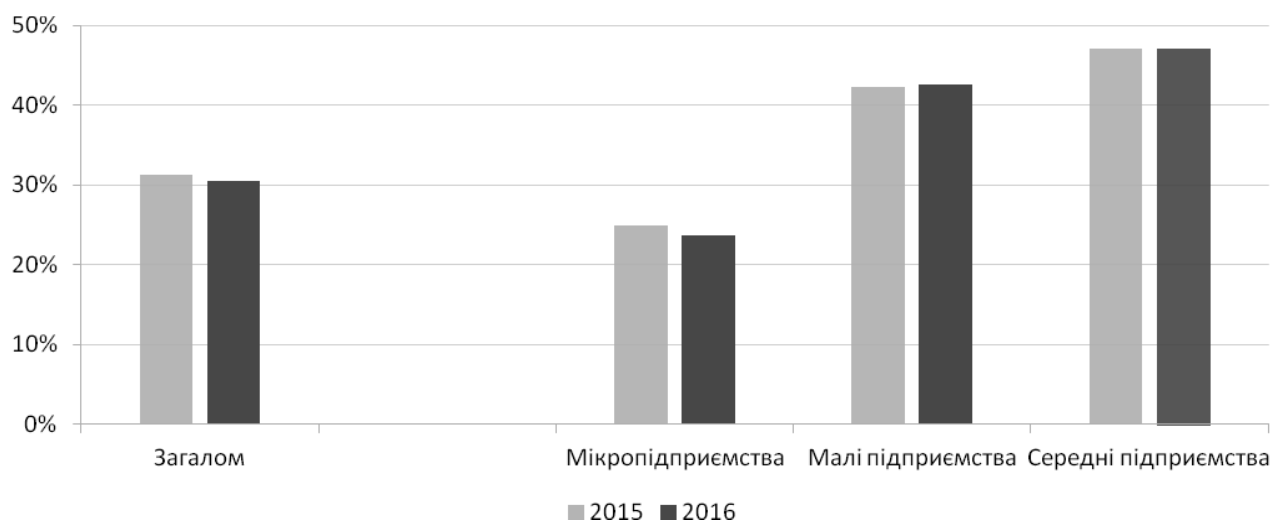
Окремі види господарської діяльності підлягають ліцензуванню. Відповідно, перш ніж розпочати свою діяльність, підприємці мають звернутися до державних органів та отримати ліцензії. Згідно законодавства, ліцензія – це документ, що надається органом ліцензування на право провадження суб'єктом господарювання певного виду господарської діяльності, яка підлягає ліцензуванню. Тобто ліцензія – це дозвіл на здійснення певних видів господарської діяльності. Суспільні відносини у сфері ліцензування видів господарської діяльності регулюються ЗУ «Про ліцензування видів господарської діяльності», крім цього, у випадку окремих видів господарської діяльності діють ЗУ «Про банки і банківську діяльність», ЗУ «Про телебачення і радіомовлення», ЗУ «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів» тощо.

В межах даного дослідження ми використовуватимемо поняття «ліцензійне покриття» - відсоток компаній, які отримували принаймні одну ліцензію. Ліцензійне покриття є важливим індикатором масштабу регулювання державою підприємницької діяльності.

На момент опитування 30,5% МСП мали принаймні одну ліцензію. Рівень ліцензійного покриття статистично значущо пов'язаний з розміром підприємств. Так, якщо 24,9% мікропідприємств мають принаймні одну ліцензію, то серед малих та великих підприємств зазначений показник становить 42,6% та 47,1% відповідно. Зараз не мають, але раніше мали ліцензії 11,7% МСП, ще 57,7% підприємств не мають і ніколи на мали ліцензії.

Порівняно з попереднім роком ситуація практично не змінилася як загалом, так і серед підприємств різного розміру: у першій хвилі опитування покриття ліцензіями становило 31,3%, серед мікропідприємств ліцензії мали 24,9%, серед малих та середніх – 42,2% та 47,1% відповідно.

Рис. 28. Ліцензійне покриття у 2015 та 2016 рр.



Серед фізичних осіб-підприємців ліцензії мають 20,1%, що значно менше за цей же показник серед юридичних осіб – 34,7%. Частіше ліцензується діяльність підприємств будівельної сфери (69,7% мають ліцензії) та сфери послуг (37,1%). Ліцензійне покриття підприємств сфери торгівлі у 2016 році становило 25,2%, промисловості – 23,4%, сільського господарства – 25,0%

У середньому МСП мають по 2,0 ліцензії (у 2015 році відповідний показник становив 1,9 ліцензії), при цьому 67,9% підприємств мають 1 ліцензію. Мікропідприємства мають у середньому 1,6 ліцензії, малі – 2,5 ліцензій, середні – 2,3 ліцензії.

ФОПи у середньому мають 1,8 ліцензії, юридичні особи – 2,1. Найбільше ліцензій мають підприємства сфери торгівлі – у середньому 3,1 ліцензії та промисловості – 2,1. У середньому про 1,7 ліцензії повідомляють підприємства сфери послуг, 1,6 – будівництва та 1,4 – сільського господарства.

Відповідно до ст. 12 ЗУ «Про ліцензування видів господарської діяльності» ліцензії видаються безстроково. Разом з тим, у випадку окремих видів господарської діяльності ліцензії обмежуються певним терміном (строки їх дії та вартість регулюються іншими документами). Так, строк дії ліцензії у випадку виробництва і торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами становить 5 років.

За результатами опитування 2016 року, безстрокові ліцензії мають 35,9% МСП, тоді як у 2015 році цей показник становив 28,6%. Серед мікропідприємств безстрокові ліцензії мають 36,7%, серед малих – 37,5%. Частка середніх

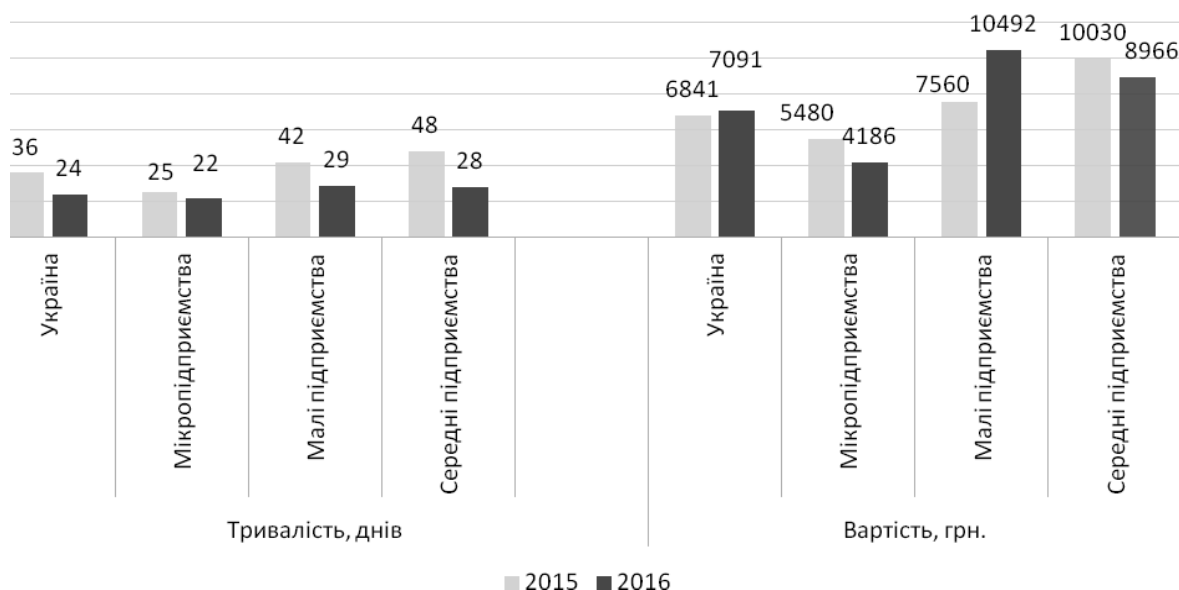
підприємств, які мають безстрокові ліцензії, становить 31,2%. Частіше про наявність безстрокових ліцензій повідомляють МСП сфери послуг (41,0%), найрідше – будівництва (9,8%). Серед промислових підприємств безстрокові ліцензії мають 23,3%, серед сільськогосподарських – 16,7%, серед підприємств сфери торгівлі – 24,2%.

69,4% МСП мають строкові ліцензії, термін дії яких становить у середньому 3,7 року, при цьому раз на рік і частіше 35,4% підприємств потребують оновлення ліцензії. Середній термін дії ліцензії у випадку мікропідприємств становить 3,2 року, малих – 3,8 року та середніх – 4,7 року. Фізичні особи-підприємці отримують ліцензії у середньому на 1,9 року, юридичні особи – на 4,2 року. У МСП сфери промисловості, будівництва та торгівлі середній термін дії строкової ліцензії становить близько п'яти років, у аграріїв – близько трьох, у МСП сфери торгівлі – близько двох років.

Відповідно до результатів опитування, процедура отримання однієї ліцензії займала у підприємства в середньому 24,3 дня, разом з цим, для половини МСП тривалість процедури не перевищила двох тижнів. Пряма вартість процесу становила у середньому 7091 грн., для 50% підприємств – не більше 3000 грн. Порівняно з даними попередньої хвили опитування можна говорити про спрощення процедури у плані тривалості: так, у 2015 році отримання ліцензії займало в середньому 36,4 дня, що у грошовому еквіваленті («непряма вартість») становило більшу частину вартості процедури. Натомість, прямі грошові витрати фактично не змінилися – у 2015 році пряма вартість ліцензії становила в середньому 6841 грн. (для 50% підприємств – не більше 3000 грн.).

Загальна вартість процедури отримання ліцензії, включаючи непрямі платежі, склала в середньому 13048 грн., що нижче за показник попереднього року (14713 грн.). Зниження загальної вартості процедури пов'язано, насамперед, зі скороченням часових витрат.

Рис. 29. Тривалість та вартість отримання ліцензії у 2015 та 2016 рр.



Для більших за розміром підприємств характерні більші як часові, так і грошові витрати при отриманні ліцензії. Водночас порівняно з 2015 роком для малих та середніх підприємств значно скоротилася середня тривалість проходження процедури (відповідно 42,1 і 47,7 дня у 2015 році та 29,0 і 27,6 дня у 2016). Також у порівнянні з 2015 роком спостерігається скорочення грошової вартості отримання ліцензії для мікропідприємств.

Підприємства-юридичні особи повідомляють про більші часові та грошові витрати: тривалість отримання ліцензії у 2016 році становила у середньому 27,6 дня, вартість, включаючи всі офіційні та неофіційні платежі – 8920 грн. Для фізичних осіб-підприємців ці показники становлять у середньому 17,3 дня та 3212 грн.

Крім офіційної плати, 19,4% респондентів повідомили про сплату платежів за проведення експертизи та оцінки, 24,0% – про витрати на нотаріальні посвідчення. Про добровільні пожертви та неофіційні платежі повідомили 17,0% респондентів, що перевищує показник попереднього року (13,2% респондентів).

У менших за розміром підприємствах частіше повідомляють про неофіційні витрати. Так, якщо у групі середніх підприємств про неофіційні внески та добровільні платежі повідомили 11,1% респондентів, серед малих підприємств цей показник становить 13,8%, а серед мікропідприємств – вже 20,0%. ФОПи дещо частіше за юридичних осіб повідомляють про сплату неофіційних платежів: 20,5% проти 15,7%.

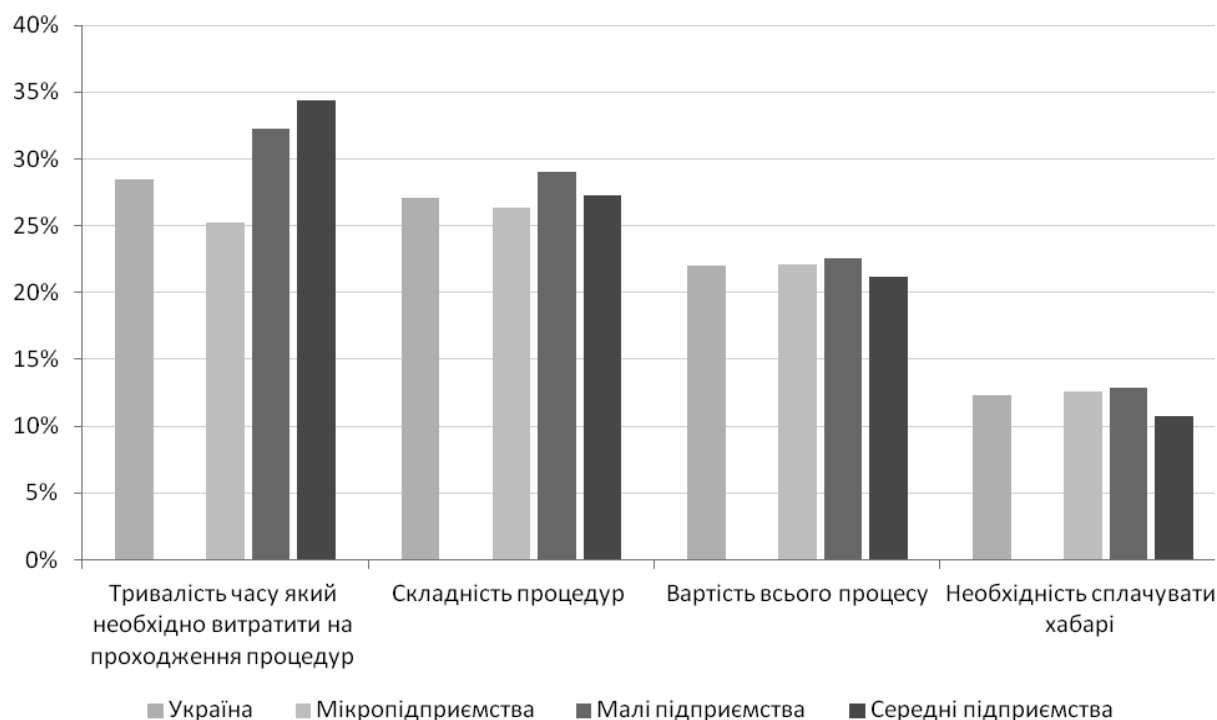
Таблиця 12. Основні показники, регулювання ліцензування, % опитаних

	2015	2016
Покриття (%)	31,3%	30,5%
Кількість ліцензій	1,9	2,0
Безстрокові ліцензії (%)	28,6%	30,6%
Тривалість отримання однієї ліцензії (днів)	36,4	24,3
Пряма вартість однієї ліцензії (грн.)	6841	7091
Рівень неофіційних платежів (%)	13,2%	17,0%
Загальна вартість отримання однієї ліцензії (грн.)	14713	13048

У рейтингу проблемності регуляторних процедур ліцензування знаходиться на 6 позиції зі значенням індексу «проблемності» 2,4 (де 1 – не проблема, 5 – значна проблема). Це свідчить про те, що проблеми у цій сфері виникають, однак не так часто і зазвичай незначні (ліцензування не вважають проблемою для ведення власної діяльності 42,6% респондентів). Часові та грошові витрати на ліцензування не викликають проблем у 32,9% та 33,3% МСП відповідно. У 41,5% підприємств не викликає труднощів складність процедур ліцензування, а 79,2% – не стикалися зі сплатою хабарів в процесі ліцензування. Про значні труднощі принаймні з одним з аспектів ліцензування повідомили 44,4% МСП. Найчастіше проблеми викликані тривалістю та складністю процедури ліцензування (28,5% та 27,0% відповідно), рідше – пов'язані з вартістю процесу (22,0%) та необхідністю сплачувати хабарі (12,3%).

Більші за розміром підприємства частіше називають тривалість процедури ліцензування у якості вагомої проблеми: так, для 34,4% середніх та 32,3% малих підприємств тривалість часу, який необхідно витратити на проходження процедури, є значною проблемою (у мікропідприємств цей показник становить 25,3%). Частки підприємств, які назвали у якості значних проблем інші аспекти ліцензування істотно не відрізняються у групах мікро-, малих та середніх підприємств.

Рис. 30 Аспекти процедур, пов'язаних з ліцензуванням, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %

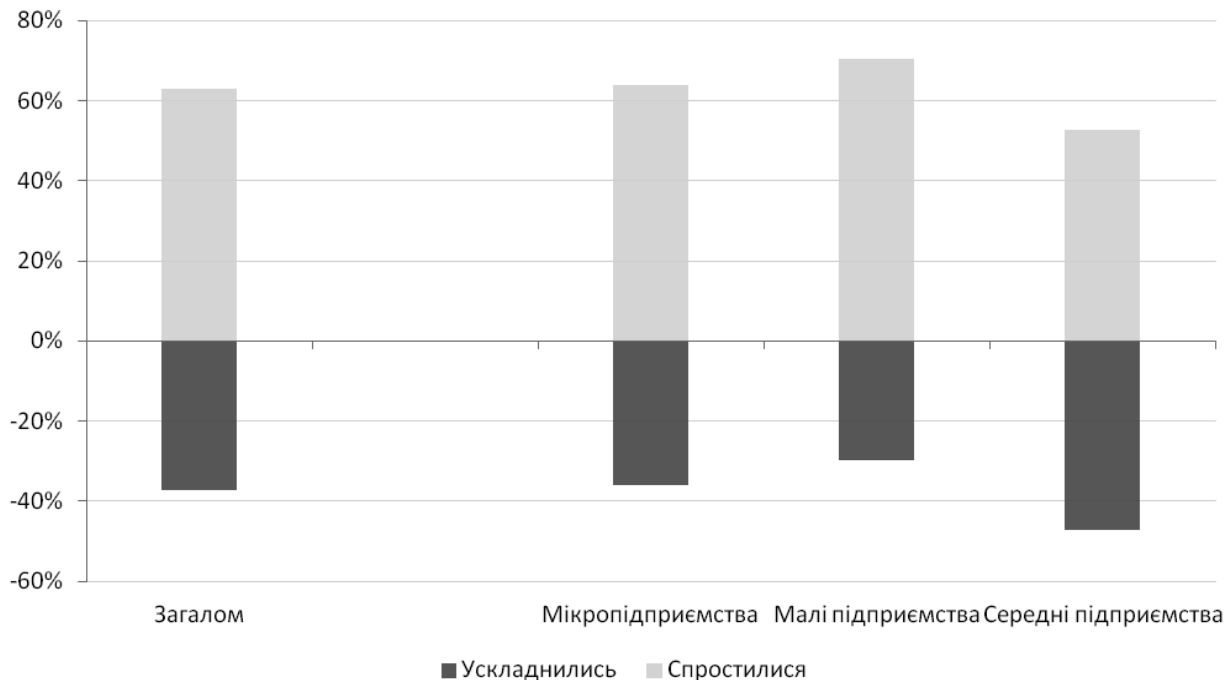


Підприємства-юридичні особи частіше стикаються зі складнощами внаслідок тривалості часу, який необхідно витратити на проходження процедури ліцензування (значні труднощі у 32,1% проти 20,4% у групі ФОПів). Складність та вартість процедури лцензування, а також хабарництво є однаковою мірою проблемними для обох груп підприємств.

У цілому, МСП швидше позитивно оцінюють зміни у процесах та умовах, пов'язаних з отриманням ліцензій. Так, у порівнянні з 2013 роком у 29,9% МСП повідомили про спрощення процедури ліцензування, тоді як її погіршення констатували 17,7%. Відсутність змін зазначили 52,4% респондентів. Відповідно, індекс оцінки змін цієї процедури додатний та становить +0,1, що свідчить про незначне покращення в умовах та процесах, пов'язаних з отриманням ліцензії.

Хоча оцінки підприємств різних розмірів мають незначні відмінності, середні підприємства у порівнянні з іншими, частіше наголошують на ускладненні процедури отримання ліцензій, натомість малі – констатують її спрощення. Відповідно, індекс оцінки змін у регуляторній процедурі найвищий у групі малих підприємств та становить +0,2, тоді як найнижчий у групі середніх підприємств (+0,03).

Рис. 31. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з отриманням ліцензій, 2016р. до 2013р



Фізичні особи-підприємці дещо позитивніше за юридичних осіб оцінюють зміни в умовах та процесах, пов'язаних з отриманням ліцензій: про спрощення повідомили 29,2% ФОПів, про ускладнення – 11,1% (індекс змін регуляторної процедури - +0,2). Серед юридичних осіб ці показники становлять 30,1% та 19,7% відповідно, індекс - +0,1.

Серед МСП різних видів діяльності найгірше зміни у ситуації з ліцензуванням оцінюють промислові підприємства: індекс змін регуляторної процедури від'ємний та становить -0,1. Ускладнення в умовах та процесах ліцензування відзначили 30,6% промислових підприємств, спрощення – 25,0%. Не надто позитивні оцінки дали і підприємства сфер будівництва та послуг: індекси +0,03 та +0,1 відповідно. Підприємства інших видів діяльності частіше наголошують на спрощенні ситуації з ліцензуванням: індекс змін регуляторної процедури становить +0,3 для МСП сфери торгівлі та сільського господарства.

4.6 Регулювання продукції й послуг

Якість та безпека продукції і послуг в Україні регулюється через систему оцінки відповідності (сертифікація), та гігієнічні й санітарні дозволи. Сертифікат відповідності - документ, що підтверджує виконання визначених вимог, які стосуються об'єкта оцінки відповідності. Для підтвердження факту відповідності може використовуватися як декларація виробника, так і оцінка «третьою стороною» - із залученням відповідних органів з оцінки відповідності¹⁷.

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи (гігієнічний/санітарний висновок) засвідчує відповідність (невідповідність) об'єкта експертизи медичним вимогам безпеки для здоров'я і життя людини, затверджується відповідним головним державним санітарним лікарем і є обов'язковим для виконання власником об'єкта експертизи¹⁸. Санітарні й гігієнічні висновки впроваджуються безпосередньо державними органами.

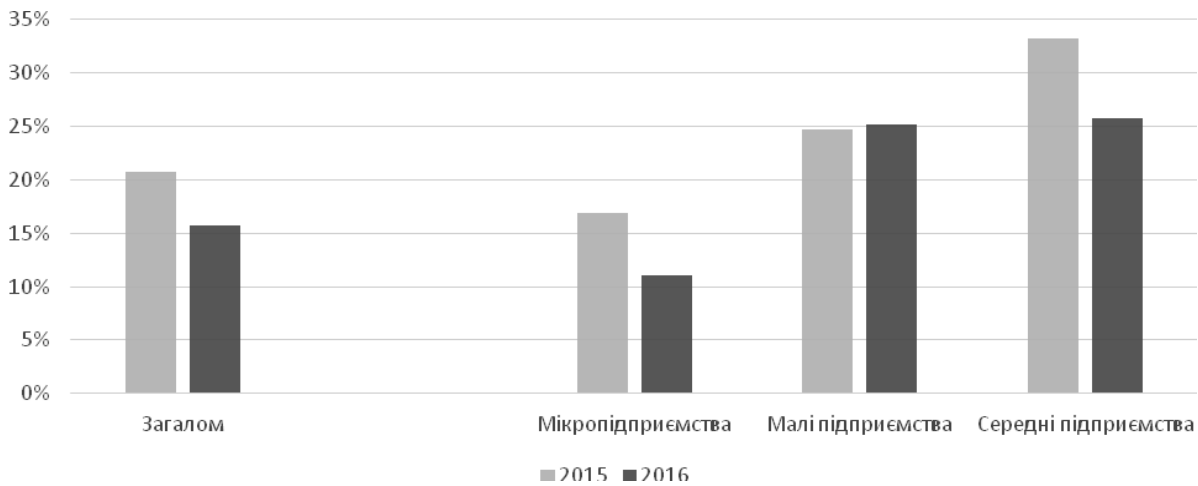
Регуляторне покриття такими сертифікатами й дозволами – важливий індикатор масштабу державного регулювання продукції і послуг. Про необхідність сертифікації продукції або послуг у 2016 році повідомили 15,8% респондентів (у

¹⁷ ЗУ Про технічні регламенти та оцінку відповідності

¹⁸ ЗУ Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення

попередньому році зазначений показник становив 20,7%). Сертифікацією продукції або послуг частіше займаються більші за розміром підприємства: на необхідність отримання сертифікатів вказали у 25,2% малих, 25,7% середніх та 11,1% мікропідприємств.

Рис. 32. Покриття сертифікатами відповідності, 2016 р. до 2013 р., %



Відповідно, частіше сертифікують продукцію або (і) послуги підприємства-юридичні особи – 19,4% повідомили про необхідність отримання сертифікатів відповідності, тоді як серед ФОПів цей показник становить 6,7%. Серед сільськогосподарських підприємств сертифікати відповідності мають отримувати 27,1%, серед промислових – 35,2%, серед підприємств сфери торгівлі – 11,6%, послуг – 8,7%, будівництва – 7,5%.

На сьогоднішній день 55,1% МСП мають сертифікованою продукцію, що виготовляється серійно, 42,1% - окремі партії продукції або окремі продукти, 13,4% - обладнання та 24,3% - послуги. Обладнання частіше сертифікують фізичні особи-підприємці (31,1% проти 11,1% серед юридичних осіб), те ж саме стосується сертифікації послуг (серед ФОПів сертифікованими послуги мають 34,5%, серед юридичних осіб – 23,0%). Частка МСП, які мають сертифікованою продукцію або окремі партії продукції, однакова у обох групах.

У середньому МСП сертифікують власну продукцію або послуги 6,4 рази на рік (у 50% випадків – 1 раз на рік). Більші за розміром підприємства частіше займаються сертифікацією продукції або послуг: середні підприємства отримують сертифікат відповідності у середньому 12,7 рази на рік, малі – 5,8 рази на рік, мікропідприємства – 5,0 разів на рік.

Серед підприємств, діяльність яких вимагає сертифікації, у поточному році сертифікат відповідності отримували 61,9%. На це, щоразу, витрачалося у середньому 15,2 дня (для половини МСП тривалість процедури не перевищила 7 днів) та 5343 грн. (для половини МСП вартість процедури не перевищила 2200 грн.). Зазначену суму склали офіційні платежі (у середньому 4713 грн., про їх сплату повідомили 89,9% респондентів), платежі юристам та посередникам (9,8%) та неофіційні витрати (11,7%). З урахуванням непрямої вартості, еквівалентної витраченому часу, загальна вартість сертифікації склала у середньому 12990 грн. (у 2015 році загальна вартість отримання сертифікатів відповідності становила у середньому 14381 грн., що свідчить про певне покращення ситуації).

Порівняно з 2015 роком, тривалість проходження процедури сертифікації дещо зросла, тоді як вартість, навпаки, знизилася. Так, за результатами першої хвили опитування, витрати на сертифікацію у 2015 році становили у середньому 14,3 дня та 6263 грн. (у 50% випадків витрати не перевищили 5 днів та 2075 грн.). При цьому про офіційні платежі повідомляли 72,2% (у середньому 4760 грн.), про платежі юристам та посередникам – 11,6%. Частка респондентів, які повідомили про сплату неофіційних платежів у 2016 році не змінилися порівняно з показником 2015 року і склала 11,2%.

Таблиця 13. Основні показники, пов'язані з сертифікацією у 2015 та 2016 роках

	2015	2016
Покриття (%)	21,0%	15,8%
Частота, разів на рік	4,4	6,4
Тривалість отримання сертифікату відповідності, днів	14,3	15,2
Вартість отримання (пряма), грн.	6263	5343
Рівень неофіційних платежів, %	11,2%	11,7%
Загальні витрати (включаючи непряму вартість), грн.	14381	12990

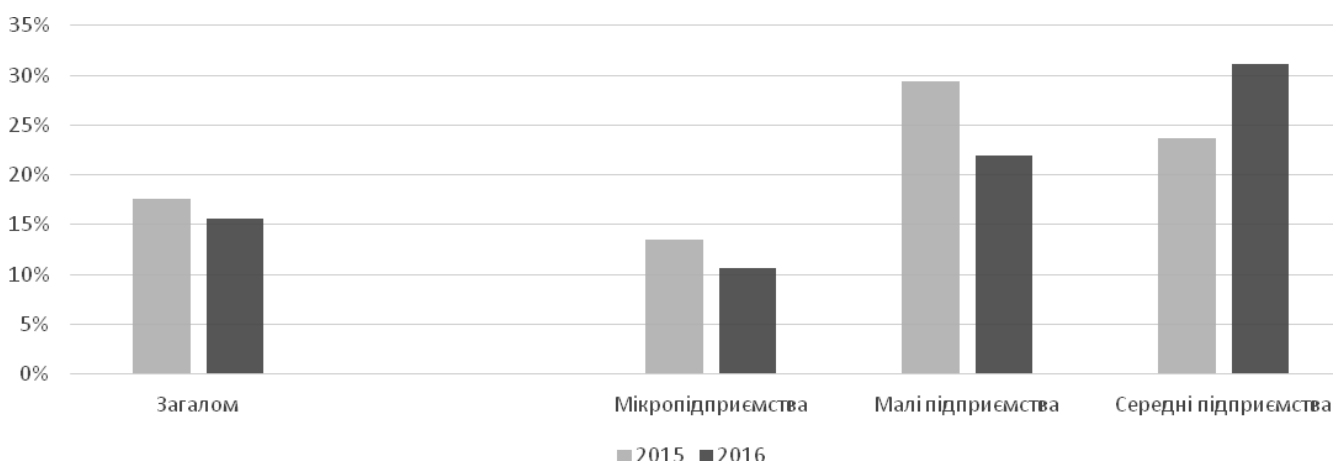
Витрати, пов'язані зі встановленням відповідності неоднакові для підприємств різного розміру. Так, процедура сертифікації виявилася менш тривалою для середніх підприємств, які, відповідно до результатів опитування, оформлювали сертифікат відповідності у середньому за 10,7 дня (у 50% випадків – не більш ніж за 5 днів). Натомість, малі та мікропідприємства повідомляють про отримання сертифікату у середньому протягом 17,3 та 16,8 днів відповідно (у 50% випадків часові витрати не перевищили 7 днів у обох групах).

Вартість процедури (як офіційна так і загальна) виявилася найбільшою для малих підприємств. Так, отримання сертифікату відповідності коштувало їм у середньому 6987 грн. (у 50% випадків вартість не перевищувала 3000 грн.). Мікропідприємства та середні підприємства заплатили за сертифікат в середньому близько 4600 грн. (при цьому у половині випадків вартість процедури для мікропідприємств не перевищила 2000 грн., середніх підприємств – 1250 грн.).

Про сплату неформальних платежів під час проходження процедури сертифікації найчастіше повідомляли малі підприємства. Так, відповідно до результатів опитування 18,2% малих підприємств та 10,7% мікропідприємств сплачували неофіційні платежі та добровільні внески, тоді як для середніх за розміром підприємств цей показник становить 6,7%.

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи є необхідним для 15,6% підприємств (у 2015 році відповідний показник становив 17,6%). Про необхідність документу частіше повідомляють більші за розміром підприємства: серед середніх підприємств гігієнічний висновок мають отримувати 31,1%, серед малих – 22,0%, тоді як серед мікропідприємств відповідний показник становить 10,6%. У середньому в опитаних підприємствах займаються отриманням такого висновку 4,3 рази на рік (у 50% випадків – 1 раз або рідше).

Рис. 33. Покриття санітарно-гігієнічними висновками, 2016 р. до 2013 р., %



Так само як і сертифікацією, отриманням санітарно-гігієнічних дозволів частіше займаються підприємства-юридичні особи (18,6% порівняно з 8,1% серед ФОПів). Зазначені документи мають отримувати здебільшого промислові підприємства (32,9%) та аграрії (30,3%). Серед підприємств сфери торгівлі санітарно-гігієнічний висновок отримують 10,6%, сфери послуг – 9,2%.

У 2016 році процедурою оформлення гігієнічного висновку займалися 62,6% МСП. Тривалість оформлення документу щоразу становила у середньому 8,8 дня, тоді як у 50% випадків не перевищила 5 днів. Середня вартість проходження процедури склала 2130 грн. (у 50% випадків не перевищила 1000 грн.). Зазначену суму склали як офіційні платежі (у середньому 1693 грн., про їх сплату повідомили 90,8% МСП), так і платежі юристам або посередникам (11,8%) та неофіційні витрати (9,5%). Враховуючи непряму вартість, загальні витрати на отримання санітарно-гігієнічного висновку протягом 2016 року склали у середньому 7937 грн.

Порівняно з попереднім роком витрати на отримання санітарно-гігієнічного висновку дещо зменшилися: так, загальна вартість процедури протягом 2015 року склала у середньому 9537 грн, що включає прямі витрати у розмірі 2673 грн. (у 50% випадків витрати не перевищували 740 грн.), та непрямі витрати еквівалентні тривалості процедури (так, на отримання дозволу МСП витрачали у середньому 9,0 днів щоразу). Майже не змінилася порівняно з попереднім роком і частка респондентів, які повідомили про сплату неофіційних та/або добровільних внесків – у 2016 році вона складає 9,5% (проти 10,9% у 2015 році).

Таблиця 14. Основні показники, пов'язані з отриманням санітарно-гігієнічного висновку у 2015 та 2016 роках

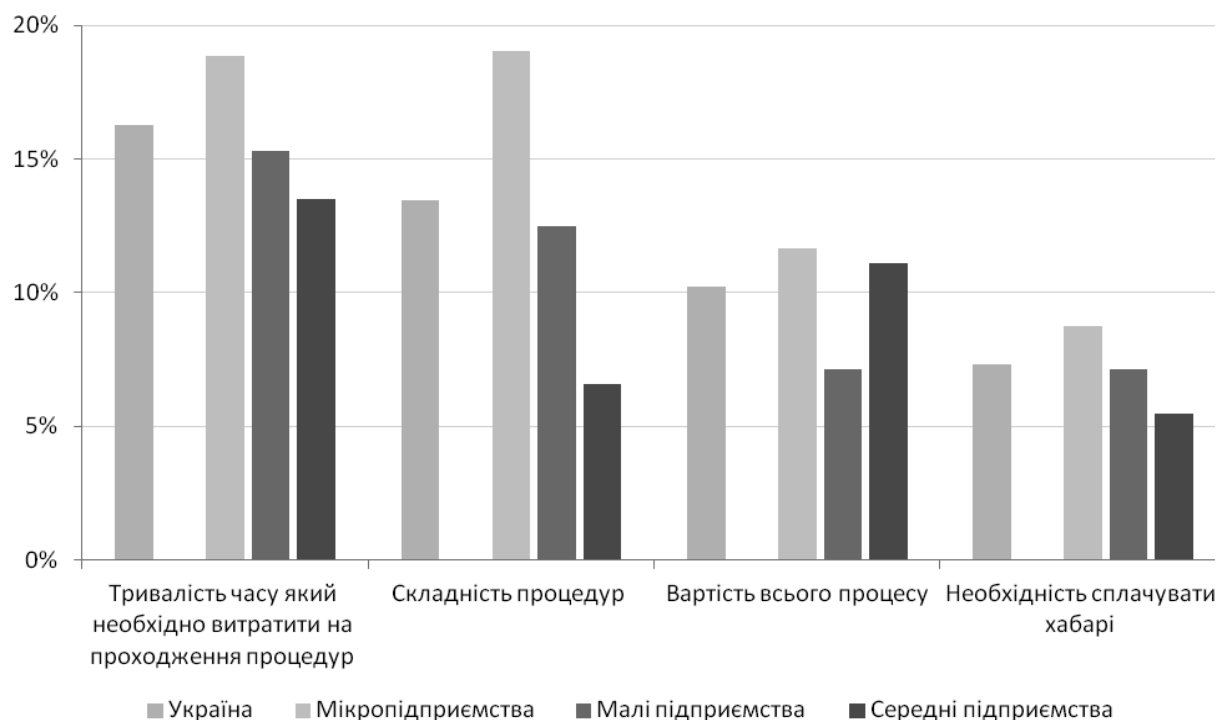
	2015	2016
Покриття (%)	17,6%	15,6%
Частота, разів на рік	5,0	4,3
Тривалість отримання гігієнічного висновку, днів	9,0	8,8
Вартість отримання (пряма), грн.	2673	2130
Рівень неофіційних платежів, %	10,9%	9,5%
Загальні витрати (включаючи непряму вартість), грн.	9537	7937

Часові витрати на проходження процедури незначно розрізняються у підприємств різних розмірів. Однак, серед мікропідприємств наявні випадки з великими показниками часу, витраченого на отримання гігієнічного висновку, через що середній показник тут вищий і становить 11,0 днів, хоча для 50% мікропідприємств отримання дозволу зайняло не більше 4 днів. У групах малих та середніх підприємств усереднені витрати часу становили близько 7 днів, тоді як для 50% не перевищили 5 днів. Вартість отримання гігієнічного висновку є вищою для більших за розміром підприємств: мікропідприємства витрачали на це у середньому 1275 грн., малі підприємства – 2083 грн., середні підприємства – 2597 грн. При цьому, у зазначених групах витрати для половини респондентів не перевищили 852 грн., 2083 грн. та 2597 грн. відповідно.

Малі та мікропідприємства частіше повідомляють про неофіційні витрати: добровільні або неофіційні внески мали по 13% респондентів у кожній групі. Для середніх підприємств цей показник є істотно нижчим і складає лише 2,1%.

Сертифікація або отримання санітарно-гігієнічних висновків викликає вагомі труднощі у 26,4% МСП через тривалість, вартість, складність процедури або необхідність давати хабарі. Не вважають проблемою зазначені аспекти технічного регулювання від 44% до 84% респондентів: тривалість та вартість процесу не є проблемою для 44,4% та 52,2% МСП відповідно, складність – для 43,9%, необхідність сплачувати хабарі – для 83,7% підприємств.

Рис. 34. Аспекти процедур, пов'язаних з сертифікацією та санітарно-гігієнічним регулюванням, які викликали значні проблеми у МСП (бали 4,5 де 1 – не було проблем, 5 – значні проблеми): за розміром підприємств, %

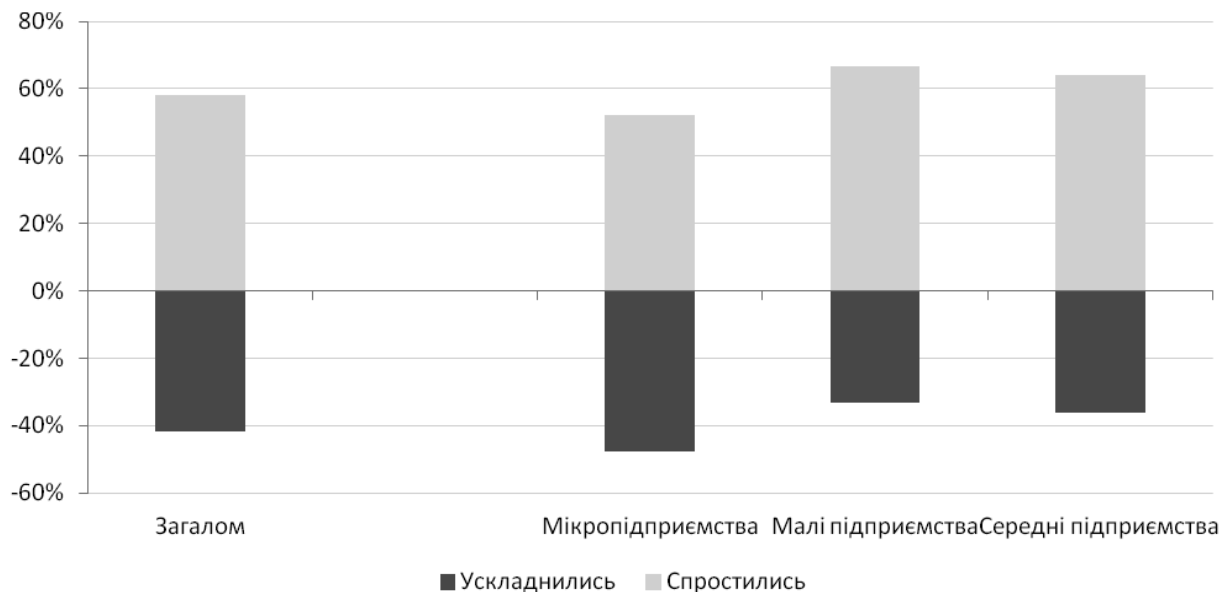


У менших за розміром підприємствах частіше повідомляють про труднощі через тривалість та складність процесу сертифікації або санітарно-гігієнічного регулювання, за іншими аспектами особливих відмінностей серед підприємств різного розміру немає.

Складність процедури отримання сертифікатів відповідності та (або) гігієнічного висновку частіше викликає проблеми у ФОПів (про значні труднощі повідомили 22,6%, серед юридичних осіб – 12,2%). За іншими аспектами процедур, пов'язаних з сертифікацією та санітарно-гігієнічним регулюванням, значущі розбіжності відсутні.

Порівнюючи процеси та умови, пов'язані з отриманням сертифікатів відповідності та санітарно-гігієнічних висновків у 2016 та 2013 роках, у МСП переважно наголошують на відсутності змін (62,6%). Проте, частка підприємств, у яких відзначили спрощення процедури дещо перевищує частку тих, де відзначили її ускладнення (21,8% та 15,6% відповідно). Так, індекс оцінки змін регуляторної процедури є додатним та становить +0,06.

Рис. 35. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з отриманням сертифікатів відповідності та гігієнічних висновків, 2016р. до 2013р.



Порівняно з підприємствами інших розмірів у мікропідприємствах найгірше оцінюють зміни у ситуації з технічним та санітарно-гігієнічним регулюванням – частки респондентів які відзначили спрощення та ускладнення практично рівні (23,2% та 21,2% відповідно). Так, індекс оцінки змін майже нейтральний та становить +0,02. Більш позитивно оцінили зміни у малих та середніх підприємствах: зазначені індекси становлять відповідно +0,12 та +0,08, що свідчить про деяке спрощення у процедурах отримання сертифікатів відповідності та санітарно-гігієнічних висновків.

ФОПи та юридичні особи однаково оцінюють зміни у ситуації з регулюванням отримання сертифікатів відповідності та санітарно-гігієнічних висновків: індекс змін регуляторної процедури +0,1 у обох групах. Натомість, деякі відмінності наявні в оцінках змін зазначених процедур МСП різних видів діяльності. Так, якщо підприємства аграрного, промислового та сектору торгівлі дають більшою мірою позитивні оцінки (індекси змін регуляторної процедури, відповідно +0,2, +0,1 та +0,1), то підприємства сфери послуг швидше відзначають ускладнення ситуації з отриманням сертифікатів відповідності та гігієнічних висновків (індекс -0,1).

4.7 Державний нагляд

Контроль впровадження законів та регулювань, забезпечення якості продукції та послуг здійснюється державними органами через проведення перевірок, ревізій, обстежень та інших дій. Покриття перевітками (відсоток компаній, які зазначили, що їх перевіряли принаймні один раз на рік), частота перевірок, їхня тривалість і витрати в якості каральних чи заохочувальних заходів, є важливими індикаторами якості бізнес-клімату країни. Відповідно, зменшення частоти інспекцій та пов'язаних з ними зловживань, прозорість – важливе завдання регуляторної політики. У 2016 році перевірки регулювалися Законом №71, відповідно до якого впродовж 2016 року контролюючі органи могли перевіряти підприємства, фізичних осіб-підприємців з обсягом доходу до 20 млн. грн. за попередній календарний рік лише з дозволу Кабміну, за заявкою суб'єкта господарювання щодо його перевірки або згідно з рішенням Кримінального процесуального кодексу України. Додатково, у листопаді 2016 року було ухвалено два закони¹⁹ щодо удосконалення відносин у сфері державного нагляду та введено мораторій на

¹⁹ Йдеться про Закон України «Про внесення змін до Закону України "Про основні засади державного нагляду (контролю) у сфері господарської діяльності" щодо лібералізації системи державного нагляду» № 1726-VIII від 03.11.2016 та Закон України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо вдосконалення законодавства у сфері державного нагляду (контролю)» № 1727-VIII від 03.11.2016.

проведення планових перевірок до кінця 2017 року (разом з цим, навряд чи ці зміни встигли вплинути на перевірки у 2016 році).

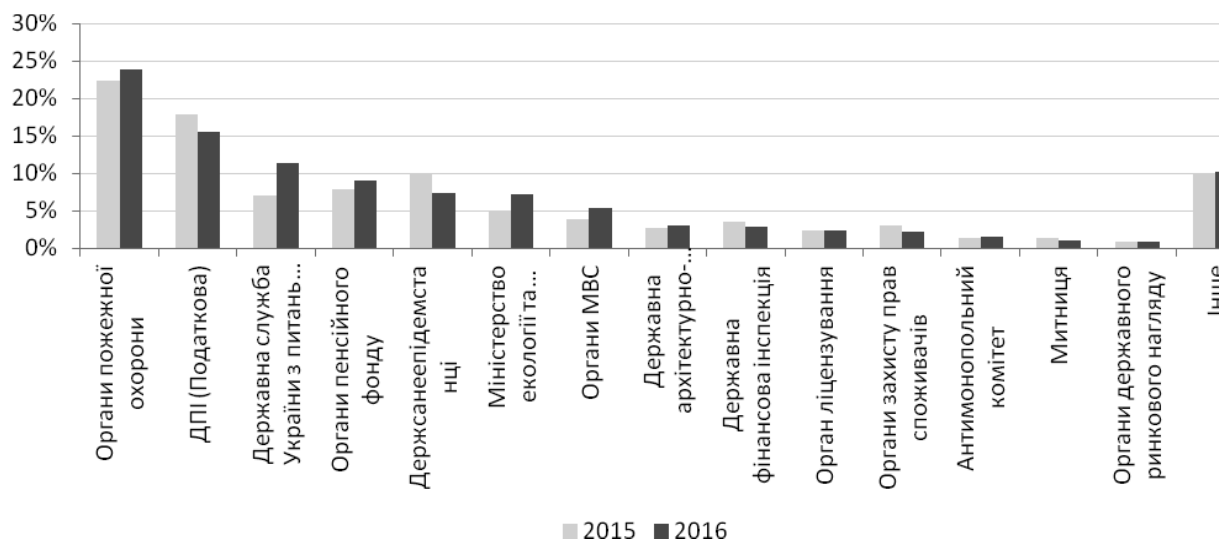
У 2016 році принаймні одним органом державного нагляду перевірялися 68,0% МСП, які взяли участь в опитуванні. Відповідно, перевірок оминули 32,0% підприємств. У 2015 році поза перевітками залишилися 51,2% МСП, значною мірою внаслідок дії мораторію на перевірки²⁰. Те, чи перевірялося МСП, значною мірою пов'язано з його розміром. Так, практично усі середні підприємства (92,2%) перевірялися у 2016 році, тоді як серед малих та мікропідприємств частка дещо менша: 77,2% та 60,2% відповідно.

Серед опитаних юридичних осіб органи державного нагляду перевіряли у 2016 році 69,6%, серед ФОПів – 64,1%. Частіше за підприємства інших видів діяльності про перевірки повідомляли аграрії (76,2%) та промислові підприємства (77,3%). Серед МСП будівельного сектору принаймні про одну перевірку протягом року повідомили 66,2%, торгівлі та ремонту – 65,9%, послуг – 63,8%.

Найчастіше про перевірки повідомляли МСП Хмельницької (84,5% підприємств мали принаймні одну перевірку протягом 2016 року), Івано-Франківської (82,1%) та Рівненської (80,0%) областей. Підприємства ж Закарпатської, Житомирської та Донецької областей перевірялися найменше: про перевірки повідомляють у 57,1%, 57,4% та 59,0% МСП відповідно. Інформацію щодо покриття перевітками у регіонах наведено у додатках.

Так само, як і у попередньому році, найбільшим є покриття перевітками з боку органів пожежної охорони (23,9% МСП у 2016 році та 22,4% у 2015). Значна частина МСП була охоплена перевітками Державної податкової інспекції: про це повідомили 15,5% респондентів у поточному році та 17,8% у попередньому. 11,4% МСП перевірялися Державною службою України з питань праці (у 2015 році – 7,0%). Так само, у 2016 році дещо збільшилося охоплення перевітками й іншими органами.

Рис. 36. Покриття перевітками у 2016 та 2015 роках, %



Середні підприємства значно частіше, порівняно з мікро- та малими підприємствами, повідомляють про перевірки органами пожежної охорони (55,3% проти 15,6% мікро- та 28,7% малих підприємств), державною службою з питань

²⁰ Так, у 2015 році перевірки регулювалися Законом №71 та Законом №76. Відповідно до другого закону вводився мораторій на перевірки всіма органами державного нагляду на термін до 30 червня 2015 року включно.

праці (30,1% проти 5,5% та 17,6% відповідно) – про перевірки цим органом повідомляють навіть частіше, ніж про перевірки ДПІ. Далі в списку контролюючих органів – Міністерство екології та природних ресурсів (29,8% проти 2,1% та 7,4% відповідно), органи Пенсійного фонду (24,1% проти 20,7% та 12,1% відповідно) та Держсанепідемстанція (24,1% проти 5,7% та 15,4%). Так само, юридичні особи частіше, ніж ФОПи повідомляють про перевірки більшістю органів державного нагляду. Детальний розподіл покриття перевітками різними органами державного нагляду за розміром, організаційно-правовою формою та видами діяльності МСП наведено в Додатку 3.

Якщо частота інспекцій у 2016 році майже не змінилася порівняно з 2015 роком, тривалість перевірок, як загальна так і за кожним органом державного нагляду дещо зросла. Так, МСП, які взяли участь в опитуванні, перевірялися у середньому 3,6 рази та витратили протягом року 15,3 дня на проходження всіх перевірок (для 50% МСП зазначені показники не перевищують 2 разів та 6 днів). Показники попереднього року становлять у середньому 3,8 рази та 13,8 дня відповідно (у випадку 50% МСП зазначені показники не перевищили 2 разів та 5 днів). Найбільш обтяжливими, з огляду на покриття та тривалість, залишаються перевірки ДПІ: так, протягом 2016 року МСП перевірялися у середньому 2 рази та витратили майже два тижні на проходження відповідних процедур. Досить тривалими виявилися також перевірки Державною фінансовою інспекцією: так, хоча МСП перевірялися у середньому 1,4 рази протягом року, загальна тривалість перевірок склала у середньому 11,2 дня. Дані по кожному органу щодо покриття, частоти та часу, витраченого підприємствами на проходження перевірок протягом року наведено у таблиці.

Респонденти відзначають зменшення кількості перевірок відносно 2013 року. Так, 46,3% МСП повідомили про зменшення кількості усіх перевірок, тоді як їх збільшення відзначили 4,6% МСП. Оцінки підприємств різного розміру незначно відрізняються: про зменшення кількості перевірок повідомили 46,3% мікро-, 54,5% - малих, 53,6% - середніх підприємств. Протилежні оцінки (тобто збільшення кількості перевірок) дали, відповідно, 5,5%, 5,3% та 5,5%. Серед юридичних осіб про зменшення кількості перевірок у 2016 році повідомили 52,9% (4,8% - про збільшення), тоді як серед ФОПів відповідні показники становлять 37,8% та 4,1%. Не дивлячись на дію мораторію на перевірки та менше покриття інспекціями фізичних осіб-підприємців, останні частіше за юридичних осіб вказують на відсутність змін у їх кількості.

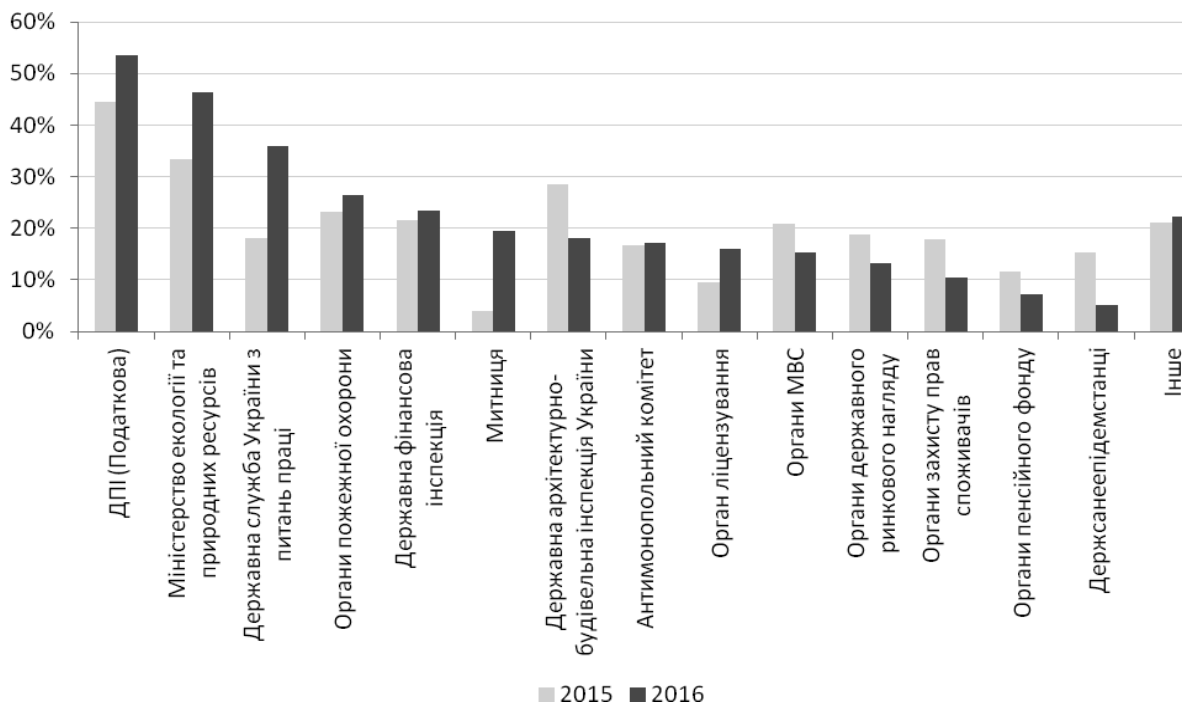
Оцінюючи зміни у кількості перевірок, аграрні та будівельні підприємства частіше повідомляють про їх зменшення (відповідно, 55,9%, та 56,5%). Серед промислових підприємств на зменшенні кількості перевірок у поточному році повідомили 51,0%, серед підприємств сектору торгівлі та ремонту – 48,5%, сфери послуг – 45,9%. Частка МСП, які повідомили про збільшення кількості перевірок, практично однакова у всіх групах. Про витрати, пов'язані з державним наглядом (штрафи, конфіскації, неофіційні платежі) повідомили 42,8% МСП, де відбулися перевірки. Це дещо перевищує показник 2015 року – 37,8%. Більшість витрат склали штрафи – про них повідомили 39,3% респондентів (у 2015 році – 34,7%). Також 5,5% та 1,1% респондентів вказали на неофіційні платежі та конфіскації, якими супроводжувалися перевірки (у 2015 році – 6,0% та 1,2% відповідно).

Таблиця 15. Покриття, частота та тривалість перевірок протягом 2015 та 2016 років, %

	Покриття, %		Частота, разів		Тривалість протягом року, днів	
	2015	2016	2015	2016	2015	2016
ДПІ (Податкова)	17,8%	15,5%	2,1	2,0	12,0	13,7
Органи пожежної охорони	22,4%	23,9%	1,5	1,4	3,0	3,5
Держсанепідемстанція	9,9%	7,3%	2,3	1,9	3,6	4,2
Органи МВС	3,9%	5,3%	2,4	2,2	4,1	6,4
Міністерство екології та природних ресурсів	5,1%	7,2%	1,1	1,4	3,9	5,4
Органи захисту прав споживачів	3,1%	2,2%	1,5	1,6	2,0	2,1
Митниця	1,4%	1,0%	10,3	3,8	33,5	9,4
Органи державного ринкового нагляду	0,9%	0,8%	3,1	3,3	8,5	3,3
Антимонопольний комітет	1,3%	1,6%	1,8	1,1	8,4	7,7
Державна архітектурно-будівельна інспекція України	2,7%	3,0%	2,4	1,7	8,9	6,9
Органи ліцензування	2,3%	2,4%	1,5	1,3	3,3	3,0
Державна служба України з питань праці	7,0%	11,4%	1,2	1,3	3,3	4,8
Органи пенсійного фонду	7,9%	9,0%	2,1	2,5	3,7	5,4
Державна фінансова інспекція	3,5%	2,8%	1,3	1,4	15,8	11,2
Інше	9,9%	10,2%	1,6	1,7	5,1	5,7

Найчастіше витратами закінчувалися перевірки ДПІ. Так, 49,0% МСП з тих, що перевірялися цим органом, мусли сплатити штрафи у результаті перевірки, а 4,9% повідомили про сплату неофіційних платежів. Нічого не платили у результаті перевірок податковою 46,5% МСП. Значна частка підприємств понесла витрати і внаслідок перевірок Міністерством екології та природних ресурсів (46,3%), Державною службою України з питань праці (36,0%), органами пожежної охорони (26,4%) та Державною фінансовою інспекцією (23,5%). Зазначимо, що частка МСП, які повідомили про будь-які витрати внаслідок інспекцій контролюючими органами (штрафи, конфіскації або неофіційні платежі) зросла у 2016 році.

Рис. 37. Частка МСП, які мали будь-які витрати внаслідок перевірок у 2015 та 2016 роках, %



Серед органів, які здійснювали перевірки, дещо частіше закінчувалися неофіційними витратами інспекції органів захисту прав споживачів (7,3% респондентів), Антимонопольного комітету (6,9%) та органів МВС (6,1%). Дані за основними напрямками витрат у 2016 році подано у таблиці.

Таблиця 16. Напрями платежів у результаті перевірок, %

	Штрафи	Конфіскації	Неофіційні платежі	Нічого не платили
ДПІ (Податкова)	51,0%	0,0%	4,9%	46,5%
Органи пожежної охорони	23,0%	0,0%	5,2%	73,6%
Держсанепідемстанція	5,1%	0,0%	0,7%	94,9%
Органи МВС	8,1%	4,0%	6,1%	84,8%
Міністерство екології та природних ресурсів	44,8%	0,0%	3,7%	53,7%
Органи захисту прав споживачів	14,6%	4,9%	7,3%	89,5%
Митниця	5,3%	0,0%	5,3%	80,5%
Органи державного ринкового нагляду	6,7%	0,0%	6,7%	86,7%
Антимонопольний комітет	10,3%	0,0%	6,9%	82,8%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України	16,4%	0,0%	1,8%	81,8%
Органи ліцензування	15,9%	0,0%	2,3%	84,1%
Державна служба України з питань праці	35,5%	0,0%	2,8%	64,0%
Органи пенсійного фонду	6,6%	0,0%	0,6%	92,8%
Державна фінансова інспекція	21,6%	2,0%	5,9%	76,5%
Інше	20,6%	1,6%	1,6%	77,8%
Платежі принаймні в один орган	60,7%	1,1%	5,5%	39,3%

Загалом, у результаті перевірок протягом 2016 року МСП сплатили у середньому 21888 грн. у формі штрафів, конфіскацій та/або неофіційних платежів (при цьому, у 50% випадків загальні витрати не перевищили 1720 грн.). При цьому розмір штрафів, які сплатило одне підприємство протягом року становив у середньому 19668 грн. (для 50% - не більше 1500 грн.), тоді як середній розмір неофіційних платежів – 5901 грн. (у 50% випадків – не більше 2250 грн.). Порівняно з 2015 роком як загальні витрати, так і платежі у формі штрафів та неофіційних платежів дещо знизилися. Так, протягом 2015 року МСП, незважаючи на дію мораторію, сплатили у результаті перевірок в середньому 33141 грн. (для 50% загальні витрати не перевищили 910 грн.). При цьому, штрафи склали у середньому 21549 грн. (для 50% загальні витрати не перевищили 770 грн.), а неофіційні платежі – 11197 грн. (у 50% випадків не перевищили 1950 грн.)²¹.

Враховуючи непряму вартість, еквівалентну часу, який витратили МСП на проходження перевірок протягом року, загальна вартість склала у середньому 27325 грн. у 2016 році, тоді як у 2015 році зазначений показник становив 40938 грн.

²¹ Відмінності між мірами центральної тенденції (середнє, медіана) пов'язані насамперед зі значною дисперсією у відповідях. При цьому, кількість респондентів, які назвали розміри витрат у 2015 році менша, ніж у 2016 році, тоді як розмах і дисперсія значень є більшою.

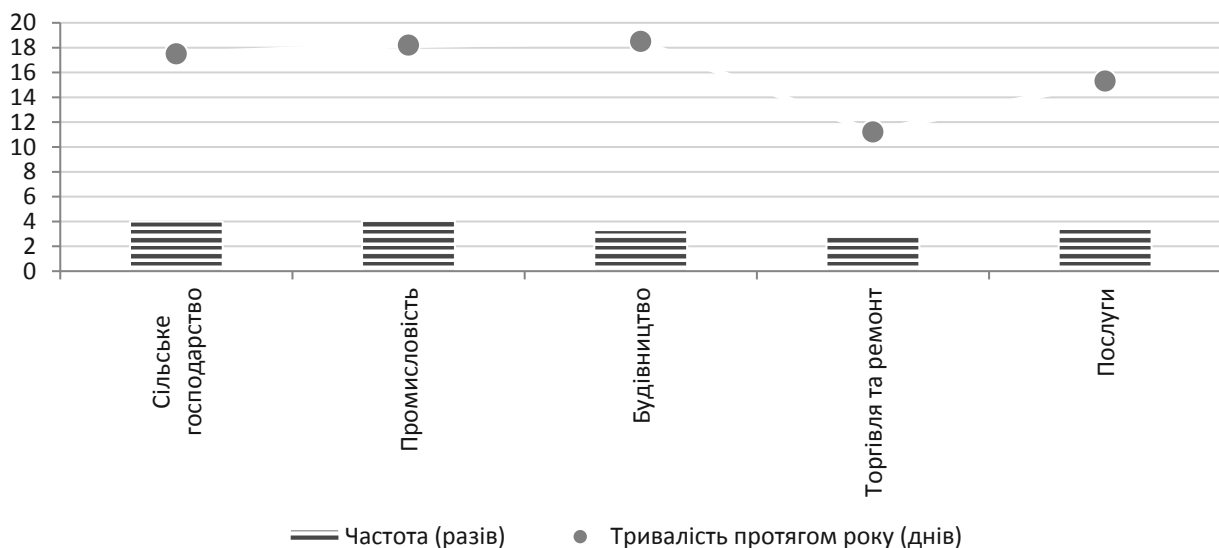
Таблиця 17. Основні показники державного нагляду за діяльністю МСП у 2015 та 2016 роках

	2015	2016
Покриття (%)	48,8%	68,0%
Частота перевірок, разів	3,8	3,6
Тривалість перевірок протягом року, днів	13,8	15,3
Частка МСП, що мали витрати внаслідок перевірок, %	37,8%	42,8%
Рівень неофіційних платежів, %	6,0%	5,5%
Витрати внаслідок перевірок, грн.	33141	21888
Загальні витрати (включаючи непряму вартість), грн.	40938	27325

Розмір підприємства статистично значущо пов'язаний з частотою перевірок. Так, якщо мікропідприємства перевірялися у середньому 2,9 рази протягом року, малі підприємства – 3,2 рази, то частота перевірок середніх підприємств склала вже 5,4 рази. Відповідно, з розміром зростають і витрати, які несе підприємство при перевірках. Якщо мікропідприємства витратили протягом року у середньому 12,1 дня на спілкування з інспекторами, часові витрати малих підприємств становлять 14,7 дня, а середніх – вже 29,4 дня. Те ж саме стосується і частоти сплати та розмірів штрафів та інших платежів. Так, витратами закінчилися перевірки 61,2% середніх, 47,3% малих та 31,2% мікропідприємств. При цьому, більші за розміром підприємства значно частіше повідомляють про платежі у ході перевірок ДПІ (70,6% таких інспекцій закінчилися платежами з боку середніх, 53,7% - малих та 45,7% - мікропідприємств), органів пожежної охорони (відповідно, 35,3%, 33,3% та 16,0%) та Державної служби з питань праці (51,8%, 36,8% та 15,9%). Загалом, мікропідприємства витрачають на перевірки в середньому 11096 грн. (пряма вартість), тоді як малі та середні підприємства – 24325 грн. та 24167 грн. відповідно. Натомість, у перерахунку на одного працюючого, малому бізнесу перевірки обходяться значно дорожче. Так, прямі витрати на перевірки у розрахунку на одного працюючого для мікропідприємств становлять у середньому 3189 грн., для малих підприємств – 1826 грн., тоді як для середніх підприємств – 254 грн.

Хоч підприємства-юридичні особи перевірялися не набагато частіше за ФОП (середні показники, відповідно, 3,8 разу за 2016 рік проти 2,8 разу), перші витратили значно більше часу протягом року на проходження усіх необхідних процедур: у середньому 16,9 дня проти 8,2 дня, про які повідомили ФОПи. Для 46,3% юридичних осіб перевірки закінчилися штрафами, конфіскаціями або (та) неофіційними платежами. Серед ФОПів цей показник становить 27,3%. Частота повідомлень про сплату неофіційних платежів у обох групах майже не відрізняються.

Рис. 38. Частота та тривалість перевірок залежно від виду діяльності підприємств



МСП різних видів діяльності перевірялися у середньому однаково часто. Найбільше часу зайняли перевірки у сферах будівництва (у середньому 18,5 дня протягом року) та промисловості (18,2 дня).

Витратами частіше закінчуються перевірки промислових підприємств (53,5%). Серед підприємств аграрного сектору будь-які платежі у ході перевірок сплачували 46,1%, будівельної сфери – 42,9%, торгівлі та ремонту – 39,6%, послуг – 37,7%.

Найчастіше перевірялися МСП Чернівецької області (у середньому 5,1 рази протягом 2016 року), Черкаської (4,7 рази) та Херсонської (4,6 рази). Так само, частіше за середній показник інспектувалися підприємства Івано-Франківської, Житомирської, Вінницької, Кіровоградської, Миколаївської, Київської областей та міста Києва. Найбільше часу на спілкування з інспекторами у процесі перевірок витратили МСП Одеської та Херсонської областей – у середньому 22,5 та 22,0 дні протягом 2016 року. Тривалими виявились інспекції і для МСП Запорізької (19,9 дня) та Черкаської (19,2 дня) областей, а також міста Києва (19,8 дня).

Найчастіше витратами (штрафами, конфіскаціями або / і неофіційними витратами) закінчувалися перевірки для підприємств Закарпатської (58,8%), Івано-Франківської (56,2%), Тернопільської (51,6%), Черкаської (51,5%) та Запорізької (51,4%) областей. Дані щодо покриття, частоти, тривалості інспекцій у різних регіонах та частки МСП, для яких останні закінчилися витратами подано у таблиці.

Таблиця 18. Деякі показники державного нагляду за регіонами

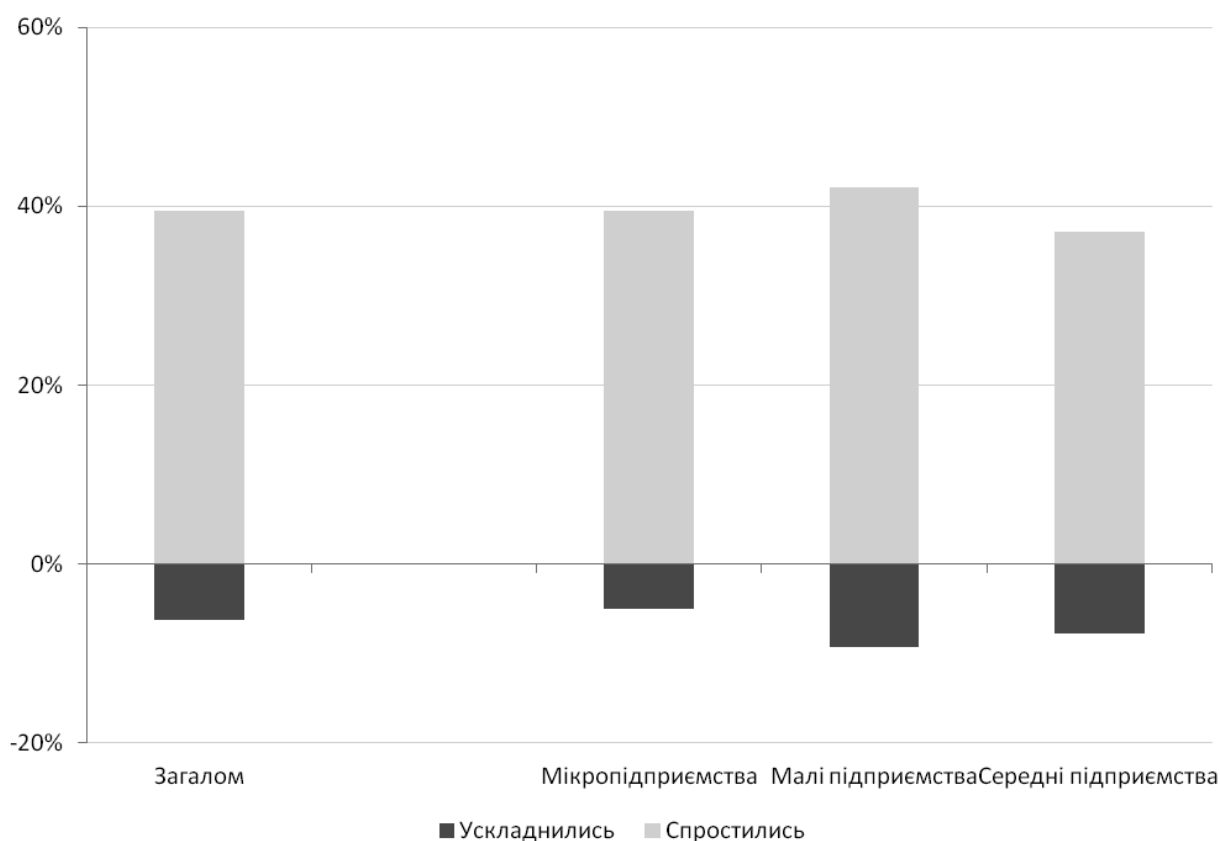
	Перевірки принаймні одним органом	Частота (разів)	Тривалість протягом року (днів)	Частка МСП, що мали витрати у результаті перевірок
Вінницька	79,5%	4,0	18,7	32,7%
Волинська	70,5%	3,3	12,1	37,5%
Дніпропетровська	67,9%	3,2	13,1	31,0%
Донецька	59,0%	3,2	14,0	25,6%
Житомирська	57,4%	4,3	14,7	23,5%
Закарпатська	57,1%	3,0	13,5	58,8%
Запорізька	63,0%	3,3	19,9	51,4%
Івано-Франківська	82,1%	4,4	13,3	56,2%
Київська	75,0%	3,9	18,4	50,8%
Кіровоградська	76,6%	3,9	18,1	48,0%
Луганська	64,1%	3,1	11,6	47,4%
Львівська	60,4%	2,9	10,6	32,4%
Миколаївська	69,8%	3,8	11,8	29,6%
Одеська	61,2%	3,5	22,5	46,3%
Полтавська	62,5%	3,1	9,5	46,4%
Рівненська	80,0%	2,5	5,9	29,2%
Сумська	69,0%	2,8	18,0	48,0%
Тернопільська	63,2%	3,5	16,5	51,6%
Харківська	64,8%	2,7	13,5	49,1%
Херсонська	77,3%	4,6	22,0	47,7%
Хмельницька	84,5%	3,1	17,6	32,4%
Черкаська	72,6%	4,7	19,2	51,5%
Чернівецька	77,3%	5,1	13,3	48,3%

	Перевірки принаймні одним органом	Частота (разів)	Тривалість протягом року (днів)	Частка МСП, що мали витрати у результаті перевірок
Чернігівська	76,7%	3.7	14,1	50,0%
м. Київ	59,6%	4.1	19,8	48,6%
Загалом	68,0%	3.8	15,3	42,8%

Порівнюючи кількість перевірок у 2016 та 2013 роках, на зменшення їх кількості насамперед вказує бізнес Закарпатської (у 65,0% МСП кількість перевірок у 2016 році зменшилася), Житомирської (60,0%), Харківської (60,0%) та Сумської (59,0%) областей. Натомість, серед МСП Запорізької та Київської областей ця частка найменша – 34,4% та 36,9% відповідно.

Порівнюючи особливості державного нагляду у 2016 та 2013 роках, респонденти відзначають спрощення його умов (39,5% опитаних). Частка підприємців, які повідомили про ускладнення процедури державного нагляду становить 6,3%, не відчули змін – 54,2%. Відповідно індекс оцінки змін регуляторної процедури є додатним та становить +0,33, що свідчить про впевнені позитивні зрушення.

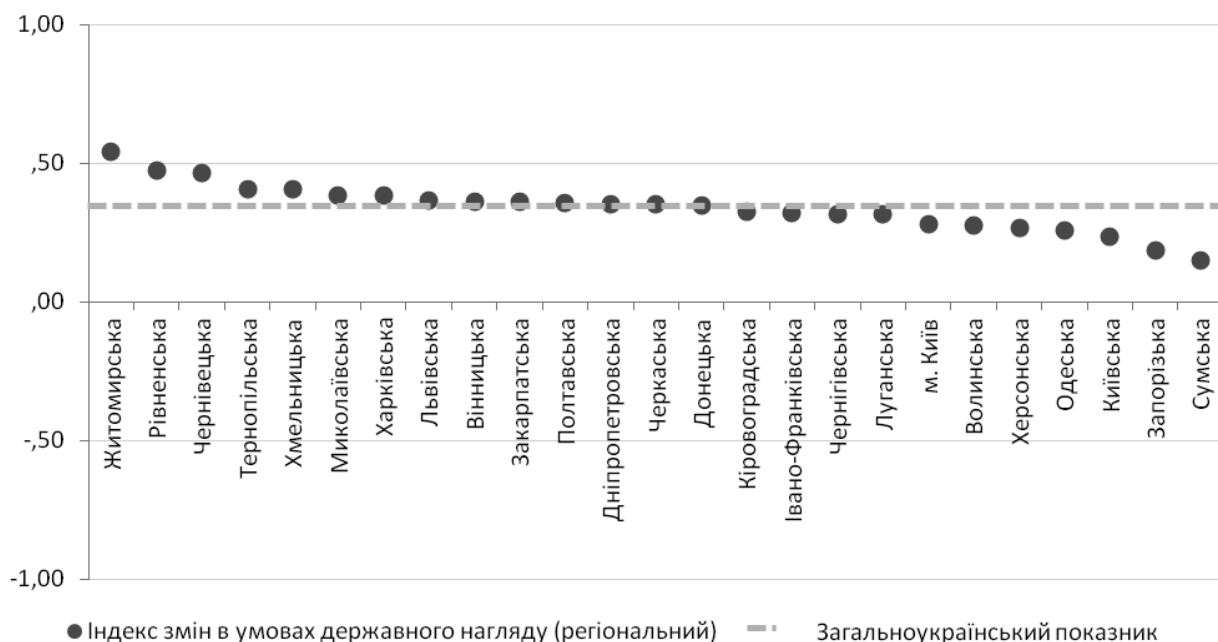
Рис. 39. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з державним наглядом, 2016р. до 2013р



Підприємства різного розміру оцінюють зміни в умовах та процесах, пов'язаних з перевітками приблизно однаково. Так, індекси змін регуляторної процедури становлять +0,34 для мікропідприємств, +0,33 для малих та +0,29 для середніх. Підприємства-юридичні особи більш позитивно оцінили зміни в умовах та процесах, пов'язаних з державним наглядом: відповідний індекс становить +0,35 (+0,29 для ФОП). Серед МСП різних видів діяльності найкращі оцінки ситуації з державним наглядом дали аграрні підприємства (індекс +0,40). Для будівельних

підприємств індекс змін регуляторної процедури становить +0,34, для підприємств сфери торгівлі та ремонту - +0,33, послуг – +0,32, промисловості - +0,31.

Рис. 40. Індекс змін регуляторної процедури, за регіонами



Найкраще оцінюють зміни у ситуації з державним наглядом МСП Житомирської, Рівненської та Чернівецької областей: індекс змін тут значно перевищує загальноукраїнський показник (+0,54, +0,48, та +0,46 відповідно проти +0,33). Найгірші ж оцінки державному нагляду дали МСП Сумської (+0,15), Запорізької (+0,18) та Київської (+0,23) областей. Разом з цим, всі оцінки є позитивними, відповідно, в усіх регіонах України частка МСП, в яких відзначають спрощення в умовах державного нагляду переважає тих, що вказують на його погіршення.

4.8 Зовнішньоекономічна діяльність

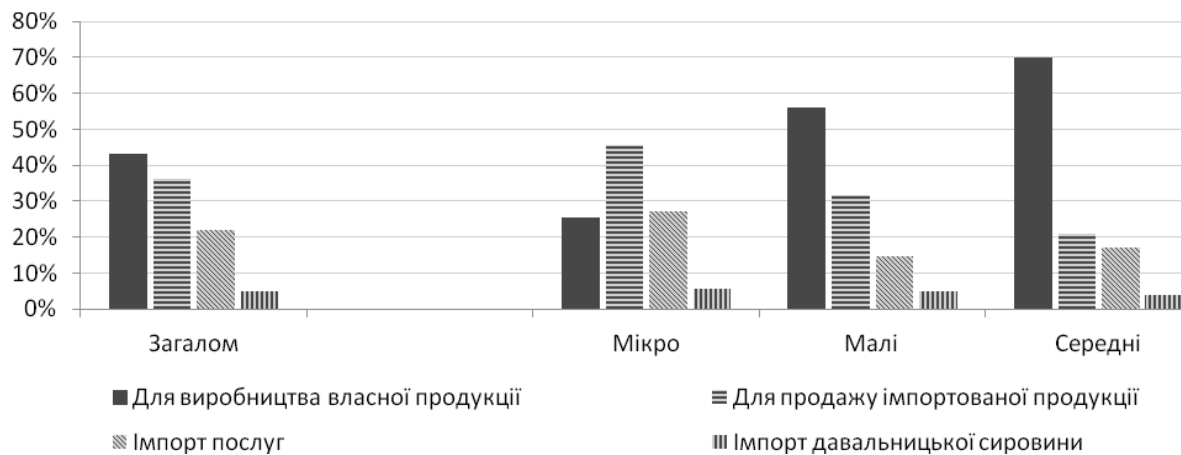
4.8.1 Регулювання імпорту

У 2016 році 11,0% МСП імпортували товари або послуги для ведення своєї діяльності. З них 43,1% здійснювали імпорт для виробництва власної продукції, 36,3% - для продажу імпортованої продукції та 22,1% імпортували послуги. Ще 4,9% МСП імпортували давальницьку сировину – до подальшого аналізу їх не включено.

Порівняно з 2015 роком відсоток підприємств-імпортерів зріс – у попередньому році операції з ввезення сировини, матеріалів та/або обладнання здійснювали 8,1% МСП.

Частка імпортерів збільшується з розміром підприємства: так, серед мікропідприємств імпортують 8,8%, серед малих – 12,7%, у групі середніх – 18,8%. При цьому, якщо більші підприємства імпортують переважно для виробництва власної продукції, мікропідприємства частіше перепродають імпортовану продукцію. Також, у останніх частіше повідомляють про імпорт послуг: 27,3% - у групі мікропідприємств, 14,6% - у групі малих та 17,0% - у групі середніх підприємств.

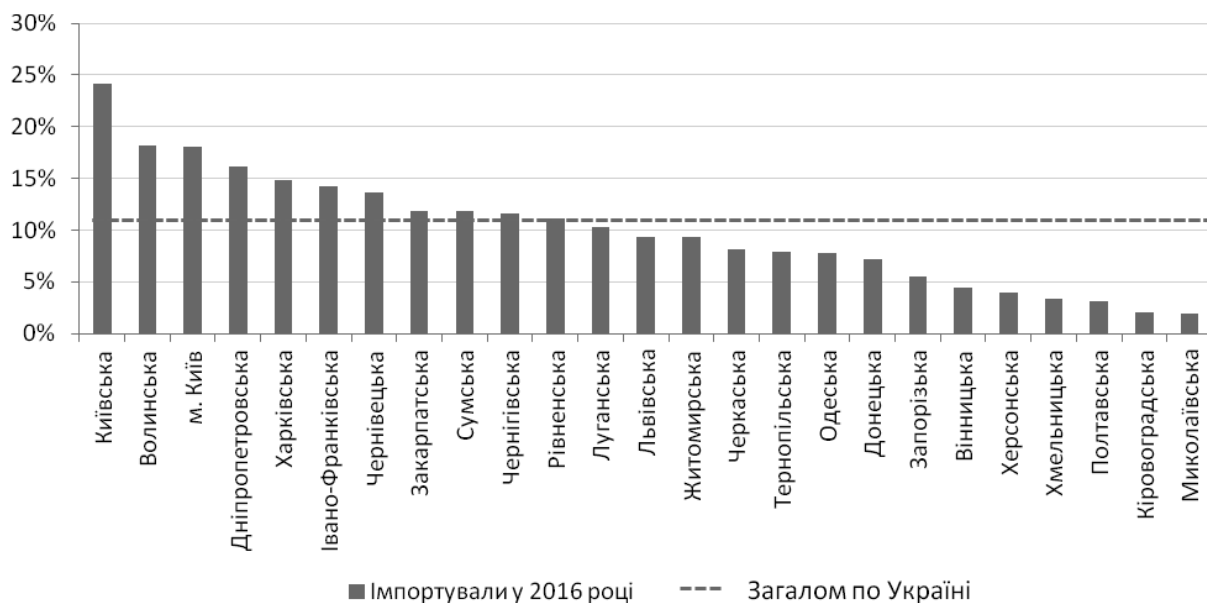
Рис. 41. Напрями імпорту опитаних підприємств, %



Серед юридичних осіб імпортують 13,2% МСП, серед фізичних осіб-підприємців – 5,5%. Підприємства-юридичні особи переважно імпортують товари для виробництва власної продукції (46,9%) та продажу імпортованої продукції (36,6%), менше – послуги (20,0%) і давальницьку сировину (4,0%). Серед фізичних осіб-підприємців вища частка імпортерів послуг - 34,5%, стільки ж ввозять для продажу імпортованої продукції. Для виробництва власної продукції імпорт здійснюють 20,7% ФОП, 10,3% – імпортують давальницьку сировину.

Найбільше імпортерів серед МСП Київської (24,1%) та Волинської (18,2%) областей та міста Київ (18,1%).

Рис. 42. Частка імпортерів серед МСП різних регіонів України



У середньому протягом 2016 року МСП імпортували 17 разів. При цьому половина МСП імпортували від 1 до 5 разів на рік. Порівняно з попереднім роком частота здійснення імпортних операцій дещо зросла: у 2015 році відповідний показник становив 11 разів. Частота здійснення імпорту статистично значущо не пов'язана ні з розміром підприємства, ні з його організаційно-правовою формою.

Проходження митниці у 2016 році у середньому займало 3,1 дня та коштувало, не враховуючи мита, 16793 грн. офіційних платежів щоразу (для 50% респондентів відповідні показники не перевищили двох днів та 4000 грн.). 4,3%

імпортерів повідомили про застосування до них штрафних санкцій, 14,3% сплачували хабарі, відповідно, загальна сума проходження митниці може бути значно вищою. У попередньому році у МСП повідомляли про офіційні платежі на рівні 9963 грн., тривалість процедури була такою ж самою як і в 2016 році. Водночас, у поточному році знизилась частка МСП, які здійснювали неофіційні платежі (14,3% порівняно з 19,1% у 2015 році).

Малі та мікропідприємства частіше стикаються з необхідністю сплачувати неофіційні платежі у ході митного оформлення. Так, у цих групах про хабарі повідомили 21,1% та 14,9% відповідно, тоді як серед середніх підприємств – 5,6%. Так само, частіше про сплату неофіційних платежів говорять ФОПи: 26,3% проти 12,7% серед юридичних осіб.

В разі потреби імпортери мають здійснити заходи, передбачені українським законодавством щодо нетарифного регулювання. Так, відповідність імпортованої продукції вимогам норм і стандартів, що діють в Україні, має підтверджуватися сертифікатом відповідності чи свідоцтвом про визнання відповідності. У поточному році такий сертифікат отримували 52,7% підприємств (у 2015 - 45,1% підприємств). Частка МСП, які отримують відповідний сертифікат, не пов'язана з розміром, організаційно-правовою формою та сферою діяльності підприємства.

В середньому витрати часу на проходження процесу сертифікації склали 8,3 дня, а загальна вартість – 5800 грн. (для 50% МСП. загальні витрати не перевищили, відповідно, 5 днів та 2000 грн.). Порівняно з 2015 роком витрати часу та грошей на проходження сертифікаційних процедур зросли – у попередньому році відповідні показники становили в середньому 4,8 дня та 4340 грн. відповідно. Ці суми включають як офіційну плату, так і платежі юристам і посередникам (їх послугами користувалися 29,4% МСП) та неофіційні або добровільні внески (7,8% МСП).

85,7% МСП мали сертифікат відповідності країни-виробника. Про такий сертифікат частіше повідомляють у більших за розміром підприємствах: їх частка склала у групі середніх – 97,4%, малих – 91,2%, мікропідприємств – 77,3%. Серед фізичних осіб-підприємців сертифікат відповідності країни-виробника має 43,8%, тоді як серед підприємств-юридичних осіб ця частка вдвічі більша – 90,8%.

При імпортуванні окремих видів товарів МСП повинні реєструвати зовнішньоекономічний контракт, отримувати дозволи або ліцензії на імпорт, оформлювати інші документи. Отримання відповідних документів може супроводжуватися як офіційними, так і неофіційними внесками. Дані щодо тривалості та покриття витратами наведено у таблиці.

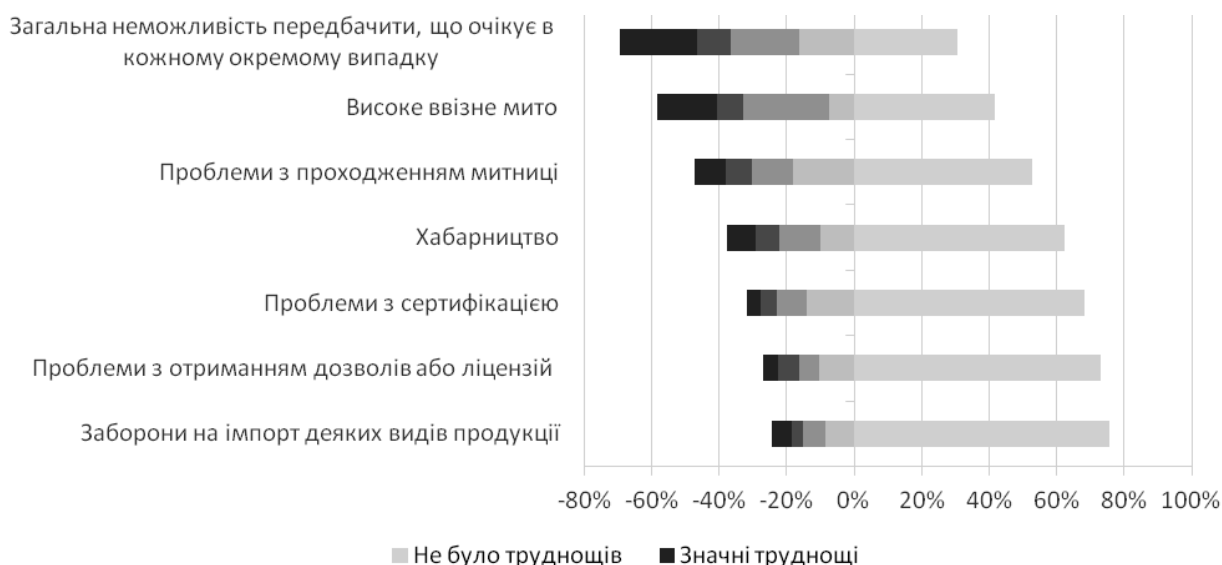
Таблиця 19. Попередні дозволи або ліцензії на імпорт

	Отримували, (% імпортерів)	Тривалість (днів)	Мали сплачувати за отримання	
			Офіційні платежі	Неофіційні платежі
Реєстрація контракту	22,4%	6,7	31,8%	11,4%
Дозволи ліцензії надані виконавчими органами влади	12,2%	12,7	79,2%	16,7%
Інші документи	8,2%	11,5	68,8%	25,0%

Оцінюючи різні аспекти процедури імпорту, від 30,6% до 75,7% МСП повідомляють про відсутність труднощів. Разом з тим, деякі аспекти у здійсненні імпорту залишаються досить проблемними. Так, загальна неможливість передбачити, що їх очікує в кожному конкретному випадку вже другий рік поспіль відзначається респондентами у якості проблеми: 32,8% опитаних повідомляють про значні труднощі у зв'язку з цим (у 2015 році – 32,4%). Так само, респонденти називають в якості перешкоди здійснення імпортних операцій високе ввізне мито (25,4% повідомили

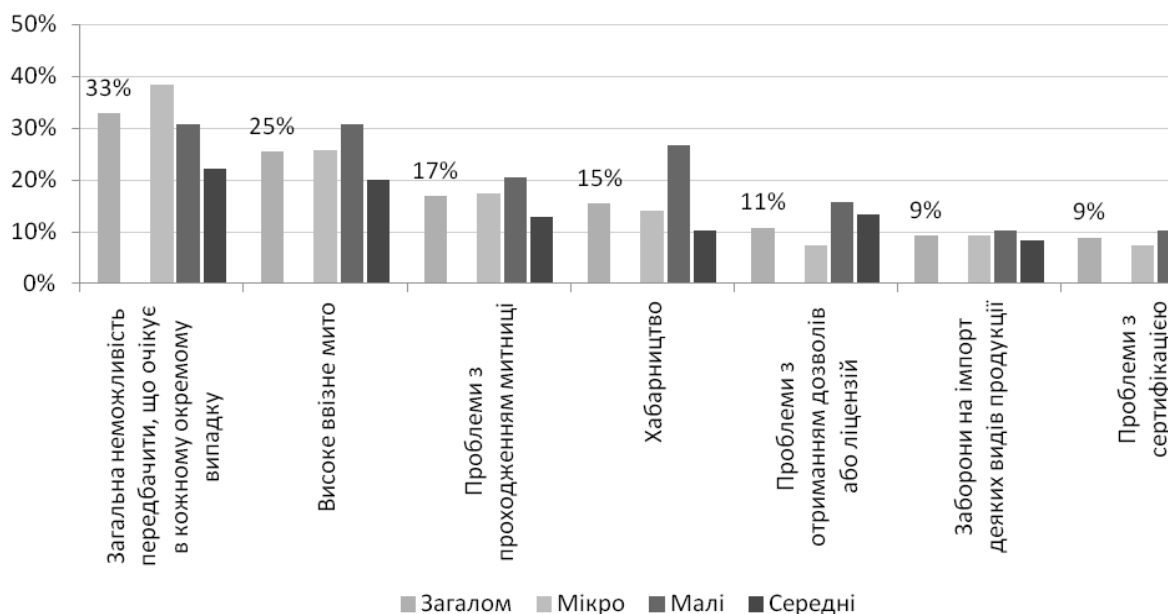
про значні труднощі²²) та проблеми з проходженням митниці (значні труднощі у 16,8% респондентів, у 2015 році – 15,4%).

Рис. 43. Перешкоди, пов'язані зі здійсненням імпорتنних операцій (1 - не було труднощів, 5 - величезні труднощі), %



Неможливість передбачити результат у кожному конкретному випадку частіше відзначають у якості проблеми менші за розмірами підприємства (серед мікропідприємств про значні труднощі повідомили 38,4%, серед малих – 30,8%, тоді як у групі середніх таких 22,2%). Високе ввізне мито та хабарництво є вагомішою проблемою для малих підприємств: про них повідомляють 30,8% та 26,7% відповідно. Загалом, майже усі зазначені аспекти регулювання імпортої діяльності викликають більше труднощів саме у менших за розміром підприємств.

Рис. 44. Значні труднощі під час імпорту: оцінки 4,5, %

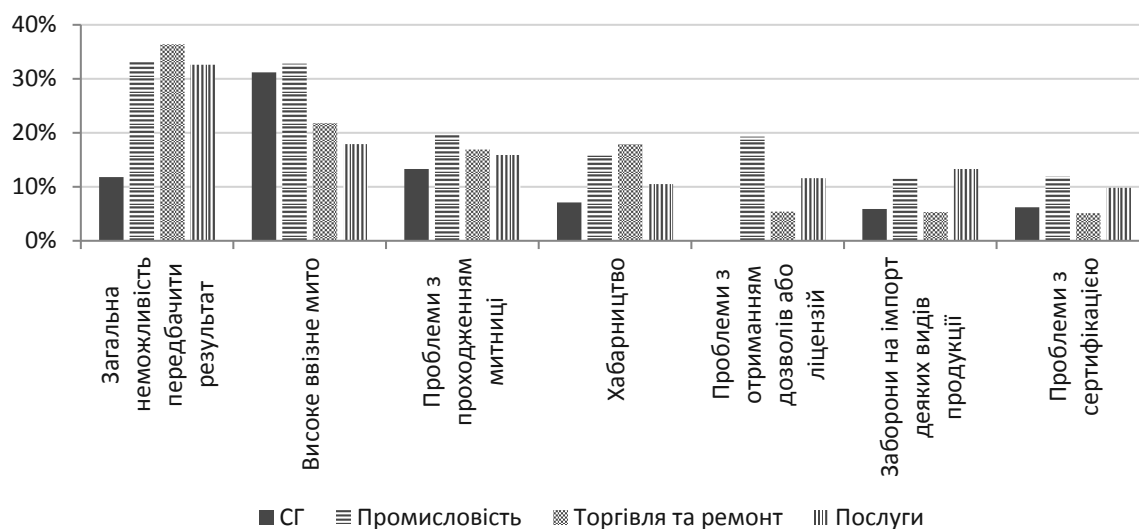


²² У 2015 році альтернатива не використовувалася, тому порівняння відсутнє.

Підприємства-юридичні особи частіше стикаються з проблемами у ході отримання дозволів або ліцензій (17,2% повідомляють про значні труднощі, серед ФОПів – 8,0%) та сертифікатів (11,2%, серед ФОПів – 8,0%). За іншими аспектами регулювання імпортої діяльності труднощі частіше виникають у ФОПів. Так, високе ввізне мито є значною проблемою для 30,0% ФОПів (проти 24,8% серед юридичних осіб), проходження митниці – для 22,7% (проти 16,0%), хабарництво – для 19,0% (проти 14,9%).

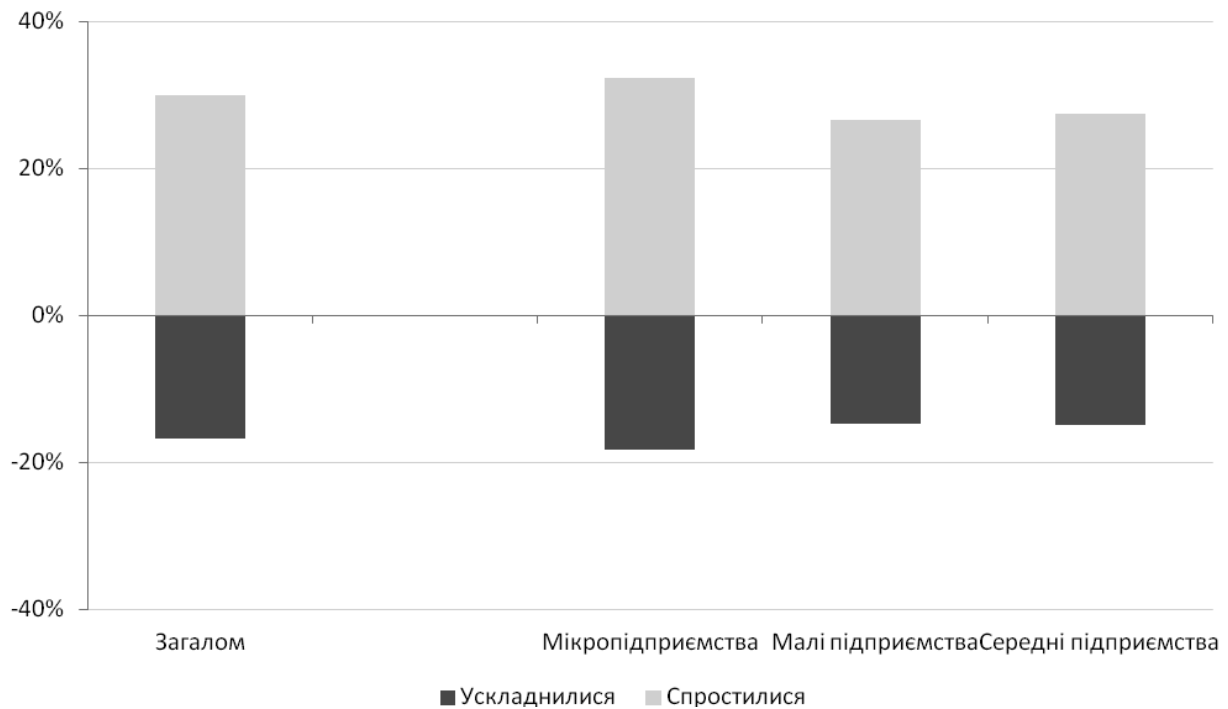
Загальна неможливість передбачити результат імпорتنих операцій є вагомим проблемою для підприємств сфери торгівлі (36,4%), промисловості (33,3%) та послуг (32,6%). Серед аграріїв про неї зазначають 11,8%. Натомість, останні частіше повідомляють про значні труднощі через високе ввізне мито (31,2%). Так само, високе ввізне мито є значною проблемою для 32,8% підприємств сфери промисловості та 21,6% - торгівлі.

Рис. 45. Значні труднощі під час імпорту, розподіл за видами діяльності: оцінки 4,5, %



Порівнюючи процеси та умови, пов'язані зі здійсненням імпорتنих операцій у поточному році та 3 роки тому, респонденти переважно наголошують на відсутності змін (53,3%). Разом з тим, частка підприємств, в яких відзначили спрощення ситуації, дещо перевищує частку тих, де відзначили її погіршення (29,9% проти 16,8%), що свідчить про незначні позитивні зрушення у регулюванні імпорту. Так, індекс оцінки змін регуляторної процедури є додатним та становить +0,13.

Рис. 46. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з державним наглядом, 2016 р. до 2013 р.



Значущі відмінності в оцінках підприємств різних розмірів відсутні. Натомість фізичні особи-підприємці значно гірше за юридичних осіб оцінюють зміни в умовах та процесах, пов'язаних з регулюванням імпорту. Так, про ускладнення повідомляють 40,0% ФОПів, у той час як про спрощення – 25,0% (індекс змін регуляторної процедури від'ємний та становить -0,2). Юридичні особи демонструють протилежні оцінки змін: на погіршення у ситуації вказують 13,6%, покращення – 30,6% (індекс +0,17).

Значно гірше, порівняно з підприємствами інших видів діяльності, оцінюють зміни в умовах та процесах, пов'язаних з імпортом, МСП сфери послуг: індекс змін тут становить -0,02. Для МСП інших видів діяльності відповідний показник додатний та становить +0,2.

4.8.2 Експорт: основні показники

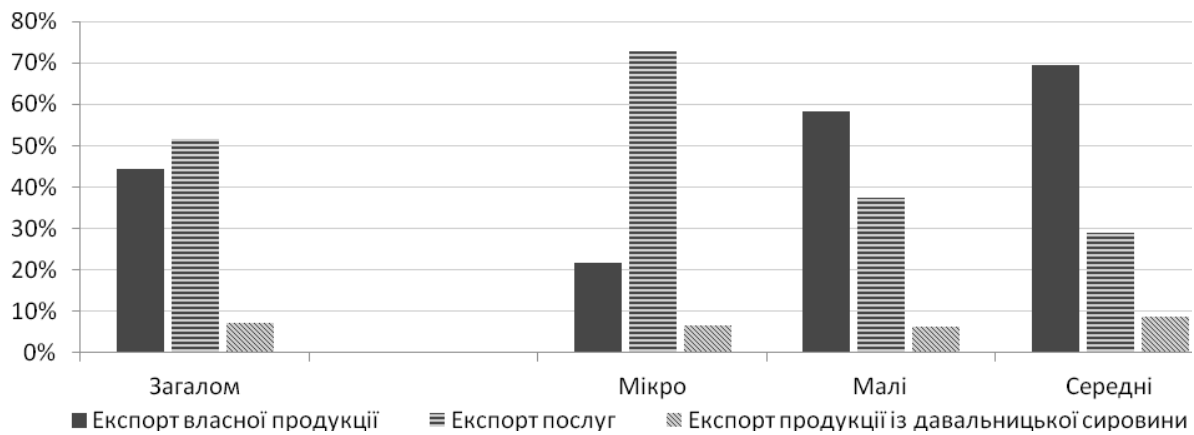
У 2016 році експортними операціями займалися 12,0% МСП. Порівняно з попереднім роком частка підприємств, які здійснювали експорт, дещо зросла – у 2015 році відповідний показник становив 9,0%. У 2016 році експортні операції здійснювали 6,8% ФОП та 14,1% підприємств-юридичних осіб. Частка експортерів збільшилася у групах як середніх, так і малих та мікропідприємств. Серед середніх підприємств частка експортерів становить 24,5% та значно перевищує відповідні показники у групах малих та мікропідприємств: 14,8% та 8,5% відповідно.

Найбільше експортерів серед підприємств промислового сектору (24,0%) та сфери послуг (13,6%). Серед аграріїв експортували 7,8% підприємств, у сфері торгівлі – 4,2%.

З опитаних експортерів половина (51,6%) повідомили про експорт послуг, 44,4% - про експорт власної продукції. 7,2% МСП експортували продукцію з давальницької сировини та до подальшого аналізу не залучені.

Середні та малі підприємства експортують переважно власну продукцію (69,6% та 58,3% респондентів відповідно), тоді як мікропідприємства – послуги (72,6%).

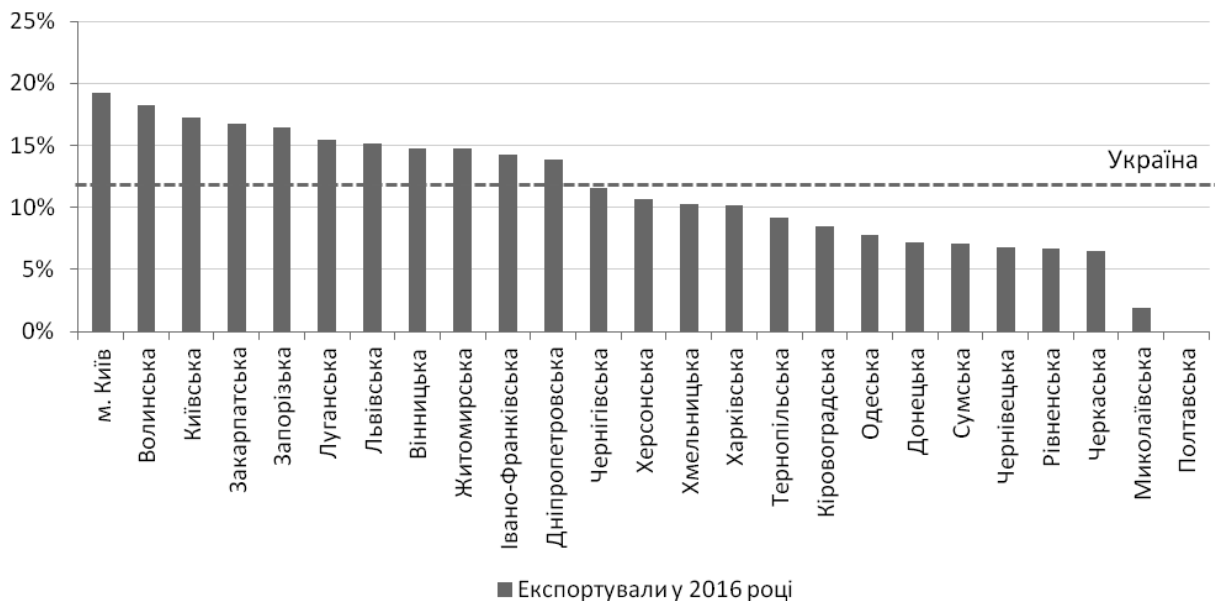
Рис. 47. Напрями експорту опитаних підприємств, %



Серед юридичних осіб переважають експортери власної продукції – 51,9%, хоча значна їх частина зайнята у експорті послуг – 44,4%. ФОПи переважно експортують послуги – 88,9%, власну продукцію експортують лише 5,6%.

У регіональному розрізі найбільше експортерів серед підприємств міста Києва (19,2%), Волинської (19,2%) та Київської (17,2%) областей. Найменша частка МСП, які здійснюють експорт, у Миколаївській області (1,9%), у Полтавській області не було опитано жодного експортера.

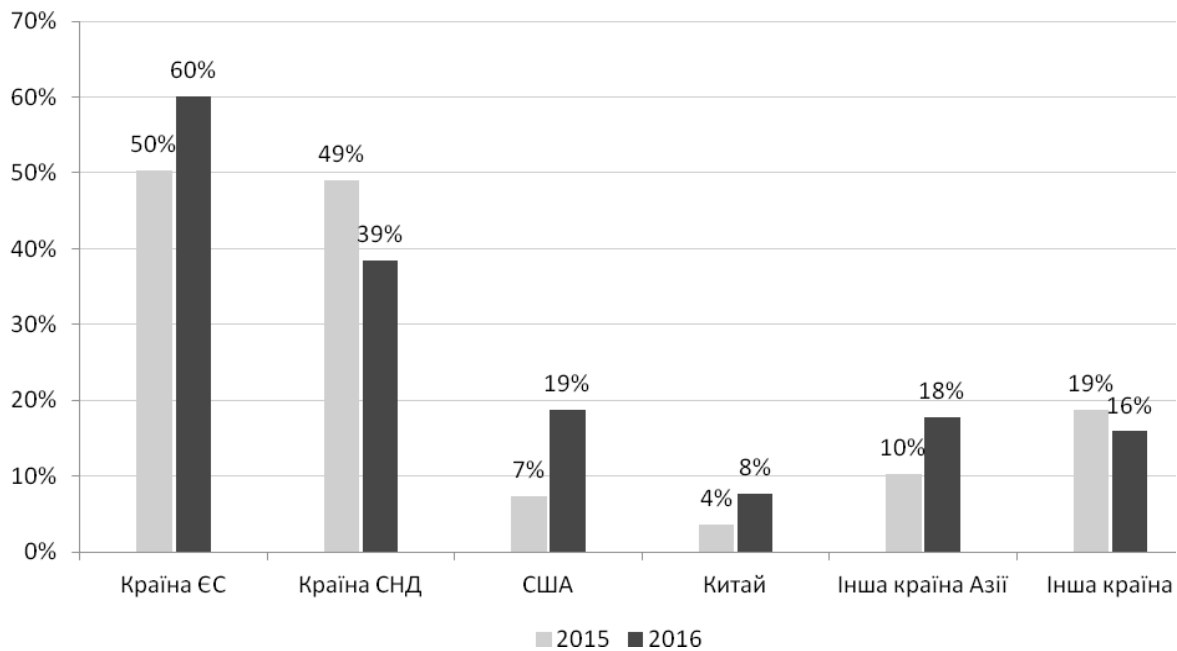
Рис. 48. Частка МСП-експортерів у 2016 році (за регіонами), % опитаних



4.8.3 Напрями експортної діяльності

Якщо у 2015 році частки МСП, які торгували з країнами ЄС та СНД були приблизно однаковими (50,3% та 49,1% відповідно), то у 2016 році основним напрямом експорту стали країни ЄС – до них постачають продукцію 60,1% МСП. Про експорт до країн СНД повідомили 38,5% МСП: зниження рівня торгівлі з країнами співдружності відбулося на фоні зростання експорту до ЄС та інших країн світу. Експортували до США у 2016 році 18,8% МСП, до Китаю та інших країн Азії – 7,7% та 17,8% відповідно.

Рис. 49. Напрями експорту МСП у 2015 та 2016 роках, %



Серед країн СНД у якості імпортерів вироблених товарів та послуг найчастіше називають Росію (21,2%), Білорусь (14,9%), Молдову (11,5%) та Казахстан (8,2%). Разом з цим, частка експортерів до Росії у 2016 році зменшилася – у 2015 році вона становила 32,1%.

Серед країн ЄС українські МСП експортують переважно до Польщі (19,2%), Німеччини (18,3%) країн Балтії (11,5%) та Великобританії (10,1%). Порівняно з попереднім роком зазначені показники майже не змінилися.

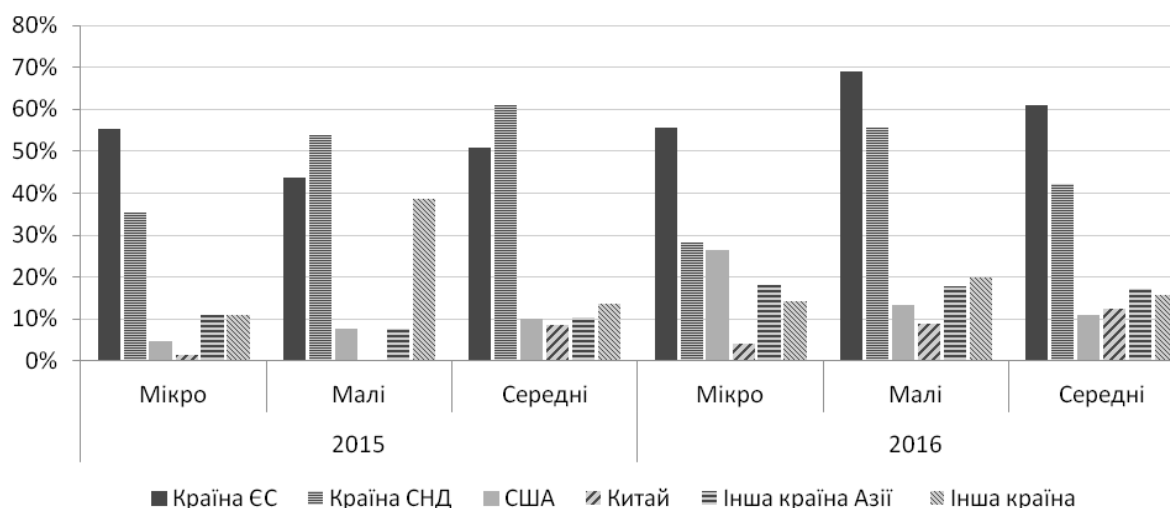
У середньому опитані експортери постачають товари або послуги до 2,4 країн (у попередньому році цей показник істотно не відрізнявся – 2,0 країни). Хоча між підприємствами різних розмірів значних відмінностей щодо географії експортної діяльності немає, малі та середні підприємства експортують приблизно до 3 країн, а мікропідприємства – до 2.

Збільшення кількості експортерів до ЄС відбулося насамперед внаслідок зростання їх частки серед малих та середніх підприємств (частка малих підприємств, які здійснюють експорт до ЄС, збільшилася з 43,6% у 2015 році до 68,9% у 2016 році, а частка середніх підприємств – з 50,8% у 2015 році до 60,9% у 2016 році). При цьому, частка постачальників товарів та послуг до країн СНД серед малих підприємств у 2016 році майже не змінилася. Незначно зменшився цей показник і серед мікропідприємств (з 35,4% у 2015 до 28,3% у 2016 році). Натомість, середні підприємства у поточному році до країн співдружності стали експортувати менше: 42,2% порівняно з 61,0% у 2015. Попри це, частка експортерів до країн СНД як і раніше переважає у групах більших за розміром підприємств.

Порівняно з попереднім роком значно зросла частка експортерів до США серед мікропідприємств – з 4,6% у 2015 до 26,3% у 2016 році. Відповідно, у 2016 році серед підприємств різних розмірів, які здійснюють експорт до США, частка мікропідприємств є найбільшою.

Частка підприємств, які експортують до інших регіонів, порівняно з попереднім роком зросла однаково як серед мікро-, так і малих та середніх підприємств. Основні напрями експорту підприємств залежно від їх розміру подано на графіку нижче.

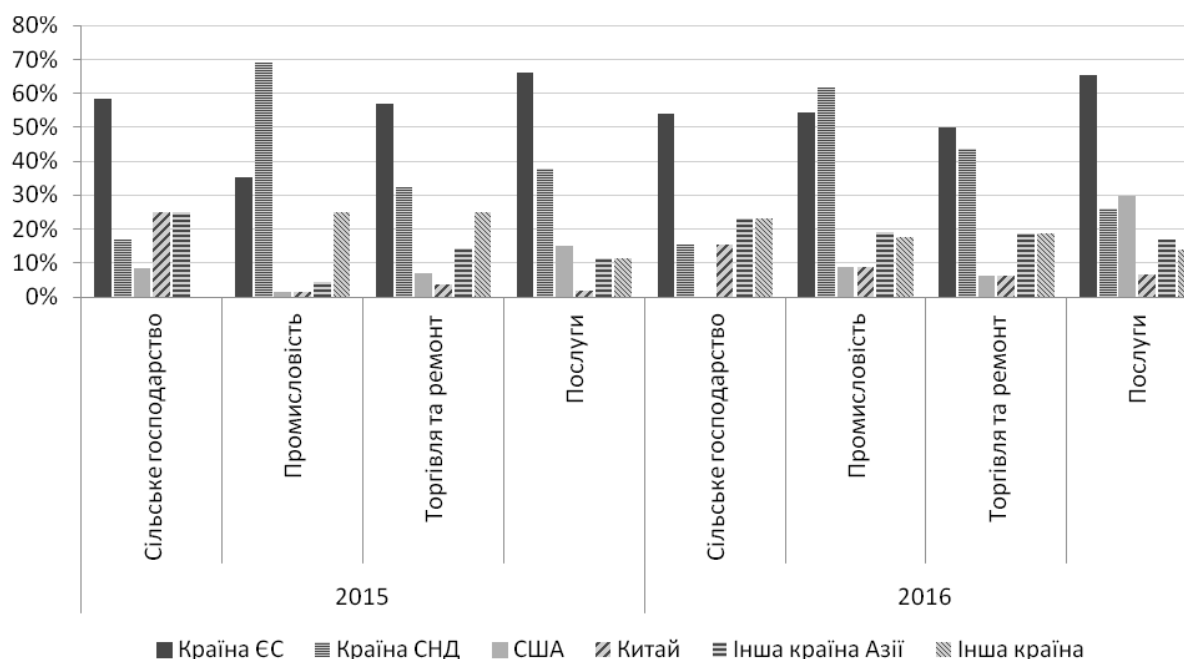
Рис. 50. Напрями експорту у 2015 та 2016 роках залежно від розміру підприємств, % опитаних



ФОПи переважно експортують до країн ЄС (55,9%) та США (44,1%). До країн СНД серед цієї категорії підприємств експортують 11,8%, до Китаю – 8,8%, інших країн Азії – 14,7%. Порівняно з результатами попередньої хвилі опитування значно зросла частка експортерів до США: у 2015 серед ФОПів до США експортували продукцію або послуги лише 10,5%. Натомість, зменшилася частка експорту до країн ЄС та СНД: у 2015 до них експортували, відповідно, 78,9% та 36,8% ФОПів. На відміну від попереднього року, у 2016 серед юридичних осіб переважають експортери до ЄС (60,9%, проти 46,6% у 2015). До СНД експортують 43,7% (у 2015 році – 50,7%). Порівняно з попереднім роком, серед юридичних осіб дещо зросли частки експортерів до Китаю (7,5% проти 4,1% у 2015 році) та інших країн Азії (18,4% проти 8,9%).

Серед підприємств промислового сектору традиційно переважають експортери до країн СНД (61,7%) – їх частка незначно зменшилася порівняно з 2015 роком (69,1%). Натомість, у цій групі значно зріс відсоток МСП, які здійснюють експорт до країн ЄС (54,4% у 2016 році проти 35,3% у 2015 році), Китаю та країн Азії (8,8% та 19,1% відповідно у 2016 році проти 1,5% та 4,4% у 2015). Подібна ситуація відбулася і в сфері послуг, однак, тут зменшення частки підприємств-експортерів до країн СНД (26,2% у поточному році проти 37,7% у 2015) супроводжувалося насамперед збільшенням кількості МСП, що експортували до США (29,9% проти 15,1% у 2015 році). Попри загальну тенденцію, серед МСП сфери торгівлі у 2016 році збільшилася частка експортерів до країн СНД: 43,8% проти 32,1% у 2015 році.

Рис. 51. Напрями експорту у 2015 та 2016 роках залежно від виду діяльності МСП, %



4.8.4 Регулювання експорту

МСП, які взяли участь в опитуванні, в середньому експортували 37 разів протягом 2016 року. При цьому, 25% МСП експортували не частіше 3 разів, а 50% - не частіше 10 разів. Порівняно з попереднім роком частота здійснення експортних операцій значно збільшилася – у 2015 середній показник становив 16 разів, тоді як половина МСП експортували не частіше 6 разів. Частіше експортні операції здійснюють середні (у середньому 48 разів на рік) та мікропідприємства (38 разів). Малі підприємства експортують у середньому 21 раз протягом року.

Митне оформлення продукції для експорту у 2016 році тривало у середньому 2,3 дня, тоді як у 50% МСП ця процедура зайняла не більше 1 дня. Офіційні витрати (не включаючи мито) склали у середньому 2725 грн., про сплату яких повідомили 47,5% експортерів. Ще 2,3% МСП сплатили штрафні санкції, а 8,3% - неофіційні платежі. Порівняно з 2015 роком витрати на митне оформлення зросли: офіційні платежі МСП склали у середньому 1727 грн. Тривалість процедури і частка МСП, які сплачували неофіційні платежі фактично не змінилися: відповідно 2,2 дня та 6,8% у 2015 році.

Таблиця 20. Попередні дозволи або ліцензії на імпорт

	Отримували, (% експортерів)	Тривалість (днів)	Мали сплачувати за отримання	
			Офіційні платежі	Неофіційні платежі
Реєстрація контракту	18,3%	4,0	31,6%	5,3%
Дозволи ліцензії надані виконавчими органами влади	9,6%	7,0	85,0%	10,0%
Інші документи	12,0%	3,2	68,0%	16,0%

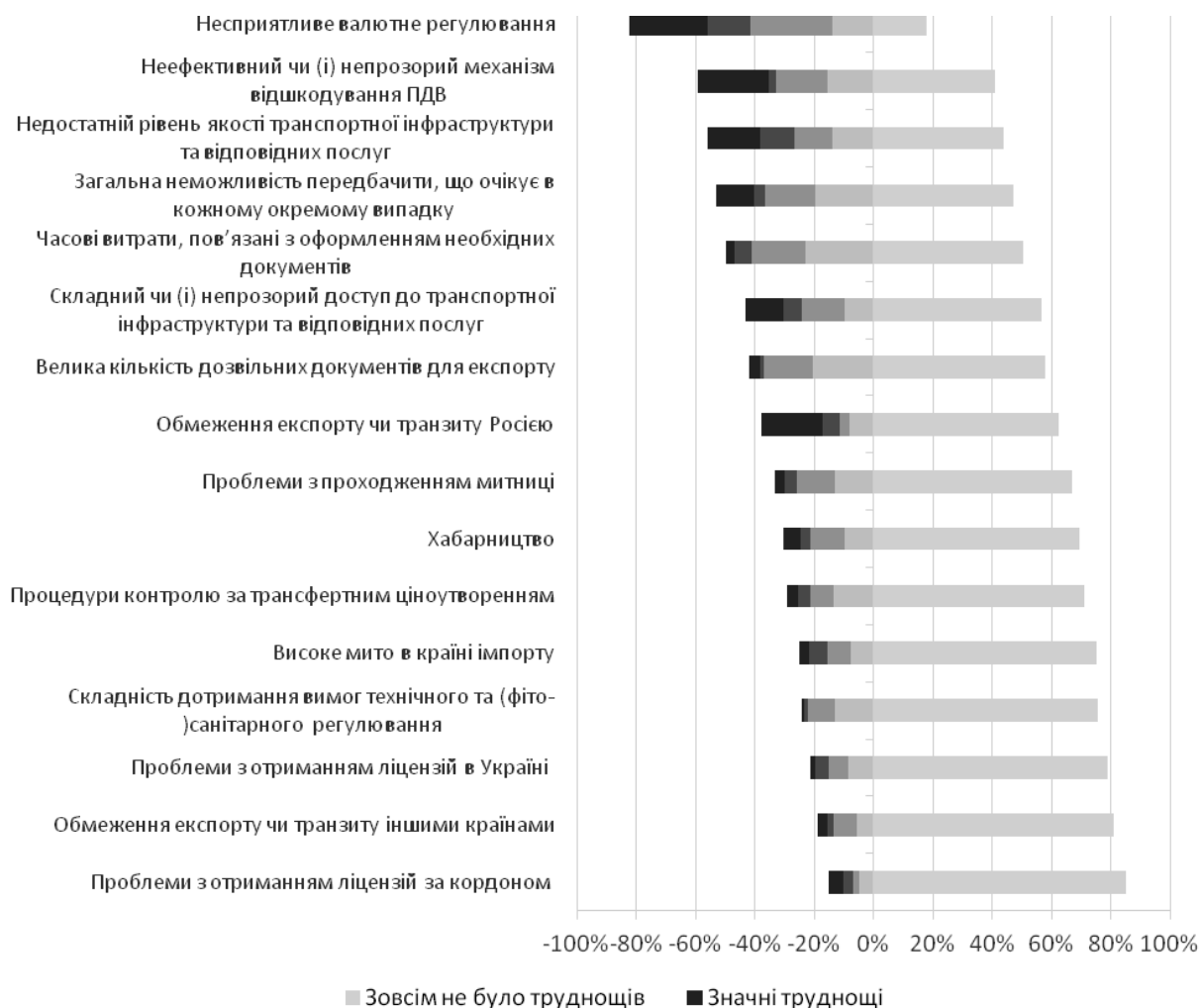
Мікропідприємства частіше повідомляють про сплату неофіційних платежів: митне оформлення супроводжувалося сплатою хабарів у випадку 12,5% мікро-, 6,1% малих та 5,9% середніх підприємств. Серед юридичних осіб про неофіційні витрати повідомили 9,2%, серед ФОПів – жоден.

При експортуванні окремих видів продукції МСП повинні займатися оформленням ряду документів. Так, контракт на здійснення експортних операцій у 2016 році реєстрували 18,3% МСП, дозволи або ліцензії на експорт отримували 9,6%, інші документи – 12,0%. Оформлення відповідних документів може супроводжуватися як офіційними, так і неофіційними внесками. Дані щодо тривалості та покриття витратами наведено у таблиці.

Порівняно з попереднім роком покриття такими документами дещо зменшилося. Так, контракт у 2015 році реєстрували 27,3% МСП, дозволи та ліцензії отримували 17,0%, інші документи – 27,9%. При цьому рівень платежів за кожним з напрямів майже не змінився.

Оцінюючи різні аспекти процедури експорту, МСП частіше повідомляють про відсутність труднощів. Виключенням є несприятливе валютне регулювання: останнє не викликало проблем лише у 17,8% експортерів, натомість 40,8% повідомили про значні труднощі. Менш поширеними, але важливими проблемами є недостатній рівень транспортної інфраструктури (значні труднощі у 29,5% МСП), обмеження експорту чи транзиту Росією (26,2%) та неефективний чи/і непрозорий механізм відшкодування ПДВ (26,2%). Натомість, майже не викликає проблем процедура отримання ліцензій в Україні та за кордоном, дотримання вимог технічного регулювання тощо.

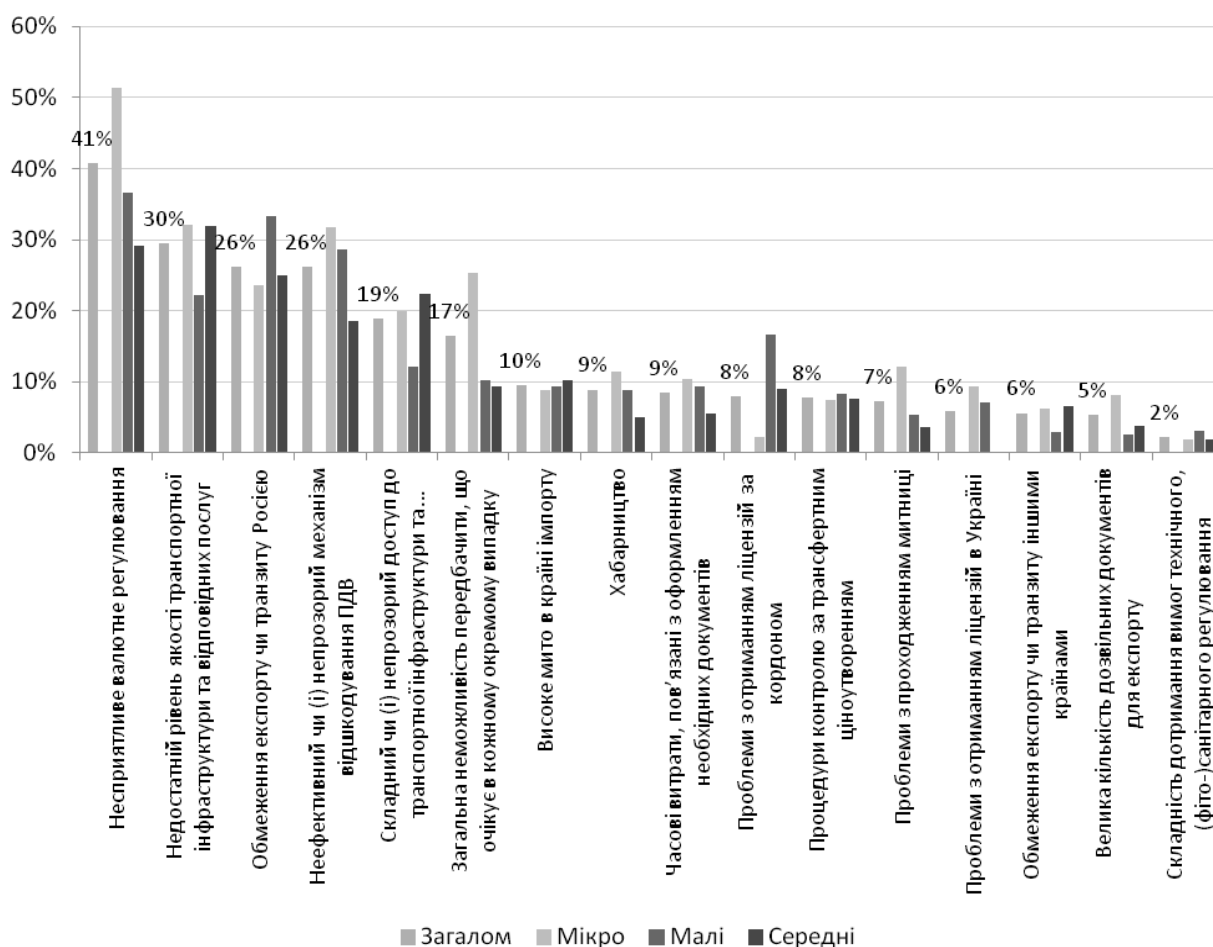
Рис. 52. Перешкоди, пов'язані зі здійсненням експортних операцій (1 - не було труднощів, 5 - величезні труднощі), %



Рейтинг проблем для підприємств різних розмірів дещо відрізняється. Так, несприятливе валютне регулювання є більш значущою проблемою для менших за розміром підприємств (особливо мікропідприємств – про значні труднощі у цій групі повідомляють 51,3% респондентів), тоді як для середніх підприємств основною проблемою є недостатній рівень якості транспортної інфраструктури (значні труднощі у 31,9% респондентів), а несприятливе валютне регулювання знаходиться на другому місці у рейтингу проблем (значні труднощі у 29,1% респондентів).

За винятком несприятливого валютного регулювання, значні труднощі у більш ніж чверті мікропідприємств викликає недостатній рівень якості транспортної інфраструктури, неефективний чи/і непрозорий механізм відшкодування ПДВ та загальна неможливість передбачити, що очікує в кожному окремому випадку. У групі малих підприємств відповідними проблемами є обмеження експорту чи транзиту Росією та неефективний чи/і непрозорий механізм відшкодування ПДВ. Зазначимо, що обмеження експорту або транзиту Росією є третьою за важливістю проблемою для середніх підприємств, і викликає значні складнощі для 25,0% з них.

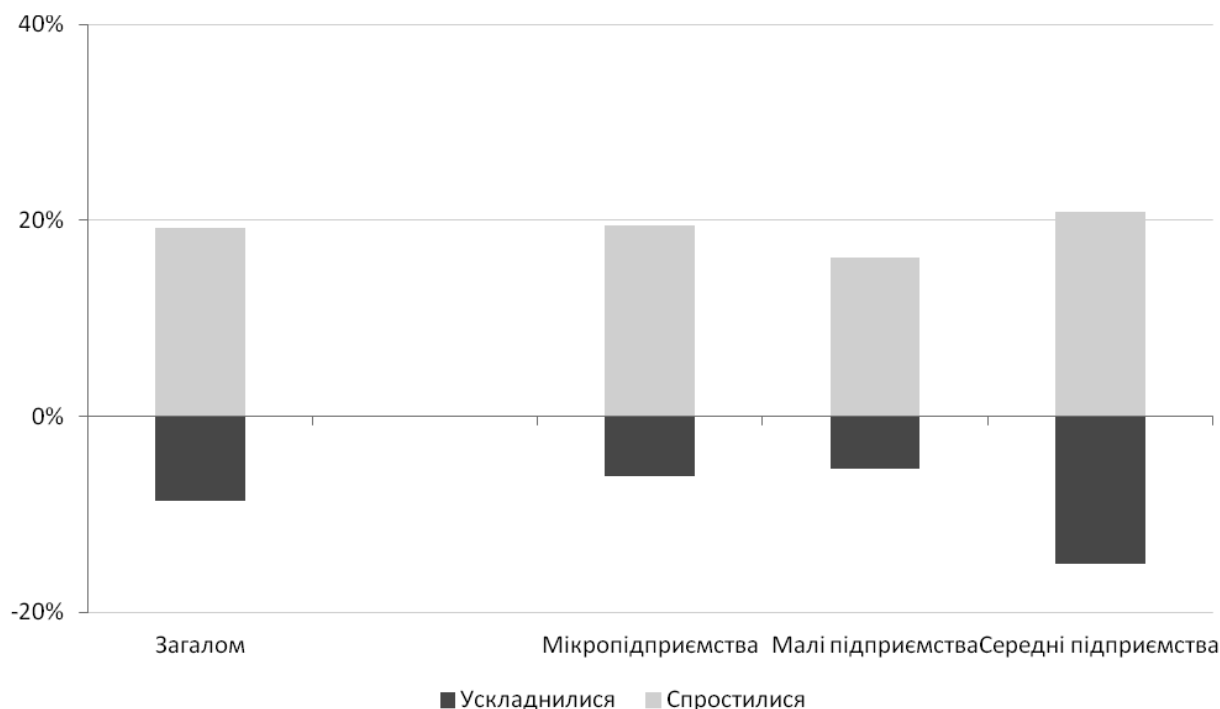
Рис. 53. Значні труднощі під час експорту: оцінки 4,5, %



Обмеження експорту (транзиту) Росією для юридичних осіб є значно вагомішою проблемою, ніж для фізичних осіб-підприємців: так, значні труднощі через це мають 28,2% юридичних осіб проти 15,8% ФОПів. Так само, юридичні особи частіше повідомляють про складнощі внаслідок недостатнього рівня транспортної інфраструктури (31,1% проти 17,6% серед ФОПів), неефективний чи (і) непрозорий механізм відшкодування ПДВ (27,5% проти 15,4%), неможливість передбачити, що очікує в кожному конкретному випадку (17,7% проти 8,7%) та високе ввізне мито (11,2% проти 0,0%).

Порівнюючи процеси та умови, пов'язані з регулюванням експортної діяльності у поточному році та 3 роки тому, респонденти переважно наголошують на відсутності змін (72,1%). Разом з тим, частка підприємств, у яких відзначили спрощення ситуації, значно перевищує частку тих, у яких відзначили її погіршення (19,2% проти 8,7%), що свідчить про певні позитивні зрушення у регулюванні експорту. Так, індекс оцінки змін регуляторної процедури є додатним та становить +0,10.

Рис. 54. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних зі здійсненням експортних операцій, 2016р. до 2013р.



Значущі відмінності в оцінках підприємств різних розмірів відсутні, однак у середніх підприємствах частіше вказують на погіршення ситуації. Так, баланс між позитивними та негативними відповідями у випадку середніх підприємств становить +5,7%, тоді як у випадку мікро- та малих підприємств +13,4% та +10,8% відповідно. Індеси змін регуляторної процедури у трьох групах підприємств однакові та становлять +0,1. Оцінки МСП залежно від організаційно-правової форми також не відрізняються.

4.9 Адміністрування податків

Досконалість податкової системи є одним з основних критеріїв формування сприятливого середовища для розвитку бізнесу. В Україні співіснують загальна та спрощена системи оподаткування (ССО) юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців. Додатково законодавством передбачено спеціальний режим оподаткування для сільгоспвиробників (до 2015 року – фіксований сільськогосподарський податок) – IV група платників єдиного податку. ССО утворює особливий механізм нарахування та сплати єдиного податку, який замінює ряд інших податків та зборів.

4.9.1 Загальна інформація

Відповідно до результатів опитування, єдиний податок у 2016 році сплачували 48,1% підприємств, тоді як 51,9% оподатковувалися на загальних умовах (у 2015 році 48,1% та 51,9% відповідно). Суб'єктами ССО є, насамперед, фізичні особи-підприємці (у групі ФОПів 83,3% єдиноподатників, тоді як серед підприємств-юридичних осіб – 34,2%).

Серед мікропідприємств на ССО знаходяться 59,5%, малих та середніх – 27,0% та 22,3% відповідно. Найбільше спрощенців серед підприємств аграрного сектору (82,0%) та сфери послуг (50,6%). Серед підприємств торгівлі та ремонту на ССО знаходяться 41,2%, будівельних підприємств – 38,2%, промислових – 33,4%.

Майже половина МСП, які знаходяться на спрощеній системі оподаткування, (47,3%) є платниками III групи, 29,2% - II групи та 6,3% - I групи. Ще 17,2% підприємств належать до IV групи платників єдиного податку.

Найбільш типовими для українських підприємств є єдиний соціальний внесок (96,8% МСП), військовий збір (84,1%), податок на прибуток фізичних осіб (76,1%), та податок на прибуток підприємств (55,6%). Розподіл за різними видами податків представлено в Таблиці «Основні напрямки оподаткування». Зауважимо, що у випадку ССО ряд податків (податок на прибуток, податок на доходи фізичних осіб (в частині господарської діяльності), податок на майно та, за певних обставин, ПДВ) замінює сплата єдиного податку. У Додатку 3 подано дані щодо напрямів сплати податків за організаційно-правовою формою та видами діяльності МСП.

Таблиця 21. Основні напрямки оподаткування, % опитаних

	Загалом	Мікро підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Загальнодержавні податки та збори				
Військовий збір	84,1%	76,6%	99,1%	99,3%
Податок на доходи фізичних осіб (перерахування за найманих осіб)	76,1%	66,5%	96,3%	95,0%
Податок на прибуток підприємств	55,6%	46,5%	74,2%	73,9%
Податок на додану вартість	53,4%	38,7%	75,6%	92,8%
Екологічний податок	22,6%	10,8%	32,1%	63,8%
Рентні платежі	17,0%	9,6%	22,3%	44,0%
Державне мито	11,6%	9,0%	15,1%	19,3%
Акцизний податок	4,1%	6,7%	6,6%	9,7%
Місцеві податки та збори				
Єдиний податок	48,1%	59,5%	27,0%	22,3%
Податок на майно (податок на нерухоме майно, транспортний податок, податок на землю)	44,7%	35,0%	56,2%	74,5%
Збір за місця для паркування транспортних засобів	3,9%	4,4%	2,8%	2,9%
Туристичний збір	1,1%	1,0%	1,6%	1,4%
Внески на соціальне страхування				
Єдиний соціальний внесок	91,2%	88,4%	96,8%	96,8%

Серед місцевих податків МСП найчастіше сплачують єдиний податок та податок на майно. Найбільше суб'єктів ССО серед МСП Закарпатської та Житомирської областей (64,3% та 61,5% відповідно). Більше половини підприємств, що сплачують єдиний податок, у Черкаській, Тернопільській, Чернівецькій, Сумській, Чернігівській, Львівській, Рівненській, Херсонській, Хмельницькій, Донецькій та Кіровоградській областях. Найменше – серед МСП Києва (30,9%), Дніпропетровської (38,5%), Івано-Франківської (39,3%) та Харківської (39,6%) областей.

Про сплату податку на майно найчастіше повідомляють у МСП Миколаївської (61,5%), Чернігівської (60,5%) та Вінницької (60,2%) областей. Значно менше вказують на сплату цього податку у Києві та Київській області – 26,1% та 39,8% підприємств відповідно, Одеській (33,3%), Кіровоградській (38,3%). Детальний регіональний розподіл за основними місцевими податками – у додатках.

Загалом, на сплату податків у 2016 році МСП витратили в середньому 24,9% доходу (виручки). У попередньому році відповідний показник становив 27,3%. Витрати у формі податків зростають з розміром підприємств: так, мікропідприємства на сплату податків витрачають у середньому 22,3% річної виручки, малі – 31,5% та середні – 29,2%. Частка платежів у вигляді податків також пов'язана з організаційно-правовою формою МСП: фізичні особи-підприємці повідомляють про показник на рівні 16,0%, тоді як підприємства-юридичні особи – на рівні 28,9%. Витрати підприємств різних видів діяльності на сплату податків (відносно загального доходу) майже не відрізняються.

4.9.2 Бухгалтерський облік та адміністрування

З метою виконання податкових зобов'язань та вчасного надання звітності, українські підприємства наймають бухгалтерів, основна робота яких пов'язана з податковою бухгалтерією. Так, про необхідність вести бухгалтерський облік повідомляють 99,2% МСП. З них 51,1% мають бухгалтерів, що працюють на повну ставку (у середньому 2,2 бухгалтера, що працюють на повну ставку) та 16,1% мають бухгалтерів з неповною зайнятістю (у середньому 1,1 бухгалтера). 17,0% підприємств використовують послуги сторонніх фірм чи незалежних бухгалтерів (у середньому 1,1 бухгалтера).

Більші за розміром підприємства переважно наймають на роботу бухгалтерів на повну ставку (94,7% середніх, 82,0% малих та 33,0% мікропідприємств). Мікропідприємства частіше ведуть бухгалтерський облік самостійно (29,1% проти 4,0% малих та 1,8% середніх підприємств), або користуються послугами сторонніх бухгалтерів (22,8% проти 7,1% малих та 2,8% середніх підприємств). Використовують послуги бухгалтерів з частковою зайнятістю 18,6% мікро-, 13,6% малих та 8,2% середніх підприємств). При цьому, середні підприємства у середньому використовують послуги 4,0 бухгалтерів, тоді як малі – 1,8, мікропідприємства – 1,2.

Використання послуг бухгалтерів для ведення обліку насамперед є необхідним для юридичних осіб – про відповідну потребу повідомили 92,8%, тоді як серед фізичних осіб-підприємців – 45,1%. При цьому ФОПи переважно використовують послуги сторонніх бухгалтерів (31,2%, серед юридичних осіб – 11,5%), тоді як юридичні особи наймають бухгалтерів, що працюють повний робочий день (69,2%, проти 4,3% ФОПів). Бухгалтерів з частковою зайнятістю мають 18,7% підприємств-юридичних осіб та 9,6% ФОПів. У середньому юридичні особи мають 2,0 бухгалтери, ФОПи – 1,2.

Використовують послуги бухгалтерів, що працюють на повну ставку, переважно МСП аграрного сектору (67,2%), промисловості (65,7%) та будівництва (61,8%). Підприємства сфери торгівлі та послуг частіше за інших повідомляють про самостійне ведення податкового обліку (28,9% та 21,2% відповідно) та використання послуг сторонніх бухгалтерів (20,6% та 18,0% відповідно).

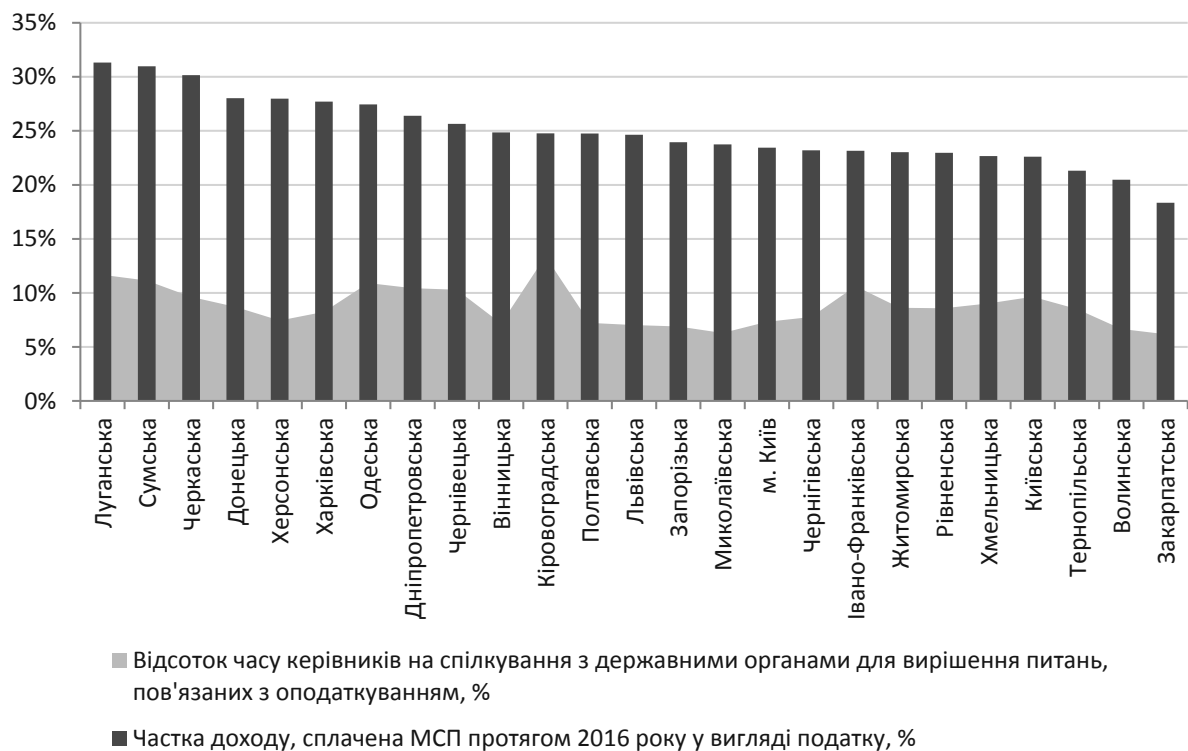
Керівники підприємств витрачають у середньому 8,7% робочого часу на вирішення питань, пов'язаних зі сплатою податків (без урахування роботи бухгалтерів). Цей показник майже не залежить від розміру підприємства: керівники мікропідприємств витрачають на це у середньому 8,3% робочого часу, малих – 9,4% та великих – 9,6%. Для МСП різних організаційно-правових форм та видів діяльності цей показник не відрізняється.

Рис. 55. Використання послуг бухгалтерів для ведення податкового обліку, залежно від виду діяльності, %



Щодо регіонального розподілу, найгірші показники демонструють Луганська, Сумська та Черкаська області: тут підприємства сплачують майже третину свого доходу на місцеві та загальнодержавні податки. Натомість, найменш обтяжливою з точки зору витрачених коштів є сплата податків для МСП Закарпатської (18,4% прибутку у вигляді податків), Волинської (20,5%) та Тернопільської (21,3%) областей.

Рис. 56. Витрати МСП на адміністрування та сплату податків залежно від регіону (відсортовано за середнім показником частки доходу, сплаченої у вигляді податків), %.

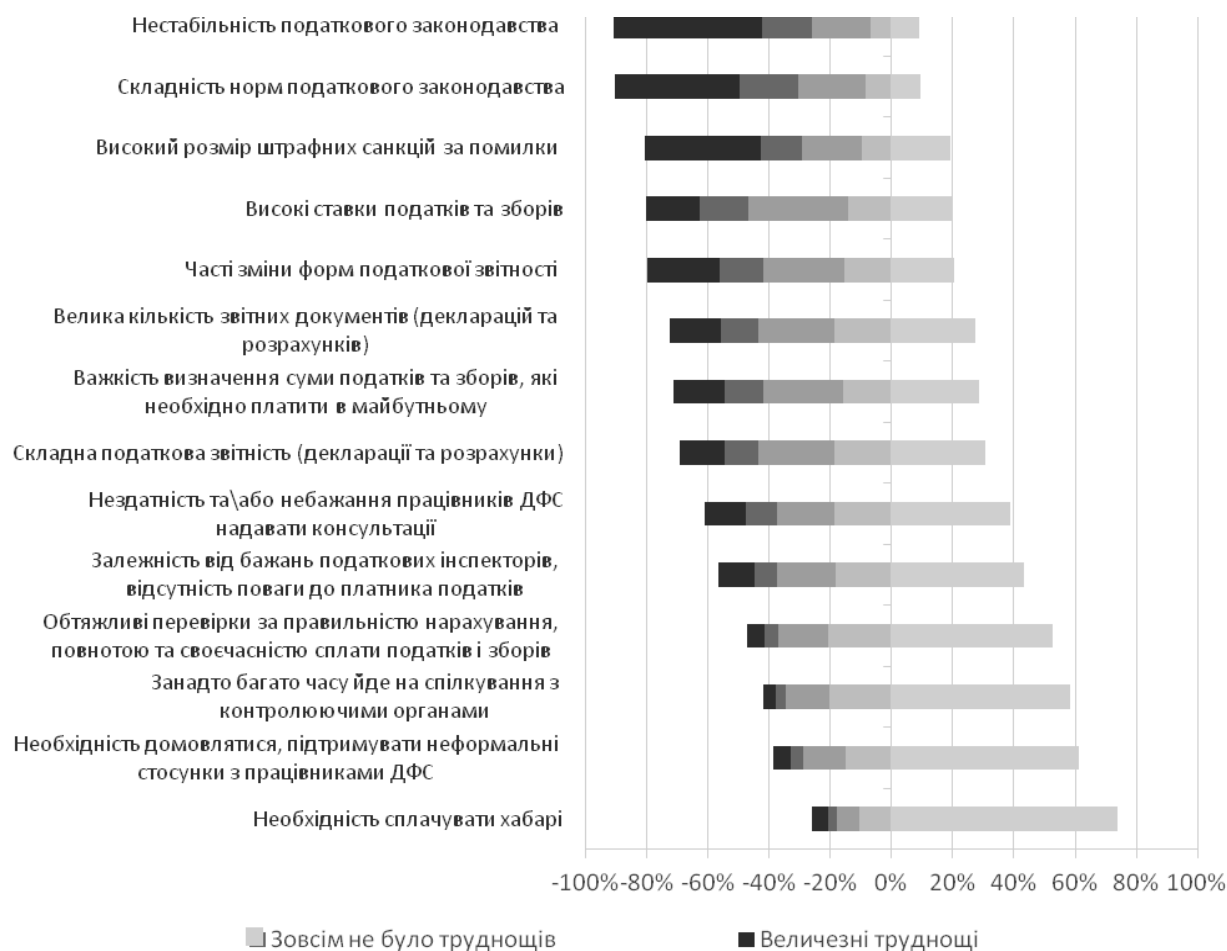


За показником часових витрат керівництва МСП, пов'язаних з оподаткуванням, «лідують» МСП Кіровоградської (у середньому 13,4% часу), Луганської (11,7%) та Сумської (11,2%) областей. Як і у випадку з часткою прибутку, сплаченого у вигляді податків, найнижчі часові витрати, пов'язані з вирішенням питань оподаткування, відзначають керівники підприємств Закарпатської (у середньому 6,2% часу), Волинської (6,7%) та Миколаївської (6,3%) областей..

4.9.3 Труднощі, пов'язані з оподаткуванням

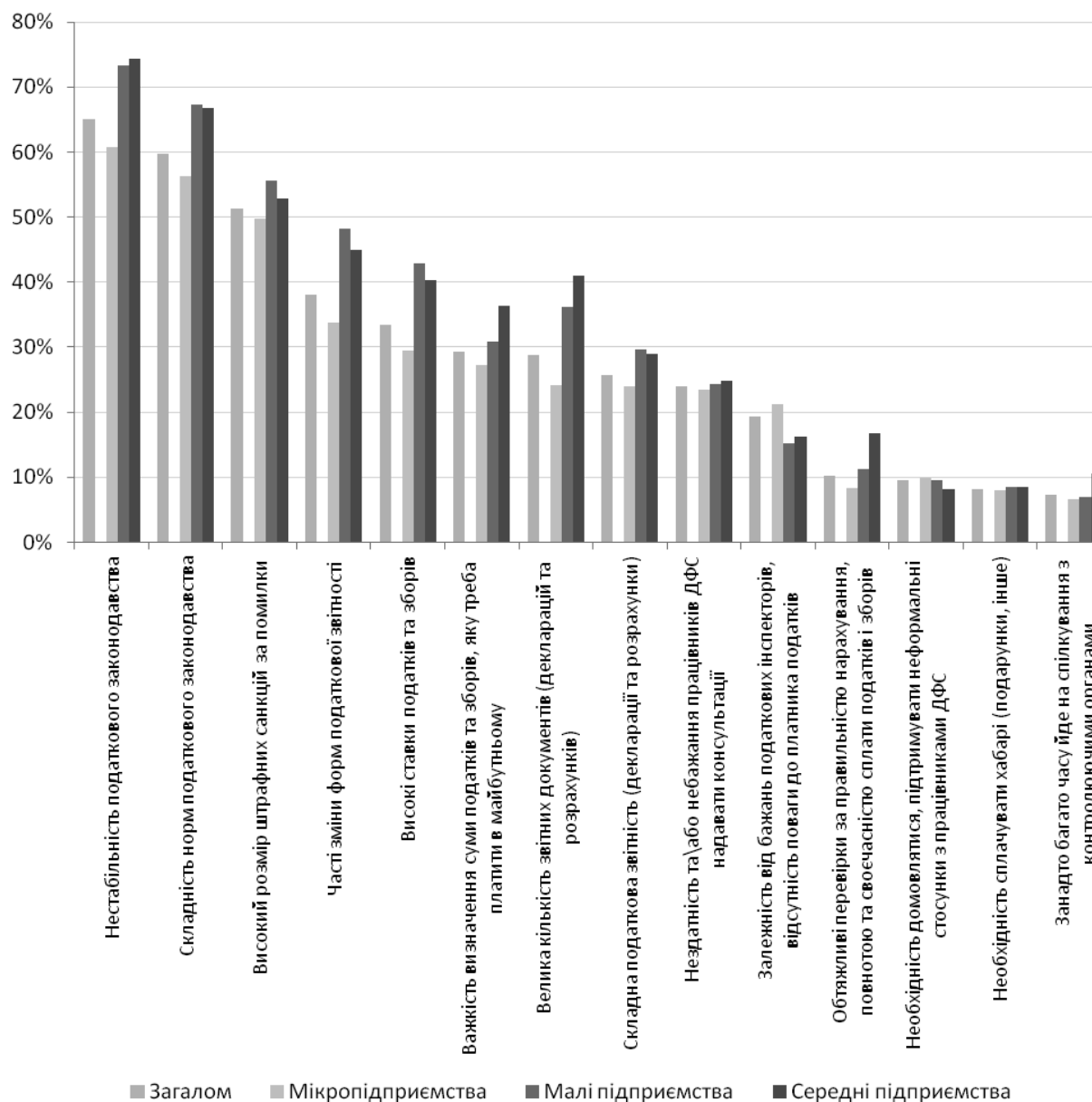
Основною проблемою, пов'язаною з системою оподаткування, у 2016 році залишається нестабільність податкового законодавства. Так, часті зміни та відсутність постійних правил викликає вагомі труднощі у 65,0% МСП (їх частка практично не змінилася порівняно з показником 2015 року: 61,0%). Не менш значною проблемою для МСП є і складність податкового законодавства – 59,8% опитаних відзначили це як значну або величезну перешкоду. Значні проблеми підприємств, пов'язані також з розміром штрафних санкцій за помилки (51,3%), ставками податків та зборів (33,5%) та частими змінами форм податкової звітності (38,0%). Зазначені аспекти податкового адміністрування у якості вагомих перешкод відзначали і у попередньому році. Так, високі ставки податків та зборів викликали значні проблеми у 48,0% підприємств, розміри штрафних санкцій за помилки – у 45,0%, часті зміни податкової звітності – у 43,3%.

Рис. 57. Перешкоди, пов'язані з адмініструванням податків (1 - не було труднощів, 5 - величезні труднощі), %



За більшістю аспектів податкового адміністрування значні проблеми виникають у більших за розміром підприємств. Так, малі та середні підприємства частіше повідомляють про нестабільність та складність норм податкового законодавства, часті зміни форм податкової звітності, велику кількість звітних документів, обтяжливі перевірки та великі витрати часу на спілкування з контролюючими органами. Зазначені перешкоди є основними і для мікропідприємств, однак останні стикаються з ними рідше. Порівняно з малими та середніми підприємствами мікропідприємства частіше повідомляють залежність від бажань податкових інспекторів, відсутність поваги до підприємця як платника податків.

Рис. 58. Проблеми, пов'язані з адмініструванням та регулюванням сплати податків (за розміром МСП), % опитаних



Підприємства-юридичні особи частіше вказують на проблеми у більшості аспектів адміністрування та сплати податків. Значно більша частка юридичних осіб, порівняно з фізичними особами-підприємцями, зазначає про труднощі, спричинені нестабільністю податкового законодавства (70% юридичних осіб проти 52% ФОП), складністю

норм податкового законодавства, довжиною та незрозумілістю Податкового кодексу (64% юридичних осіб, 48% ФОП), високим розміром штрафних санкцій (53% юридичних осіб, 46% ФОП), частими змінами форм податкової звітності (42% юридичних осіб, 27% ФОП), високими ставками податків та зборів (38% юридичних осіб, 22% ФОП), великою кількістю звітних документів (34% юридичних осіб, 17% ФОП). МСП, зареєстровані як ФОП, частіше скаржаться на проблеми, пов'язані з відносинами підприємець – податкова служба: залежність від бажань податкових інспекторів, відсутність поваги до підприємця як до платника податків (22% ФОП проти 18% юридичних осіб).

МСП різних видів діяльності здебільшого наголошують на одних і тих самих проблемах, які супроводжують адміністрування та сплату податків. Водночас серед підприємств, що займаються будівництвом, більше, порівняно з іншими, зазначають про проблеми через складність норм податкового законодавства та незрозумілість Податкового кодексу (74%), високий розмір штрафних санкцій (64%), часті зміни форм податкової звітності (44%). Підприємства, зайняті у сфері послуг, значно рідше, порівняно з іншими, скаржаться на зазначені проблеми. Дані про труднощі, пов'язані з адмініструванням та регулюванням сплати податків, для МСП різних видів діяльності наведено у додатках.

Високі ставки податків та зборів викликають значні труднощі у кожного третього МСП, а складність податкової звітності – у кожного четвертого, що свідчить про значну проблемність зазначених аспектів податкового адміністрування. Для того щоб визначити, які саме податки є найпроблемнішими з точки зору їх вартості та складності адміністрування в опитуванні містилися відповідні питання по кожному з податків.

Так, податок на додану вартість є найпроблемнішим з точки зору як вартості, так і складності його адміністрування (значні проблеми у, відповідно, 50,7% та 35,5% МСП). Так само, значні проблеми для підприємств викликають високі ставки (38,8%) та складність адміністрування (30,2%) акцизного податку і податку на прибуток підприємств (відповідно, 38,7% та 22,6%). Податок на доходи фізичних осіб є проблемним з точки зору вартості (для 38,9% МСП високі ставки є значною проблемою), тоді як з точки зору складності адміністрування він викликає значні труднощі лише у 11,3% МСП. Крім цього, значною перешкодою з точки зору вартості для кожного четвертого МСП є рентні платежі (28,2%) та державне мито (27,2%).

Ставки єдиного соціального внеску є значною проблемою для 33,4% МСП, тоді як складність адміністрування – лише для 13,5% МСП.

Серед місцевих податків та зборів найбільш проблемними з точки зору вартості є податок на майно (значні труднощі викликає у 33,9% МСП) та збір за місця для паркування транспорту (у 25,4%). Натомість, у плані адміністрування складнощі виникають переважно з туристичним збором (значні проблеми у 35,0% МСП). Детальний розподіл за проблемністю податків подано у таблиці нижче.

Таблиця 22. Частки МСП, які повідомили про значні проблеми зі сплатою або адмініструванням податків, % опитаних

	Високі ставки податку (збору)				Складність адміністрування податку (збору)			
	Загалом	Мікро	Малі	Середні	Загалом	Мікро	Малі	Середні
Загальнодержавні податки та збори								
Податок на додану вартість	51%	49%	55%	49%	36%	35%	36%	37%
Акцизний податок	39%	41%	43%	30%	30%	33%	42%	15%
Податок на прибуток підприємств	39%	36%	46%	37%	23%	21%	27%	23%
Податок на доходи фізичних осіб	39%	38%	41%	38%	13%	13%	14%	13%

	Високі ставки податку (збору)				Складність адміністрування податку (збору)			
	Загалом	Мікро	Малі	Середні	Загалом	Мікро	Малі	Середні
Екологічний податок	12%	11%	13%	13%	10%	10%	10%	10%
Рентні платежі	28%	27%	22%	33%	17%	15%	18%	18%
Державне мито	27%	26%	22%	34%	11%	13%	7%	12%
Військовий збір	14%	12%	19%	18%	6%	5%	8%	7%
Місцеві податки та збори								
Податок на майно	34%	36%	34%	30%	17%	17%	20%	15%
Єдиний податок	20%	19%	24%	25%	9%	8%	11%	12%
Єдиний податок (з тих що ССО)	19%	18%	24%	29%	9%	8%	12%	16%
Збір за місця для паркування транспортних засобів	25%	24%	33%	29%	13%	13%	11% ²³	14%
Туристичний збір	5%	8%	0%	0%	35%	25%	100%	0%
Внески на соціальне страхування								
Єдиний соціальний внесок	33%	33%	36%	31%	14%	13%	15%	13%

З'ясовуючи проблеми, які виникають при сплаті та адмініструванні місцевих податків цікаво звернутися до регіонального зрізу²⁴. Так, проблеми зі ставкою податку на майно набагато частіше виникають у МСП Луганської, Сумської, Житомирської та Чернігівської областей: значні труднощі сплата податку викликає у кожного другого підприємства. Високі ставки єдиного податку є значною проблемою для 37,8% МСП Херсонської області, 29,2% МСП Сумської області та 26,2% МСП Вінницької області.

Однією з найменш проблемних областей з огляду на ставку податку на майно та єдиного податку є Чернівецька область – про значні проблеми тут зазначили у, відповідно, 13,0% та 9,1% МСП. Високі ставки податку на майно не є великою проблемою і для підприємств Полтавської та Кіровоградської областей (значні проблеми у, відповідно, 14,3% та 16,7% МСП). Найрідше значні проблеми зі складністю адміністрування цього податку виникали у підприємств Миколаївської області (8,0%), у Волинській області їх не мало жодне МСП.

Складність адміністрування податку на майно викликає складнощі здебільшого у підприємств Івано-Франківської (26,7% МСП), Одеської (25,0%) та Сумської (25,0%) областей. Проблеми ж зі складністю адміністрування єдиного податку виникають переважно у МСП Херсонської області (23,5% МСП)²⁵.

Порівнюючи процес та умови адміністрування податків та зборів у 2016 та 2013 роках підприємці частіше наголошують на відсутності змін. Разом з тим, частка МСП, у яких відзначили спрощення у системі оподаткування перевищує частку тих, де вказали на ускладнення (31,1% проти 21,2%). Відповідно, індекс оцінки змін регуляторної процедури є додатним та становить +0,1.

Незважаючи на позитивний загальний показник, оцінки підприємств різних розмірів значно відрізняються (відповідно, можна говорити про статистично значущий зв'язок між розміром підприємства та оцінкою змін в адмініструванні податків). Так, якщо серед мікропідприємств та малих підприємств позитивні оцінки переважають

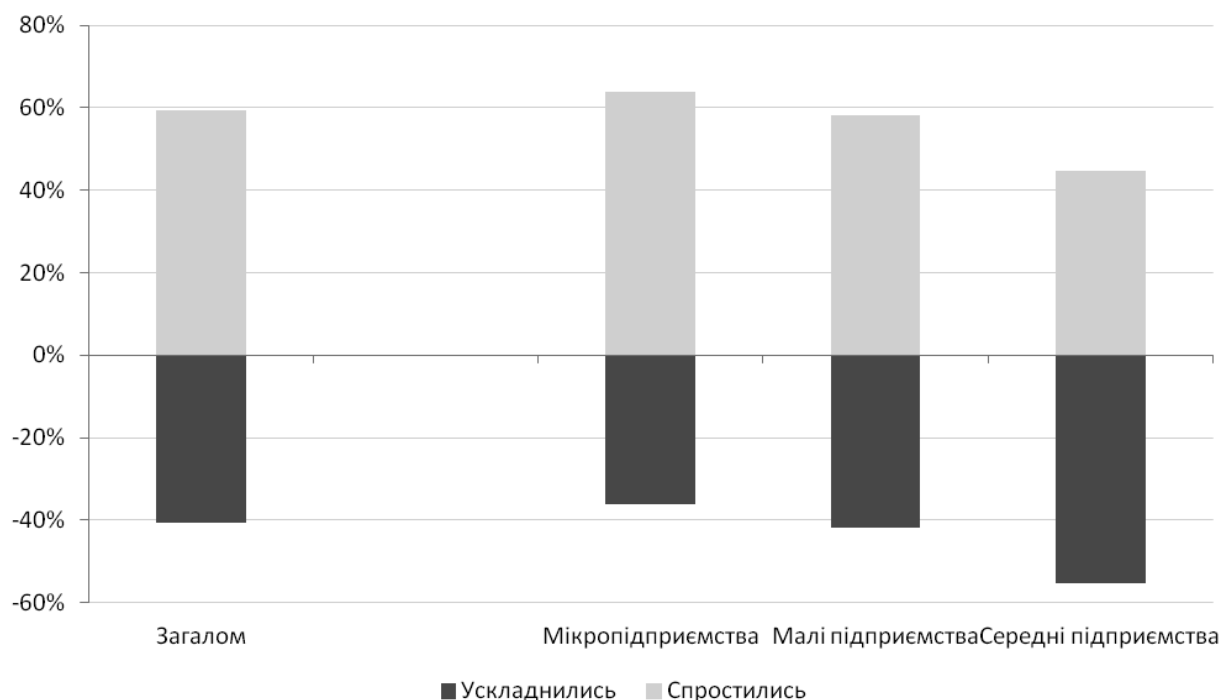
²³ Курсивом позначено показники з недостатньою наповненістю клітинок, тому ці дані варто використовувати з обережністю.

²⁴ Через незначне покриття збором за місця для паркування транспортних засобів та туристичним збором даних за цими видами недостатньо для аналізу, тому вони не наводяться.

²⁵ Детальний розподіл за проблематичністю сплати та адміністрування місцевих податків за регіонами наведено у додатках.

негативні, у групі середніх підприємств ситуація протилежна: частка респондентів, які відзначили ускладнення умов податкового адміністрування становить 32,7% та переважає частку тих, хто відзначили його спрощення (26,3%). Відповідно, індекс змін у цій групі є від'ємним та дорівнює -0,06 (у групі мікропідприємств та малих підприємств +0,14 та +0,09 відповідно).

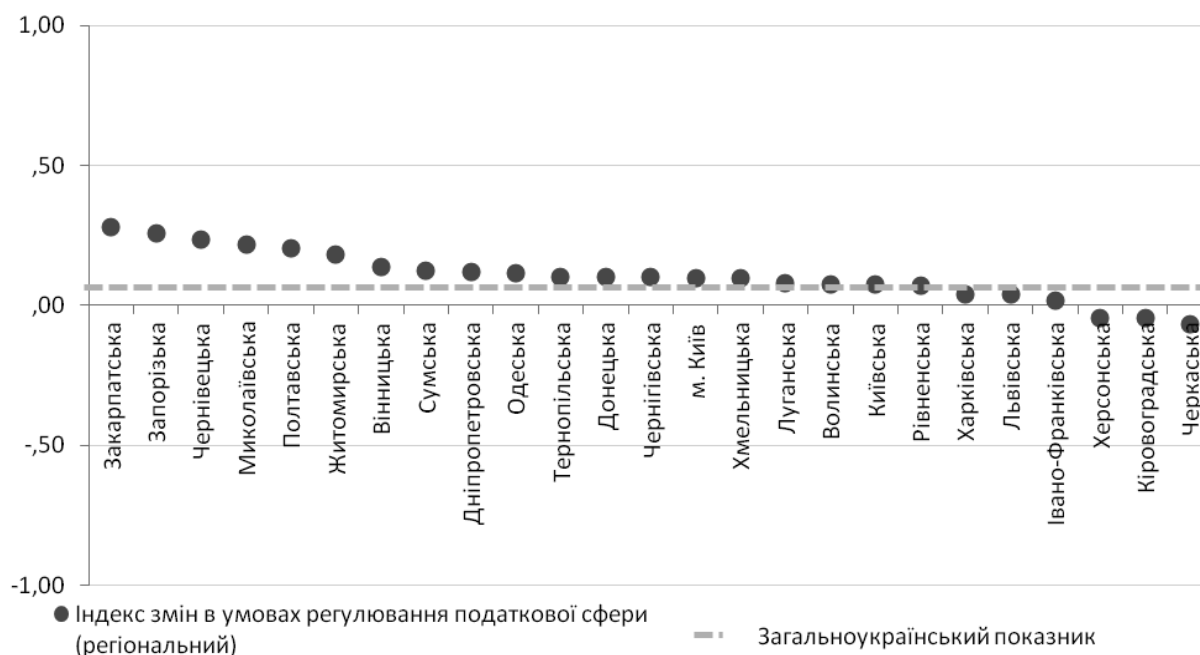
Рис. 59. Оцінка змін в умовах і процесах, пов'язаних з адмініструванням податків, 2016р. до 2013р.



Підприємства-юридичні особи дещо гірше за ФОПів оцінюють зміни в умовах та процесах оподаткування: індекс змін регуляторної процедури становить +0,2 та +0,1 відповідно. Так, про ускладнення повідомили 31,9% юридичних осіб, тоді як серед ФОПів – 24,9%, про спрощення – 31,9% та 28,8% відповідно. Про спрощення у ситуації з оподаткуванням більшою мірою наголошують МСП сфери послуг (індекс змін регуляторної процедури +0,2), про погіршення – МСП аграрного сектору (індекс - -0,1). Підприємства інших видів діяльності оцінюють зміни переважно однаково: індекс змін у зазначених групах — на рівні +0,1.

Найкраще оцінюють трирічні зміни у процесах та умовах, пов'язаних з оподаткуванням, МСП п'яти областей - Закарпатської, Запорізької, Чернівецької, Миколаївської та Полтавської – індекси тут значно перевищують загальноукраїнський показник. Навпаки, найгірші оцінки ситуації з податками у МСП Херсонської, Кіровоградської та Черкаської областей – це регіони, де індекс від'ємний, що свідчить про переважання негативних оцінок над позитивними.

Рис. 60. Індекс змін регуляторної процедури, за регіонами

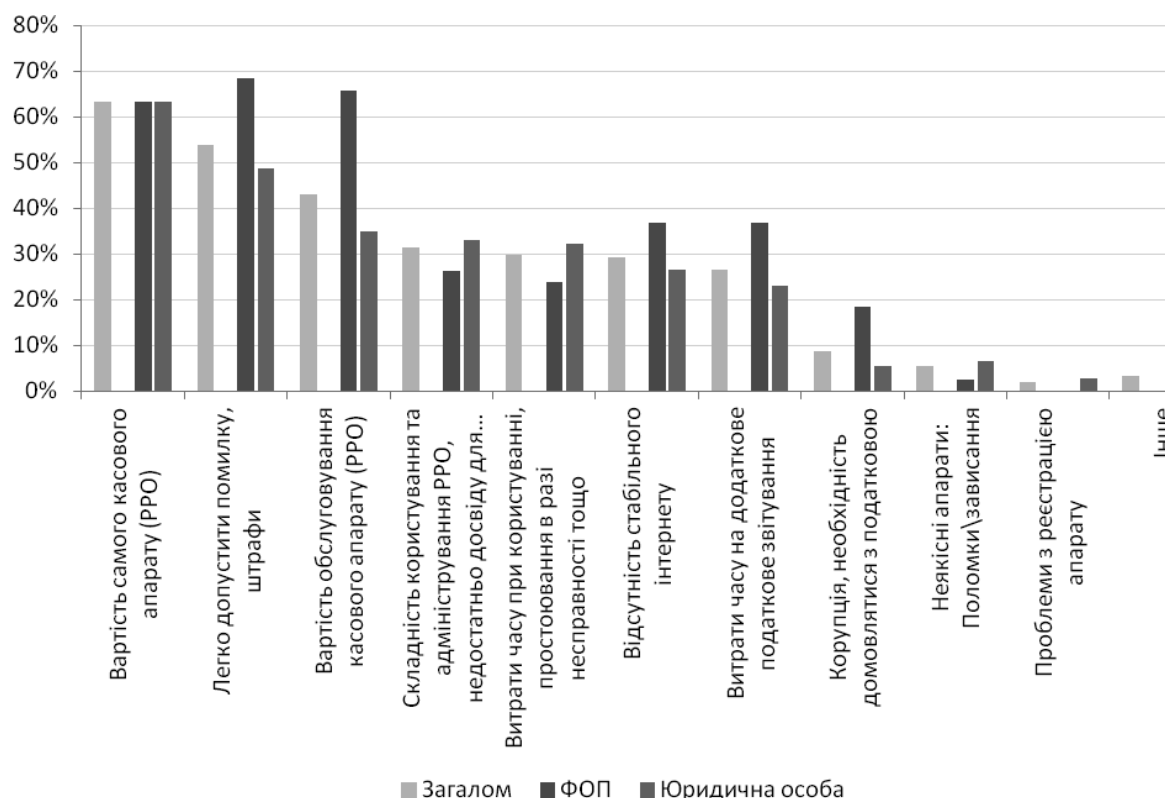


4.9.4 Використання касових апаратів (РРО)

Серед МСП сфери торгівлі та ремонту використовують реєстратор розрахункових операцій (РРО) на виконання вимог законодавства 22,8% підприємств, серед МСП сфери послуг – 12,5%. З них, 71,4% підприємств стикалися з проблемами під час використання РРО.

Найчастіше труднощі викликають вартість касового апарату (63,3%), легкість допуску помилок і штрафи, які їх супроводжують (53,7%) та вартість обслуговування апарату (42,9%). В цілому ФОПи частіше повідомляють про ті або інші проблеми з використанням касових апаратів, водночас значно актуальнішими, порівняно з підприємствами-юридичними особами, для них є проблеми, пов'язані з простотою допуску помилок та вартістю їх обслуговування. Хоча зазначені проблеми є найактуальнішими і для підприємств-юридичних осіб, в останніх частіше за ФОПів повідомляють про складність користування та адміністрування РРО та витрати часу при користуванні і простоюванні у разі несправності касового апарату.

Рис. 61. Проблеми при купівлі/експлуатації РРО (серед МСП сфери торгівлі, послуг та ремонту), %



4.10 Оцінка зміни регуляторного середовища

З метою узагальнення сприйняття МСП змін умов та процесів, пов'язаних з регулюванням різних процедур, ми побудували два показники: індекс змін регуляторного середовища та індекс «3-х» процедур. Індекс змін регуляторного середовища включає в себе оцінку респондентами змін у особливостях реєстрації та постановки на облік підприємства, початку користування приміщеннями, ліцензування, технічного регулювання, адміністрування податків, регулювання імпорту та експорту²⁶. Індекс «3-х» процедур розраховано для трьох найпоширеніших регуляторних сфер, з якими стикаються практично всі МСП: реєстрація та постановка на облік підприємства, державний нагляд та адміністрування податків.

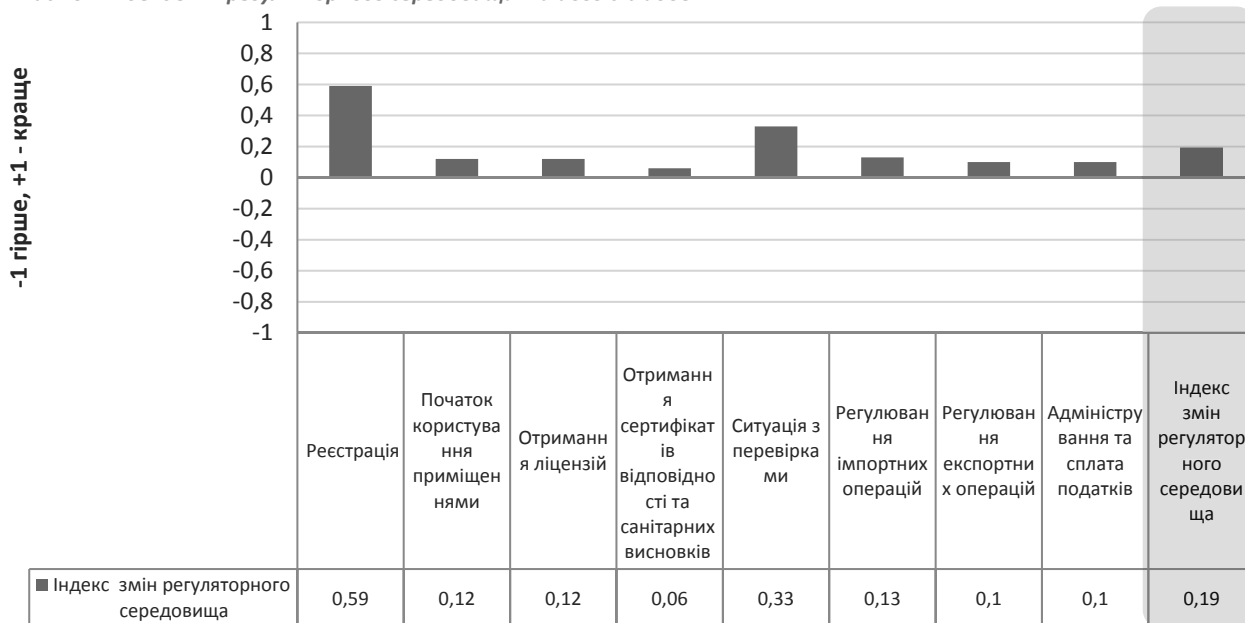
4.10.1 Індекс змін регуляторного середовища

Відповідно до результатів дослідження, частка МСП, які відзначили спрощення умов та процесів, пов'язаних з більшістю регуляторних процедур, переважає частку тих, які, навпаки, повідомляють про їх ускладнення. Це справедливо для всіх складових регуляторного середовища. Найкраще респонденти оцінили зміни, відносно 2013 року, у сфері реєстрації та постановки на облік підприємства (індекс змін +0,59), а також зміни у ситуації з перевітками (+0,33). Показники за іншими процедурами є позитивними, однак у своєму значенні наближаються до нуля (що свідчить про відсутність відчутних змін в умовах та процесах цих процедур).

Агрегований показник змін є, відповідно, також додатним та становить +0,19, що свідчить, скоріше, про позитивне сприйняття МСП змін стану регуляторного середовища порівняно з 2013 роком.

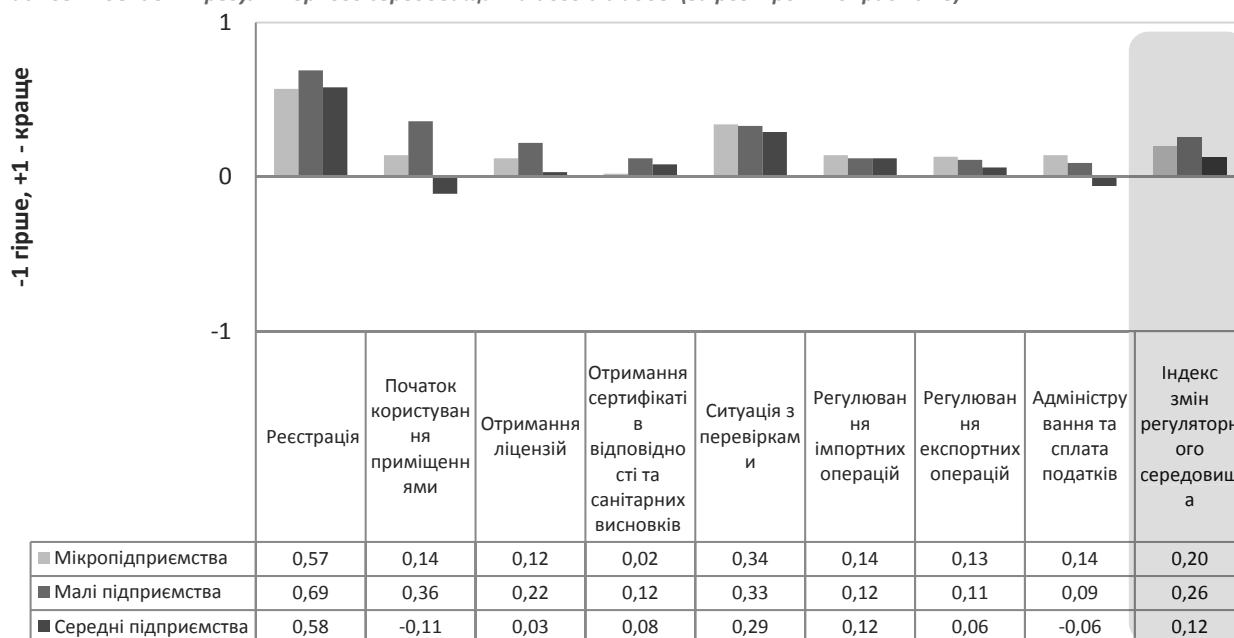
²⁶ Інформація щодо методології побудови Індексу змін регуляторного середовища подана у Розділі 8.

Рис. 62. Індекс змін регуляторного середовища та його складові



Значення індексу змін регуляторного середовища відрізняється для підприємств різного розміру (відповідні індекси становлять +0,20 для мікро-, +0,26 для малих та +0,12 для середніх підприємств). Так, середні підприємства оцінюють зміни у регуляторному середовищі найгірше. Насамперед це стосується процедур, пов'язаних з регулюванням будівництва, ремонту та перепрофілювання, ліцензуванням та адмініструванням податків (зокрема, показники оцінки змін за цими процедурами у групі середніх підприємств є від'ємними або близькими до 0).

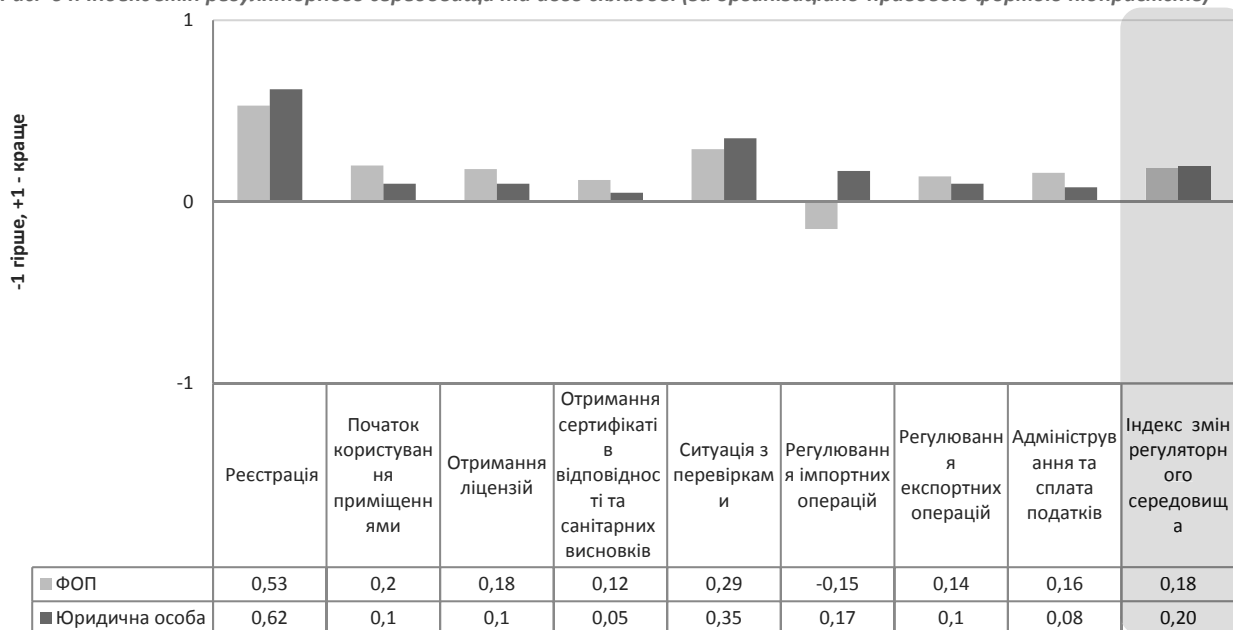
Рис. 63. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за розміром підприємств)



Натомість відмінності між сприйняттям змін регуляторного середовища у групі ФОПів та юридичних осіб майже відсутні (відповідні індекси змін становлять +0,18 та +0,20). Разом з тим, юридичні особи краще оцінюють зміни у регулюванні імпорتنих операцій (+0,17 проти -0,15 для ФОПів), реєстраційних процедурах (+0,62 проти +0,53) та ситуації з перевірками (+0,35 проти +0,29). Натомість фізичні особи-підприємці дають кращі оцінки регуляторним

змінам пов'язаним початком користування приміщеннями (+0,20 проти +0,10 для юридичних осіб), ліцензуванні (+0,18 проти +0,10), сертифікації (+0,12 проти +0,05) та податковому адмініструванні (+0,16 проти +0,08).

Рис. 64. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за організаційно-правовою формою підприємств)



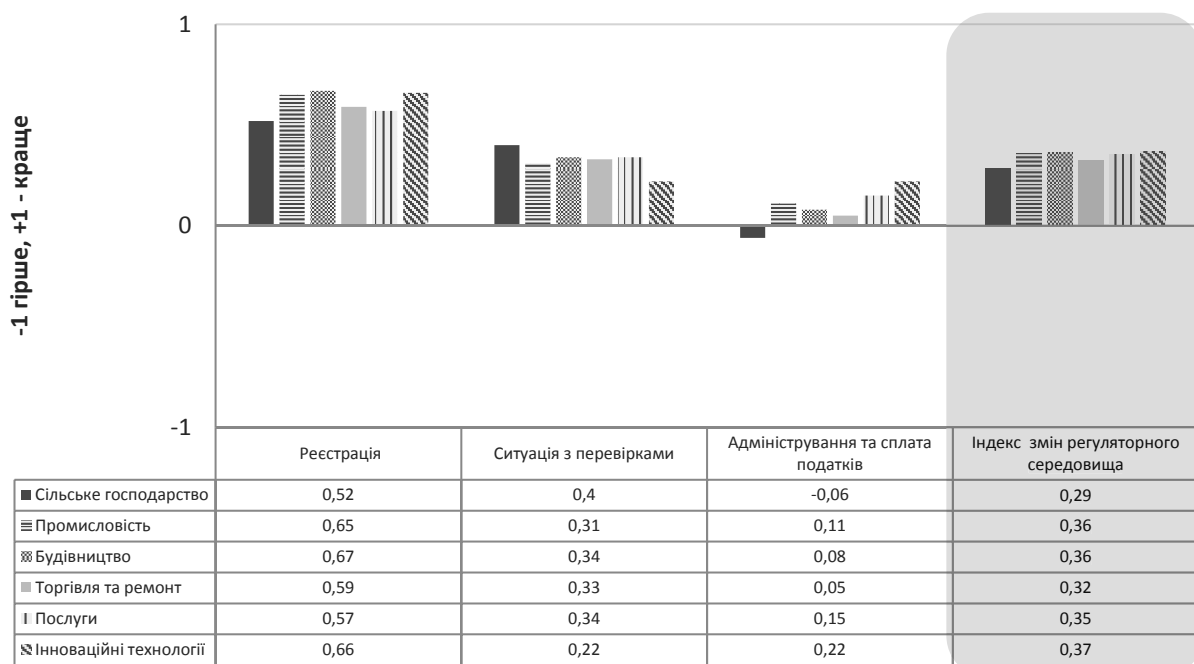
4.10.2 Індекс «3-х процедур»

З огляду на те, що для МСП певних видів діяльності ряд регуляторних процедур є неактуальним (зокрема, ліцензування, сертифікація, імпорту або експортні процедури), було введено індекс «3-х процедур», який враховує оцінку респондентами змін у трьох основних регуляторних сферах: реєстрації (перереєстрації), державному нагляді та адмініструванні податків.

Агрегований показник змін у цих процедурах є вищим за загальний та становить +0,35, насамперед за рахунок позитивної оцінки змін у сфері реєстрації

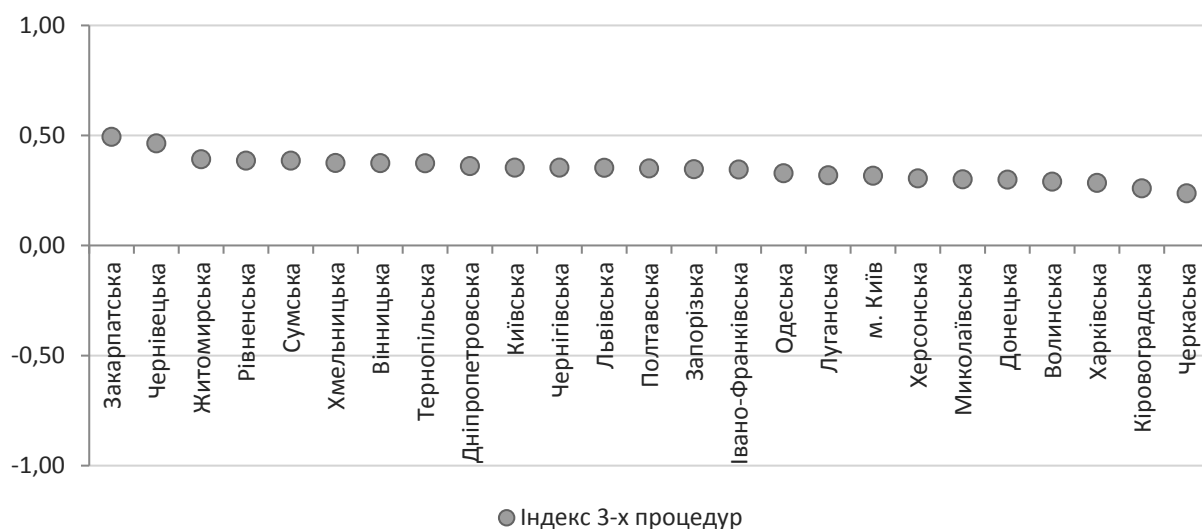
Сприйняття змін регуляторного середовища МСП різних галузей господарювання незначно розрізняються. Найгірший показник демонструють МСП аграрного сектору: індекс «3-х процедур» на рівні +0,29. Так, лише зазначені МСП негативно оцінили зміни умов та процесів, пов'язаних з оподаткуванням (-0,06). Навпаки, найкраще зміни регуляторного середовища оцінили підприємства ІТ - сектору – індекс на рівні +0,37.

Рис. 65. Індекс «3-х процедур» та його складові (за видом діяльності підприємств)



Найкраще оцінюють зміни у трьох основних регуляторних процедурах МСП Закарпатської (індекс +0,49) та Чернівецької (індекс +0,46) областей. Так, Закарпатська область дає одні з найкращих оцінок змінам у сфері реєстрації та адміністрування податків, Чернівецька – ситуації з перевітками та адмініструванням податків. Позитивно, однак гірше за інші регіони оцінюють ситуацію МСП Черкаської та Кіровоградської областей: індекси «3-х процедур» тут +0,24 та +0,26 відповідно. Так, оцінюючи ситуацію з адмініструванням податків останні наголошують здебільшого на ускладненні процесу (індекси змін регуляторної процедури від'ємні), оцінки за іншими процедурами є хоч і не найгіршими, але досить низькими.

Рис. 66. Індекс «3-х процедур» (за регіоном проведення опитування)



Таблиця 23. Індекс «3-х процедур» та його складові (за регіоном проведення опитування)

	Реєстрація та постановка на облік	Державний нагляд	Адміністрування податків	Індекс 3-х процедур
Вінницька	0,63	0,36	0,14	0,37
Волинська	0,52	0,28	0,08	0,29
Дніпропетровська	0,61	0,35	0,12	0,36
Донецька	0,45	0,35	0,10	0,30
Житомирська	0,45	0,54	0,18	0,39
Закарпатська	0,84	0,36	0,28	0,49
Запорізька	0,60	0,18	0,26	0,35
Івано-Франківська	0,70	0,32	0,02	0,35
Київська	0,75	0,23	0,07	0,35
Кіровоградська	0,50	0,32	-0,04	0,26
Луганська	0,57	0,31	0,08	0,32
Львівська	0,65	0,37	0,04	0,35
Миколаївська	0,30	0,38	0,22	0,30
Одеська	0,61	0,26	0,12	0,33
Полтавська	0,49	0,36	0,21	0,35
Рівненська	0,61	0,48	0,07	0,39
Сумська	0,88	0,15	0,13	0,39
Тернопільська	0,61	0,41	0,10	0,37
Харківська	0,43	0,38	0,04	0,28
Херсонська	0,69	0,27	-0,04	0,31
Хмельницька	0,63	0,40	0,10	0,38
Черкаська	0,43	0,35	-0,07	0,24
Чернівецька	0,69	0,46	0,24	0,46
Чернігівська	0,64	0,32	0,10	0,35
м. Київ	0,58	0,28	0,10	0,32
Загалом	0,59	0,33	0,10	0,35

4.11 Висновки

- У 2016 році реєстраційні процедури здійснювали у 27,1% МСП. Повна реєстрація (перереєстрація) бізнесу тривала у середньому 11 днів та коштувала 432 грн. Порівняно з даними за попередній рік ситуація майже не змінилася: у 2015 році тривалість процедури за повідомленнями респондентів у середньому становила 10,5 днів та коштувала 380 грн.
- Державна реєстрація (перереєстрація) тривала у середньому 5,7 дня та коштувала 380 грн. Враховуючи непрямі витрати (тривалість процедури), можна говорити про загальну вартість державної реєстрації в середньому на рівні 1680 грн. (у 2015 році – 1011 грн.).
- У 2016 році ліцензії мали 30,5% МСП (у 2015 – 31,3%). 64,1% підприємств мають строкові ліцензії, термін дії яких становить у середньому 3,7 року. Зменшення загальної вартості ліцензії (у середньому з 14713 грн. у

2015 році до 13048 грн. у 2016 році) пов'язано передусім зі скороченням непрямих витрат (тривалості процедури).

- Необхідність сертифікувати продукцію або послуги у 2016 році мали 15,8% МСП (у 2015 р. – 20,7%). Загальна вартість сертифікації склала в середньому 12990 грн., з них 5343 грн. – пряма вартість, решта – непрямі витрати, еквівалентні 15,2 дня (у 2015 р. пряма вартість процедури склала у середньому 14381 грн., з них пряма вартість – 6263 грн., тривалість процедури – 14,3 дня).
- Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи є необхідним для 15,6% підприємств (у 2015 році відповідний показник становив 17,6%). Загальні витрати на отримання санітарно-гігієнічного висновку протягом 2016 року склали у середньому 7937 грн., з них пряма вартість процедури становила 2130 грн., тривалість – 8,8 дня (у 2015 р. для отримання документу МСП сплачували у середньому 2673 грн. та витрачали 9,0 днів, що у перерахунку становило 9537 грн.).
- Порівняно з 2015 роком у 2016 р. значно зросла частка МСП, які перевірялися принаймні одним органом (51,2% та 68,0% відповідно). Так само зросла і кількість МСП, перевірки яких закінчилися сплатою штрафів (з 34,7% у 2015 р. до 60,7% у 2016 р.). Разом з тим, загальна вартість усіх перевірок зменшилася: у середньому з 40938 грн. у 2015 році до 27325 грн. у 2016 році. Зменшення усередненого показника загальної вартості насамперед пов'язано зі зменшенням сум, які МСП сплатили у вигляді штрафів, конфіскацій та неофіційних платежів.
- З огляду на частоту перевірок та пов'язані з ними витрати (як часові, так і грошові – у формі штрафів або неофіційних платежів), найбільш обтяжливими для МСП залишаються перевірки державної податкової інспекції.
- Загальна вартість дотримання регуляторних вимог у 2016 році становила у середньому 27412 грн., та виявилася меншою за показник попереднього року (29761 грн.). Зазначена сума включає прямі та непрямі витрати пов'язані з державною реєстрацією, ліцензуванням, сертифікацією, санітарно-гігієнічним регулюванням і державним наглядом, та розрахована з урахуванням рівня покриття тією або іншою процедурою.
- На сплату податків у 2016 році МСП витратили в середньому 24,9% доходу (у попередньому році - 27,3%). Витрати підприємств у формі податків зростають з розміром підприємств та пов'язані з організаційно-правовою формою (витрати ФОП, пов'язані з оподаткуванням майже вдвічі менші, ніж витрати підприємств-юридичних осіб).
- Основними проблемами, пов'язаними з адмініструванням податків, залишаються нестабільність податкового законодавства, розмір штрафних санкцій за помилки, ставки податків і зборів та часті зміни форм податкової звітності.
- Часовий податок за оцінками МСП становить у середньому 14,3% та не відрізняється від попереднього року (14,6%). У перерахунку на одного працюючого часовий податок зростає зі зменшенням розміру підприємств.
- Індекс змін регуляторного клімату є додатним та становить +0,19, що свідчить, скоріше, про позитивне сприйняття МСП змін стану регуляторного середовища порівняно з 2013 роком. Найкраще МСП оцінили зміни у ситуації з реєстрацією та перевітками.

5. Держава та бізнес

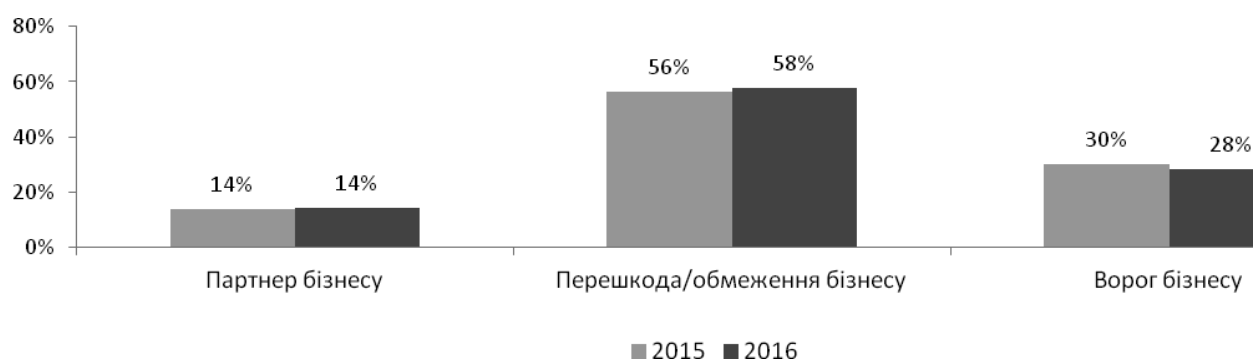
5.1 Відносини бізнесу та влади з точки зору МСП

5.1.1 Образ держави

Для того, щоб визначити, як МСП ставляться до держави як інституту, що регулює відносини та створює «правила гри», в тому числі для економічної діяльності, якою вони бачать роль держави для бізнесу, представникам МСП було поставлене питання «Чим для Вас є держава?» та надано три можливих альтернативи вибору: а) держава — партнер бізнесу, б) держава — перешкода/обмеження бізнесу; та в) держава — ворог бізнесу.

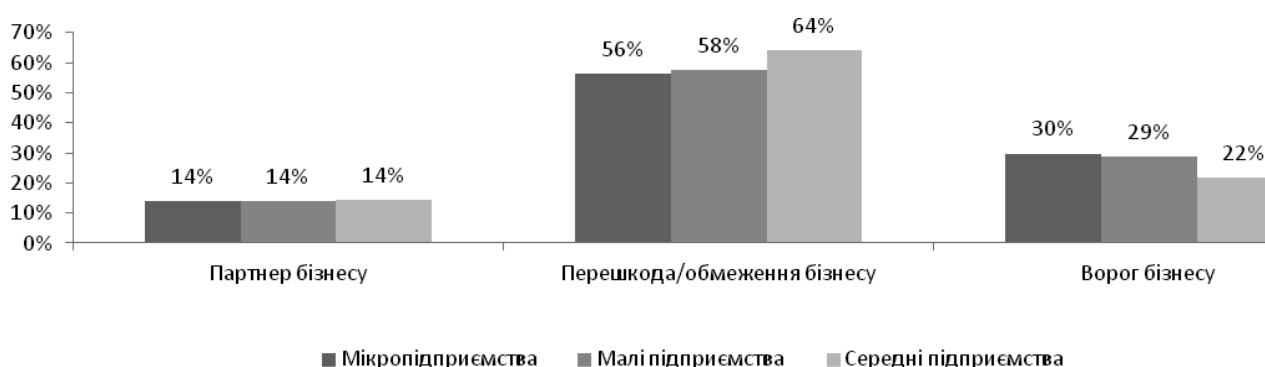
За результатами опитування 2016 року більш ніж половина респондентів (58%) вважають державу перешкодою для бізнесу, 28% - називають державу ворогом бізнесу і лише 14% – вважають її своїм партнером. Це співвідношення практично не змінилося порівняно із першою хвилиною опитування. За даними першої «Щорічної оцінки ділового клімату»²⁷ у 2015 році частка опитаних представників МСП, які вважали державу перешкодою, становила 56%, ворогом – 30% та партнером – 14%.

Рис. 67. Погляд бізнесу на роль держави (за роками), % опитаних



Між підприємствами різного розміру спостерігається різниця у сприйнятті ролі держави для бізнесу. Із збільшенням розміру збільшується частка підприємств, для яких держава є перешкодою бізнесу, та зменшується частка тих, де її вважають ворогом бізнесу. Так, держава сприймається як ворог бізнесу майже у третині мікропідприємств (30%) 29% малих та 22% середніх підприємств.

Рис. 68. Погляд бізнесу на роль держави (за розміром підприємств), % опитаних

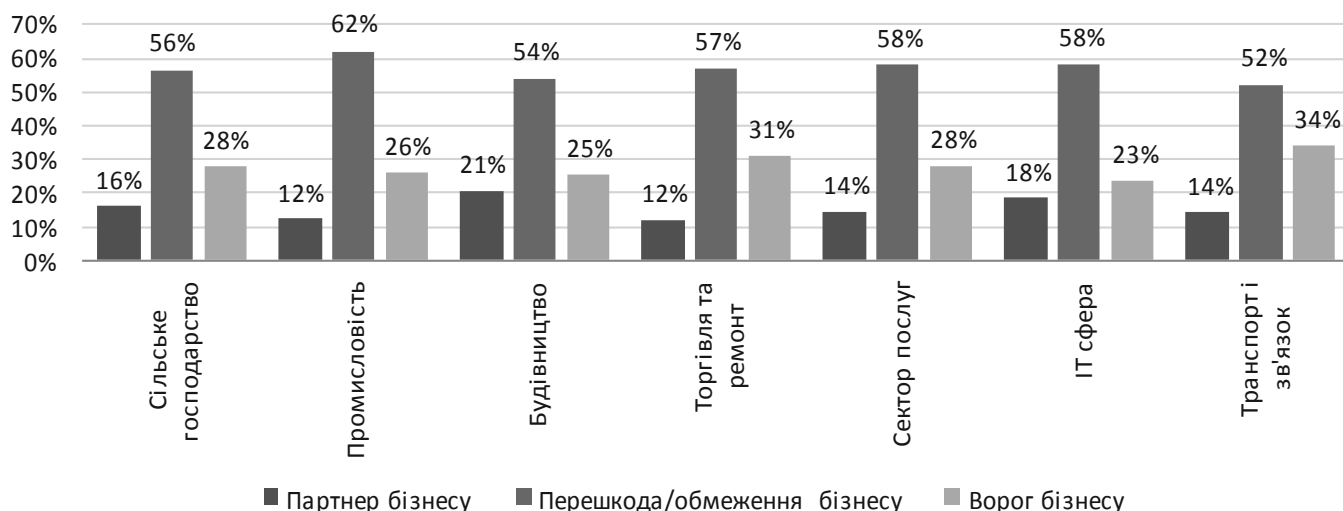


²⁷ «Щорічна оцінка ділового клімату 2015», Київ 2015.

Представники середніх підприємств державу частіше називають перешкодою бізнесу (64% підприємств), в той час як серед мікропідприємств цей показник становить 56%, а серед малих підприємств – 58%. Сприйняття держави як партнера не змінюється в залежності від розміру підприємств.

Підприємства різних секторів деякою мірою відрізняються у сприйнятті держави. Так, серед сектору транспорту та зв'язку, а також у секторі торгівлі та ремонту – найбільші частки представників МСП, які вважають державу ворогом бізнесу (34% та 31% відповідно). Натомість у секторі будівництва та у сфері ІТ найвищі частки респондентів, що сприймають державу як партнера бізнесу: вони складають, відповідно, 21% та 18%.

Рис. 69. Погляд бізнесу на роль держави (за сектором підприємств), % опитаних



Детальніший аналіз МСП у секторі послуг показує, що представники МСП певних галузей, що входять до сектору послуг, суттєво відрізняються сприйняттям держави. Зокрема, серед представників підприємств у сфері фінансової та страхової діяльності жоден опитаний не розглядає державу як партнера, а більше 70% оцінюють її як перешкоду для бізнесу, та 25% – як ворога. Майже така ж ситуація з представниками МСП, що надають юридичні та консультаційні послуги, проте наповненість цих груп респондентами досить мала для констатації статистично значущого зв'язку. Крім цього, частково відмінним є розподіл відповідей представників підприємств у сфері надання комунальних послуг: подібно до загальноукраїнської тенденції, вони переважно вважають державу перешкодою для бізнесу, але між альтернативами «ворог» і «партнер» в оцінці образу держави вони розділились порівну (по 23%).

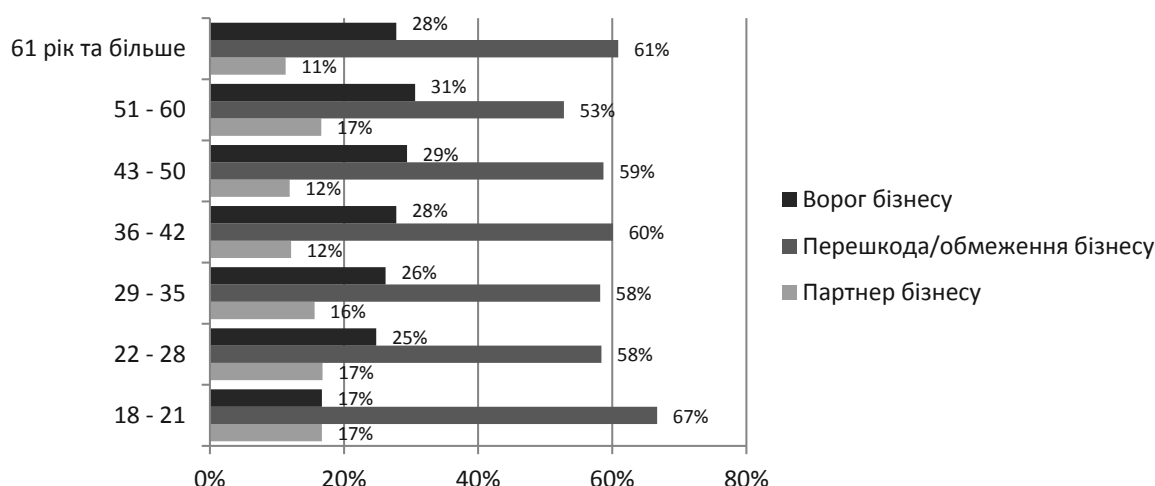
Хоча ці відмінності не є надто значними, проте вони можуть вказувати на зв'язок формування образу держави у МСП і безпосередньої наближеності державних структур до того виду діяльності, що є основним для певного підприємства. Таким чином приватний сектор, зокрема фінансові, юридичні і страхові консультації, вбачають у державі значну перепону для ведення свого бізнесу, а МСП, пов'язані у своїй діяльності із функціями державних інституцій (зокрема підприємства, що надають комунальні послуги), висловлюють неоднозначні уявлення про образ держави – як позитивні, так і негативні.

Вставка 2. Ставлення до держави: гендерний та віковий вимір

Гендерний вимір: Погляди підприємців жіночої та чоловічої статі на роль держави мають схожі тенденції, а саме, найбільша частка респондентів незалежно від статі вважає державу перешкодою, а найменша – партнером. Проте розміри часток МСП, які дотримуються певної думки, змінюються залежно від статі респондента. Так, ворогом державу вважають 24% респондентів жінок і 32% чоловіків, а обмеженням – 60% жінок і 56% чоловіків. 13% чоловіків та 15% жінок дотримуються думки, що держава є партнером для бізнесу. Це свідчить про те, що чоловіки більш радикальні у свої оцінках, адже відсоток позитивних оцінок практично збігається для обох статей, а от ворогом вважає державу значно більше чоловіків ніж жінок, і навпаки перешкодою державу називає більший відсоток жінок ніж чоловіків.

Віковий вимір: В усіх вікових групах частка МСП, які вважають державу ворогом перевищує частку тих, хто вважає її партнером. Виключенням є наймолодша група – серед респондентів віком від 18 до 21 року зафіксовано паритет думок з цього питання – 17% вважають, що держава є партнером й стільки ж, що це ворог бізнесу. Зі збільшенням віку зростає частка респондентів, які вважають державу ворогом. Так, найменшою така частка є серед вікової групи 18 – 21 рік і становить 17% , а найбільшою серед 51 – 50-річних (31%). Розповсюдженість думки, що держава є партнером, також відрізняється в залежності від віку. Зокрема, найменше представників МСП, які вважають державу партнером спостерігається в вікових групах 36-42 роки та 43-40 роки

Рис. 70. Погляди бізнесу на роль держави (за віком респондентів), % опитаних



5.1.2 Баланс довіри до держави

Якщо відняти від частки опитаних, що вважають державу партнером бізнесу, частку тих, що бачать у державі ворога бізнесу, то ми отримаємо так званий «баланс» між цими двома крайніми твердженнями. Якщо цей баланс позитивний (тобто вище нуля), то це свідчить, що переважає позитивне бачення держави бізнесом. Негативний ж баланс означає, що серед опитаних представників МСП більше тих, що мають негативне уявлення про державу.

При порівнянні відповідей представників МСП у різних регіонах України, бачимо, що цей баланс всюди негативний за винятком Вінницької області, – тут він дорівнює нулю. Причиною цього є те, що частка опитаних представників МСП Вінниччини, що вважають державу партнером бізнесу, така ж, як і частка тих, які вважають її ворогом бізнесу.

В інших областях негативний образ держави є більш розповсюдженим серед респондентів, ніж позитивний. В середньому для МСП всієї України баланс між оцінками держави як партнера та як ворога бізнесу опитаних складає -14,3 відсоткових пунктів.

Приблизно половина областей знаходяться вище середнього показника – у 13 областей відповідний баланс має більше значення, ніж в цілому в Україні. У решти 12 областей баланс нижчий середнього, що означає, що там збільшуються частки опитаних, які вважають державу ворогом бізнесу, та зменшуються частки тих, хто вважає її другом бізнесу.

Таблиця 24. Сприйняття держави за регіонами (у % опитаних з розрахунком балансу «Партнер/Ворог»)

Регіон	Партнер бізнесу, % респондентів	Рейтинг "Держва – партнер", місце	Перешкода або обмеження бізнесу, % респондентів	Рейтинг "Держава – перешкода"	Ворог бізнесу, % респондентів	Рейтинг "Держва – ворог", місце	Баланс Партнер/Ворог, баланс (відсоткових пунктів)	Рейтинг "Баланс Партнер/Ворог", місце
Вінницька	17,9%	7	64,1%	3	17,9%	25	0,0 в. п.	1
Хмельницька	21,8%	2	54,5%	18	23,6%	20	-1,8 в. п.	2
Миколаївська	18,4%	6	61,2%	6	20,4%	24	-2,0 в. п.	3
Житомирська	20,0%	3	57,8%	10	22,2%	23	-2,2 в. п.	4
Тернопільська	19,4%	4	56,9%	12	23,6%	21	-4,2 в. п.	5
Чернігівська	18,6%	5	58,1%	9	23,3%	22	-4,7 в. п.	6
Закарпатська	22,2%	1	44,4%	25	33,3%	4	-11,1 в. п.	7
Херсонська	15,7%	13	57,1%	11	27,1%	18	-11,4 в. п.	8
Черкаська	15,5%	15	56,9%	13	27,6%	17	-12,1 в. п.	9
Сумська	15,8%	12	55,3%	17	28,9%	13	-13,2 в. п.	10
Київська	14,8%	16	56,5%	15	28,7%	14	-13,9 в. п.	11
Луганська	16,7%	9	52,8%	21	30,6%	9	-13,9 в. п.	12
Чернівецька	16,3%	11	53,5%	20	30,2%	10	-14,0 в. п.	13
Одеська	15,6%	14	54,2%	19	30,2%	11	-14,6 в. п.	14
Волинська	17,9%	8	48,7%	23	33,3%	3	-15,4 в. п.	15
Харківська	14,6%	17	55,3%	16	30,1%	12	-15,5 в. п.	16
Львівська	11,0%	20	61,0%	7	28,0%	15	-17,0 в. п.	17
Дніпропетровська	10,0%	21	62,3%	5	27,7%	16	-17,7 в. п.	18
Івано-Франківська	7,4%	23	66,7%	1	25,9%	19	-18,5 в. п.	19
Запорізька	11,9%	19	56,7%	14	31,3%	5	-19,4 в. п.	20
Донецька	14,3%	18	51,9%	22	33,8%	2	-19,5 в. п.	21
Кіровоградська	16,3%	10	46,5%	24	37,2%	1	-20,9 в. п.	22
м. Київ	8,8%	22	60,2%	8	30,9%	6	-22,1 в. п.	23
Рівненська	5,1%	24	64,1%	4	30,8%	7	-25,6 в. п.	24
Полтавська	4,8%	25	64,5%	2	30,6%	8	-25,8 в. п.	25
Україна	14,0%		57,7%		28,3%		-14,3 в. п.	

Найвищі значення цього балансу, крім Вінницької області, були зафіксовані у Хмельницькій, Миколаївській, Житомирській, Тернопільській та Чернігівській областях. У цих регіонах сприйняття представників бізнесу держави порівняно краще. Найнижчі значення цього балансу – у Полтавській, Рівненській та Кіровоградській областях та у місті Києві.

Переважає сприйняття держави малим та середнім бізнесом як перешкоди або ворога другу хвилю опитування поспіль пояснюється різними факторами, в тому числі негативним досвідом взаємодії представників підприємств із

державними органами. Як показали дослідження, проведені на основі результатів першої хвилі цього опитування²⁸, на формування образу держави впливає, зокрема, тривалість часу, який підприємці витрачають на контакти із представниками органів влади, частота та проблеми, що виникають при таких контактах. Так, чим більше часу керівництво МСП на це витрачає, тим більша вірогідність того, що опитані представники МСП вважатимуть державу ворогом. Це свідчить про необхідність спрощення адміністративних процедур для бізнесу, забезпечення прозорості у відносинах між підприємствами та державними органами, а також передбачуваності законодавчих змін та їх відповідності потребам бізнесу.

Вставка 3. Зв'язок між сприйняттям держави та перешкодами зростання:

За даними опитування керівників МСП в 2016 році спостерігається зв'язок між ставленням до держави як регулятора економічних відносин та оцінками факторів, що перешкоджають розширенню діяльності МСП. Ми порівняли частки респондентів, що відносяться до двох груп, сформованих відповідно до ставлення до держави. Одна група – «держава-ворог», інша група – «держава-партнер». Нагадаємо, що серед усіх опитаних 28% вважають державу ворогом бізнесу, вони увійшли в групу «держава-ворог», а 14% зазначили, що держава є партнером бізнесу, відповідно, ці МСП сформували групу «держава-партнер». Далі, ми побудували таблиці двовимірного розподілу для порівняння частоти присутності груп «ворог» та «партнер» серед респондентів, які вибрали той чи інший фактор, що обмежує зростання, з частотою присутності цих груп («ворог» та «партнер») для усіх опитаних, шукаючи таким чином, фактори, де присутність цих груп відрізняється від загальної тенденції.

Такі відмінності було знайдено серед факторів, що характеризували два типи перешкод, які обмежують зростання.

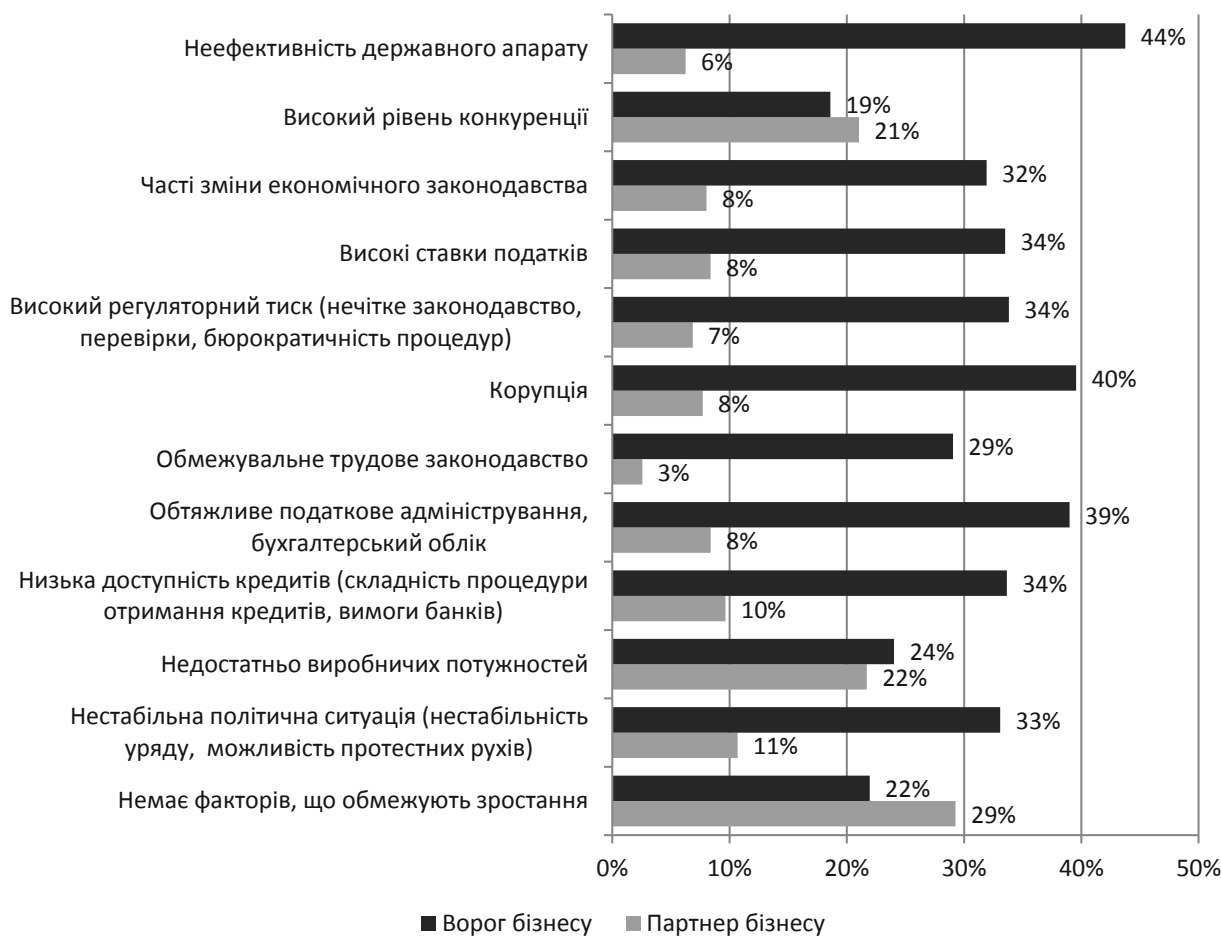
Перший тип -- це перешкоди, які тією чи іншою мірою, пов'язані з виконанням державою регулюючих функцій. Зокрема, група «держава-ворог» є суттєво більшою, серед тих респондентів, хто зазначив, що неефективність державного апарату є перешкодою для розширення ділової активності (44%), ніж серед усіх опитаних. Також це спостерігається як серед керівників МСП, які вибрали корупцію в якості перешкоди до зростання (40%), так й серед тих, для кого обтяжливе податкове адміністрування є перешкодою (39%). Більша ніж для усіх опитаних, присутність групи «держава-ворог» спостерігається серед МСП, які вважають перешкодою високий регуляторний тиск (34%), високі ставки податків (34%) та часті зміни економічного законодавства (32%).

Другий тип -- це перешкоди пов'язані з процедурами отримання кредитів. Так серед тих, хто вважає перешкодою низьку доступність кредитів через вимоги банків та складність самої процедури отримання кредитів, присутність групи «держава-ворог» є вищою, ніж серед усіх опитаних (34%).

В той же час, серед факторів, які більшою мірою описують перешкоди економічної природи, присутність групи «держава-партнер» є вищою, ніж серед усіх опитаних. Зокрема, серед тих керівників МСП, хто вважає, що зростання бізнесу обмежується високим рівнем конкуренції, а також серед тих, для кого в контексті зростання бізнесу, проблемою є брак виробничих потужностей, присутність групи «держава-партнер» становить відповідно 21% та 22%.

²⁸ Консультативна робота «МСП та держава: як відновити взаємну довіру», за редакцією О.Кузяків, автори текстів В.Беспалько, В.Дубровський, О.Кузяків, І.Федець, http://lev.org.ua/ua/articles/pp_SME_state_trust.html

Рис. 71. Частки груп «держава-ворог» та «держава-партнер» серед респондентів, які вибрали певні фактори обмеження зростання, % опитаних



5.1.3 Довіра до інституцій

Для визначення рівня довіри малого і середнього бізнесу до державних і недержавних інституцій (органів, організацій), учасникам опитування було запропоновано, по-перше, вказати, яким інституціям вони довіряють і, по-друге, до яких із запропонованих інституцій вони б звернулись по допомогу у вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу.

Рис. 72. Рейтинг інституцій та організацій, яким довіряють респонденти, % опитаних

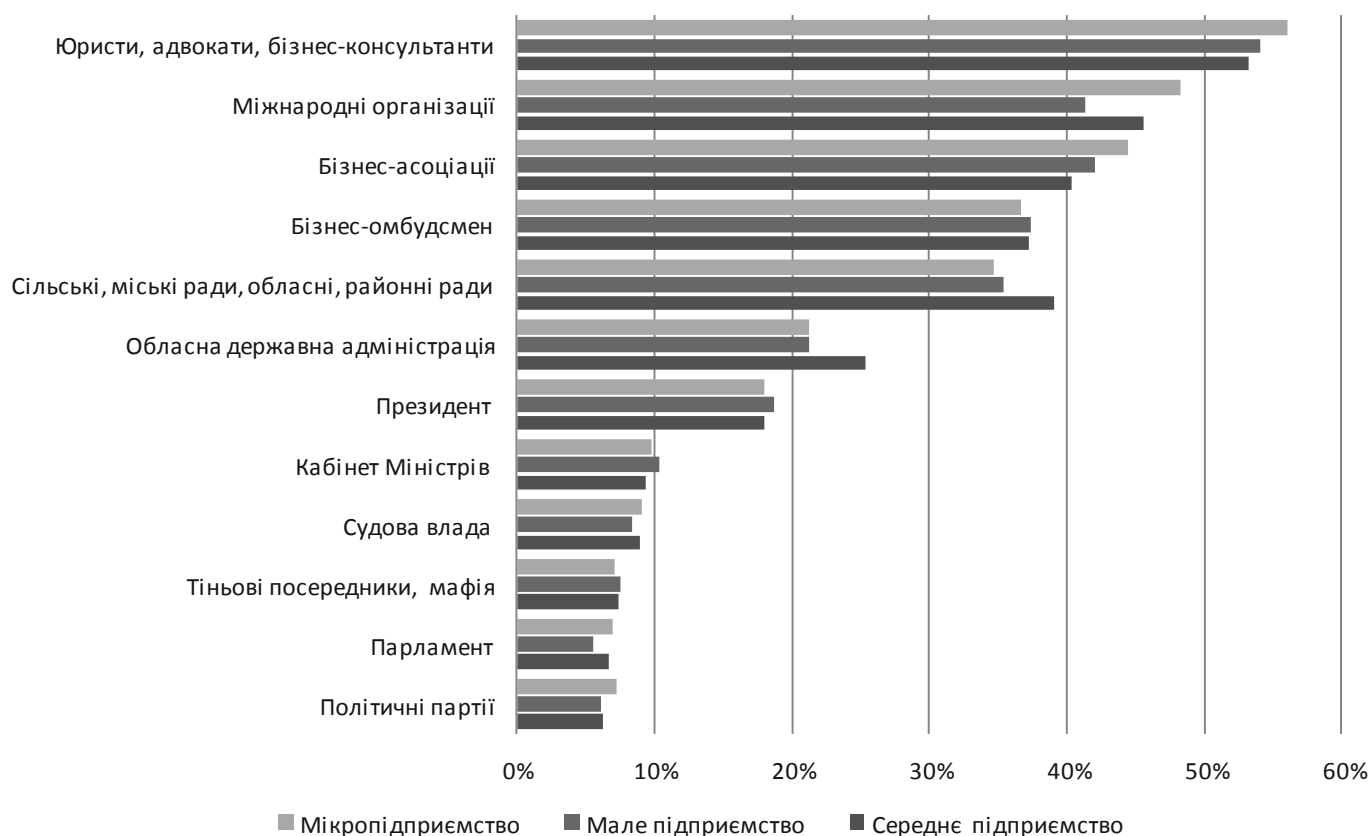


Ці інститути були представлені декількома секторами: державний (Парламент, Кабінет Міністрів, Президент, місцева і судова влада); громадський сектор (бізнес-асоціації, бізнес-омбудсмен, міжнародні організації); приватний сектор (адвокати, юристи, бізнес-консультанти). Також серед варіантів були політичні партії та тіньові посередники (мафія).

Результати опитування свідчать, що приватному сектору підприємці довіряють більше, ніж державній владі та громадським організаціям. Більше половини респондентів (55%) найбільше довіряють юристам, адвокатам та бізнес-консультантам. На другому місці у рейтингу довіри знаходяться міжнародні організації (47% респондентів) та бізнес-асоціації (44%). Більше третини опитаних висловлюють довіру владі місцевого рівня та бізнес-омбудсмену (36% і 37% відповідно). Серед центральних органів влади найбільше довіряють Президенту (18%), менший рівень довіри мають Кабінет Міністрів (10%) та судова влада (9%). Довіра до тіньових посередників знаходиться на одному рівні з довірою до політичних партій та Парламенту і складає 7%.

Середні підприємства відрізняються від мікро- та малих підприємств більшим рівнем довіри до місцевої влади та органів місцевого самоврядування. Так, 39% представників середніх підприємств висловили довіру до сільських, міських, районних та обласних рад, в той час як серед мікро- та малих підприємств ця частка дещо менша: 35%. Подібно до цього, 25% респондентів, що представляють підприємства середнього розміру, повідомили про довіру до обласної державної адміністрації (ОДА). Як серед мікро-, так і серед малих підприємств відповідна частка склала 21%.

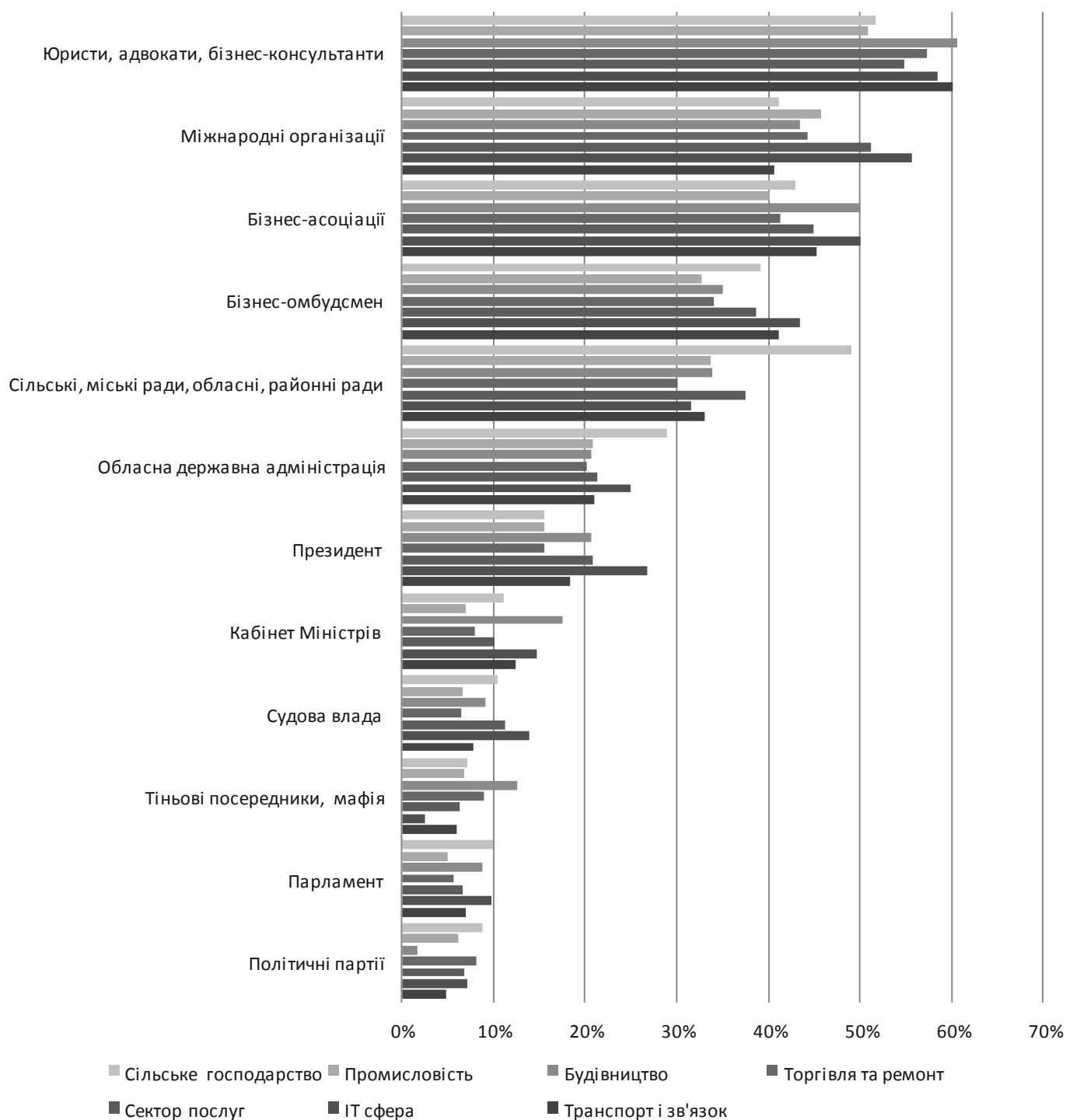
Рис. 73. Рейтинг інституцій та організацій, яким довіряють респонденти (за розміром підприємств), % опитаних



Якщо подивитися на довіру представників МСП до різних інституцій у розрізі їхнього сектору діяльності, то можна помітити певну різницю між МСП різних галузей. Так, представники сільськогосподарських підприємств більше від інших довіряють місцевій владі. Зокрема, 49% респондентів, що представляють с/г сектор, повідомили, що довіряють сільським, міським, районним та обласним радам, а 29% довіряють ОДА.

Серед представників сектору транспорту і зв'язку та сектору будівництва – найбільше тих, хто довіряє приватним консультантам та юристам (60% та 61% відповідно). Крім цього, респонденти будівельної галузі та ІТ-сектору відрізняються від інших вищим ступенем довіри до бізнес-асоціацій – їм довіряє по 50% респондентів цих галузей.

Рис. 74. Рейтинг інституцій та організацій, яким довіряють респонденти (за сектором підприємств), % опитаних

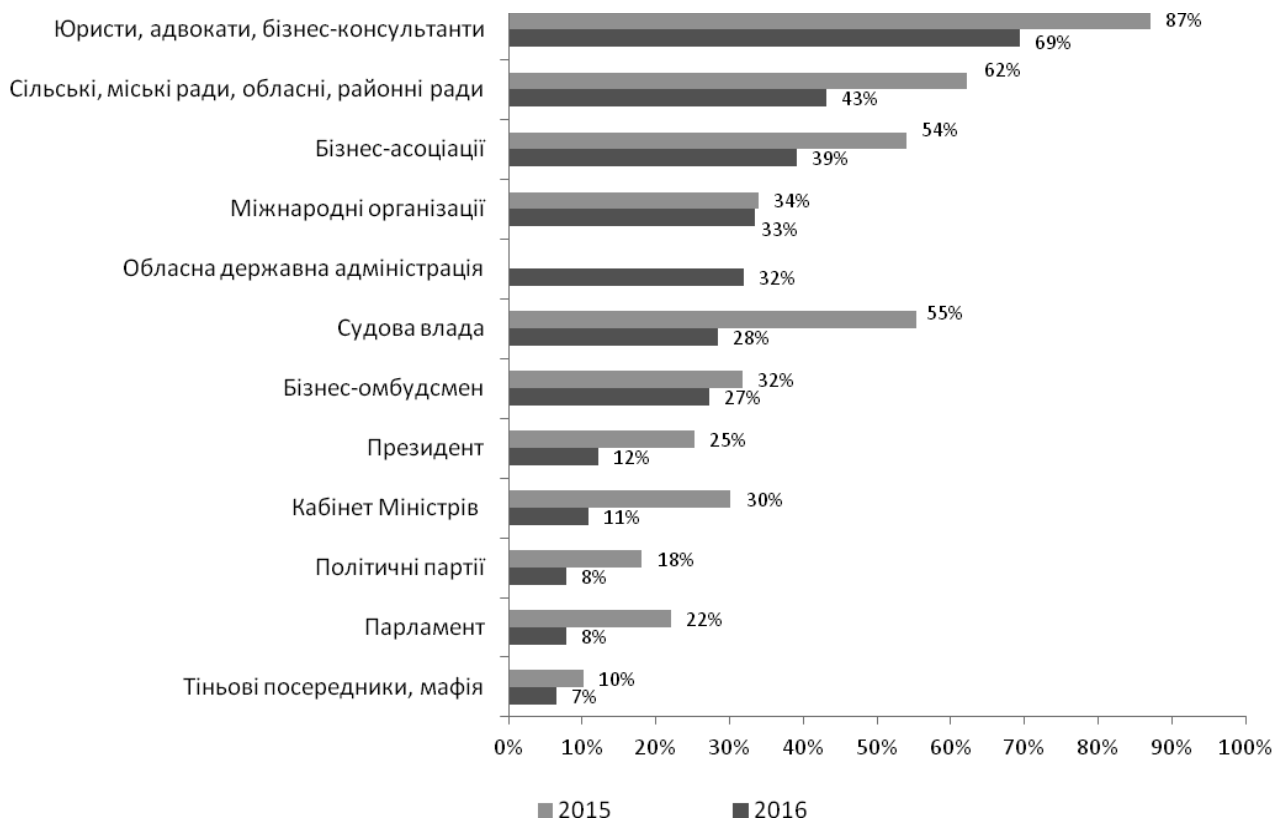


Найбільші частки респондентів, що довіряють Президенту та судовій владі, можна зустріти серед МСП ІТ-сектору (27% та 14% відповідно), а тих, що мають найвищу довіру до Кабінету Міністрів – у галузі будівництва (18%). Найвищий рівень довіри до тіньових посередників з-поміж МСП різних секторів було зафіксовано у будівельній галузі, де він склав 13% опитаних.

У першій «Щорічній оцінці ділового клімату» 2015 року вимірювання рівня довіри обмежувалося запитанням про готовність МСП звернутися до інституцій для вирішення питань, пов'язаних з веденням бізнесу. Опитування 2016 року засвідчує зменшення частки тих, хто готові звернутися по допомогу до більшості вказаних інституцій.

Готовність звернутися по допомогу у вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, до приватного сектору, місцевих рад та бізнес-асоціацій знизилася порівняно з 2015 роком. Водночас саме ці інституції та організації очолюють рейтинг довіри підприємців. Так, переважна більшість респондентів (69%) повідомили, що готові звернутися по допомогу у веденні бізнесу до представників приватного сектору (юристів, консультантів), а 43% – висловили таку готовність по відношенню до органів місцевого самоврядування (сільських, міських, районних чи обласних рад). До бізнес-асоціацій – за такої необхідності – готові звернутися більше третини опитаних (39%). Порівняно з попереднім опитуванням істотно скоротилася частка підприємців, які б звернулись до центральних органів влади: Президента (з 25% у 2015 році до 12% у 2016 році), Кабінету Міністрів (з 30% до 11%), судової влади (з 55% до 28%), політичних партій (з 18% до 8%) та Парламенту (з 10% до 7%). Майже не змінилася частка тих, хто висловили готовність звернутися до міжнародних організацій для вирішення питань, пов'язаних з веденням бізнесу: у 2015 році вона складала 34%, а у 2016 – 33%.

Рис. 75. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу), % опитаних

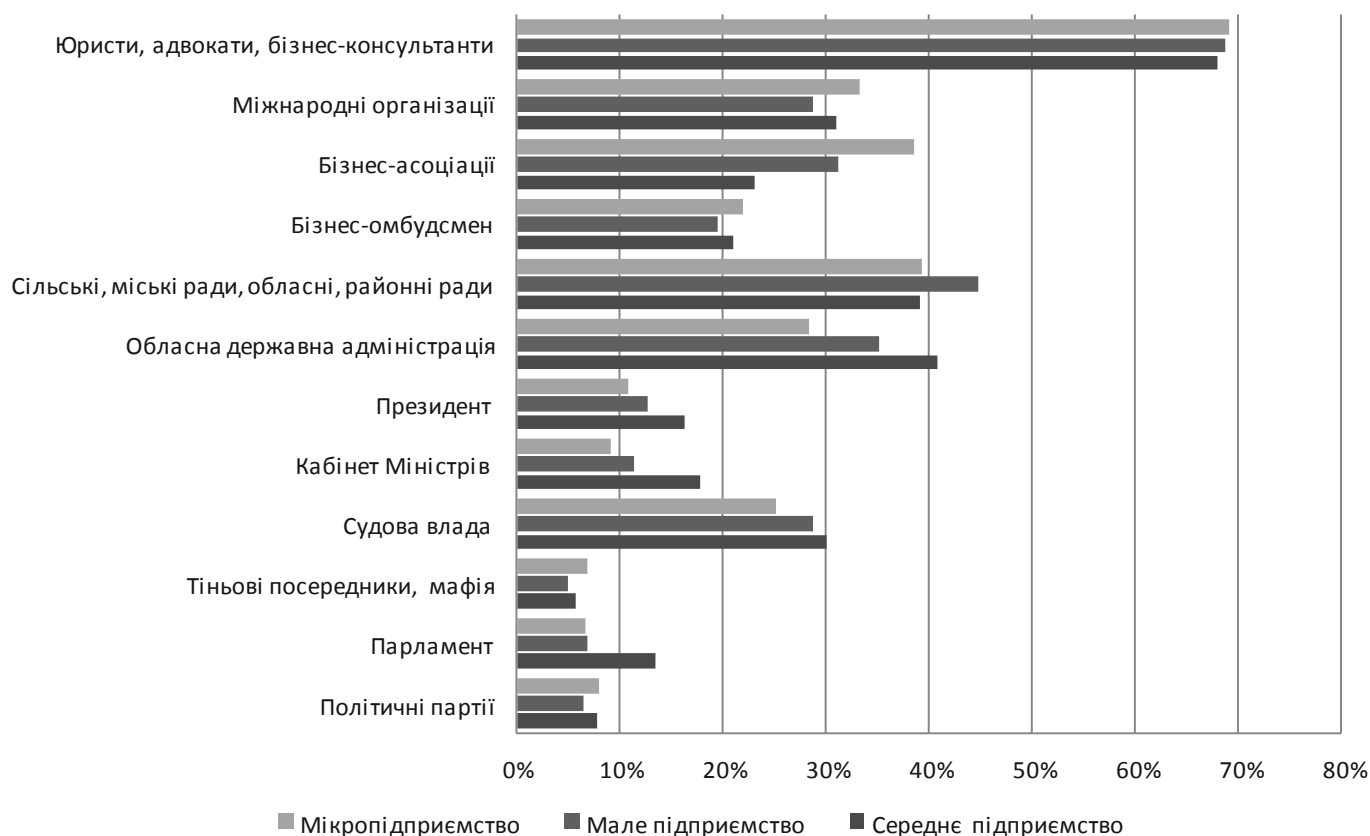


МСП різного розміру відрізняються за готовністю звернутися до інституцій із питаннями, що стосуються їхньої діяльності. Скажімо, чим менший розмір підприємств, тим частіше вони готові звернутися із такими питаннями до бізнес-асоціацій. Зокрема, серед представників мікропідприємств частка тих, хто висловив готовність звертатися до бізнес-асоціацій, складає 39%. Для малих підприємств відповідна частка зменшується до 31%, а для середніх – до 23%.

Натомість із зростанням розміру підприємств збільшується їхня готовність звернутися щодо питань, пов'язаних із веденням бізнесу, до ОДА, до судової влади та до вищих органів влади, таких як Президент та Кабінет Міністрів.

Середні підприємства схильні розглядати Парламент як інституцію, до якої можна звернутися із питаннями, що стосуються бізнесу, частіше від мікро- та малих підприємств, в той час як малі підприємства частіше від мікропідприємств та середніх підприємств висловлюють готовність звернутися із цими питаннями до органів місцевого самоврядування, тобто сільських, міських, районних чи обласних рад.

Рис. 76. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, у 2016 році (за розміром), % опитаних

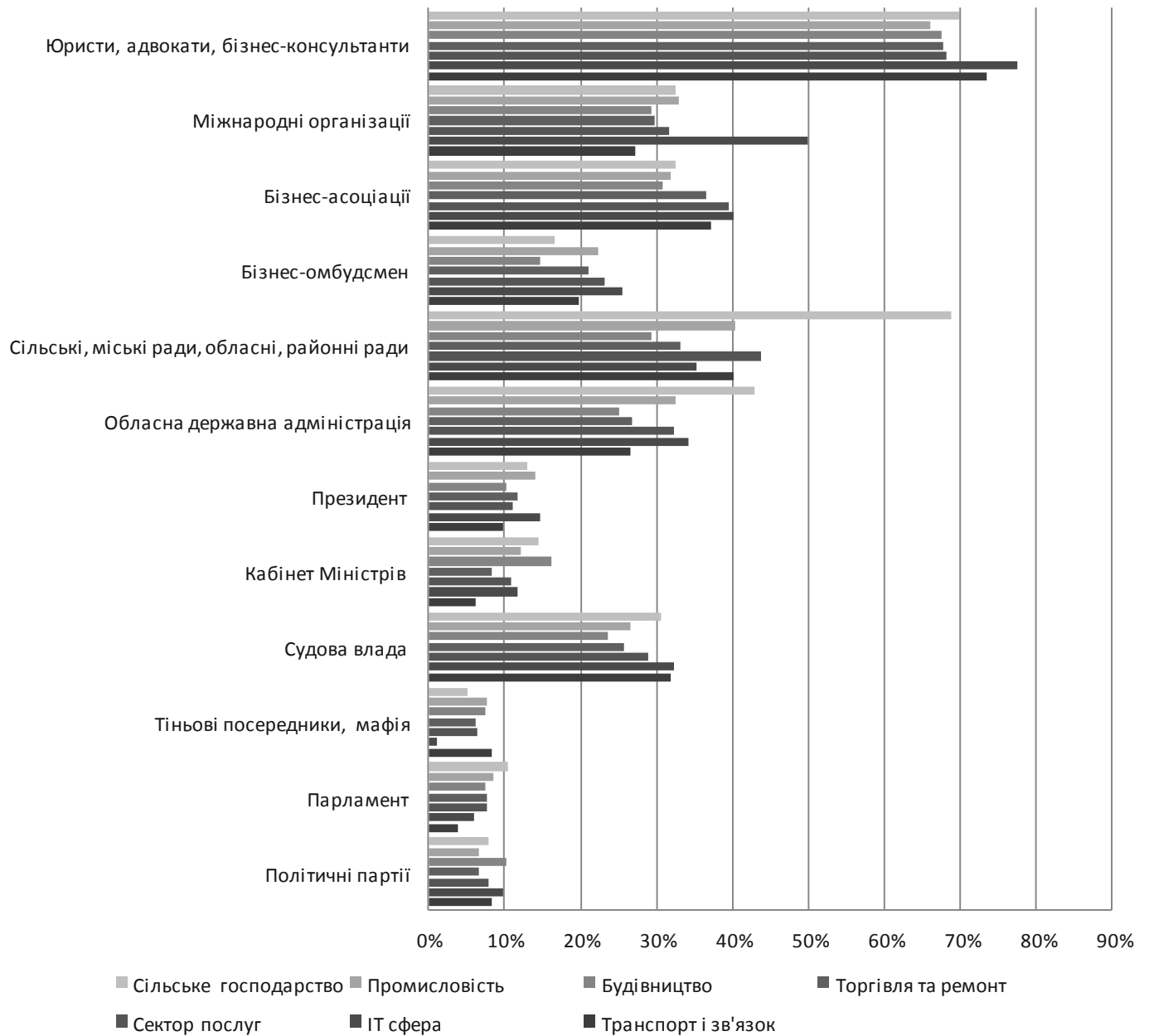


Серед МСП різних секторів спостерігається деяка відмінність у тому, до яких інституцій вони готові звертатися для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу. Так, представники МСП ІТ-сектору частіше від інших висловлюють готовність звертатися з такими питаннями до приватного сектору (юристів та консультантів), а також до міжнародних організацій. До цих інституцій готові звернутися, відповідно, 78% та 50% респондентів, які представляють сектор ІТ.

Представники сільськогосподарських підприємств мають більшу готовність звертатися щодо питань, пов'язаних з їхнім бізнесом, до органів місцевого самоврядування, тобто сільських, міських, районних чи обласних рад, (69%). Це набагато вища частка, ніж серед МСП інших галузей. Також представники с/г підприємств частіше від інших звернулися б з такими питаннями до ОДА (43%).

Крім цього, варто зазначити, що представники МСП, які працюють у сфері торгівлі та послуг – тобто сектори торгівлі та ремонту, ІТ-сектор, сектор транспорту та зв'язку, а також сектор інших послуг – більшою мірою готові звертатися до бізнес-асоціацій із питаннями, що стосуються ведення бізнесу, ніж представники МСП інших секторів: сільського господарства, промисловості та будівництва.

Рис. 77. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, у 2016 році (за сектором підприємств), % опитаних



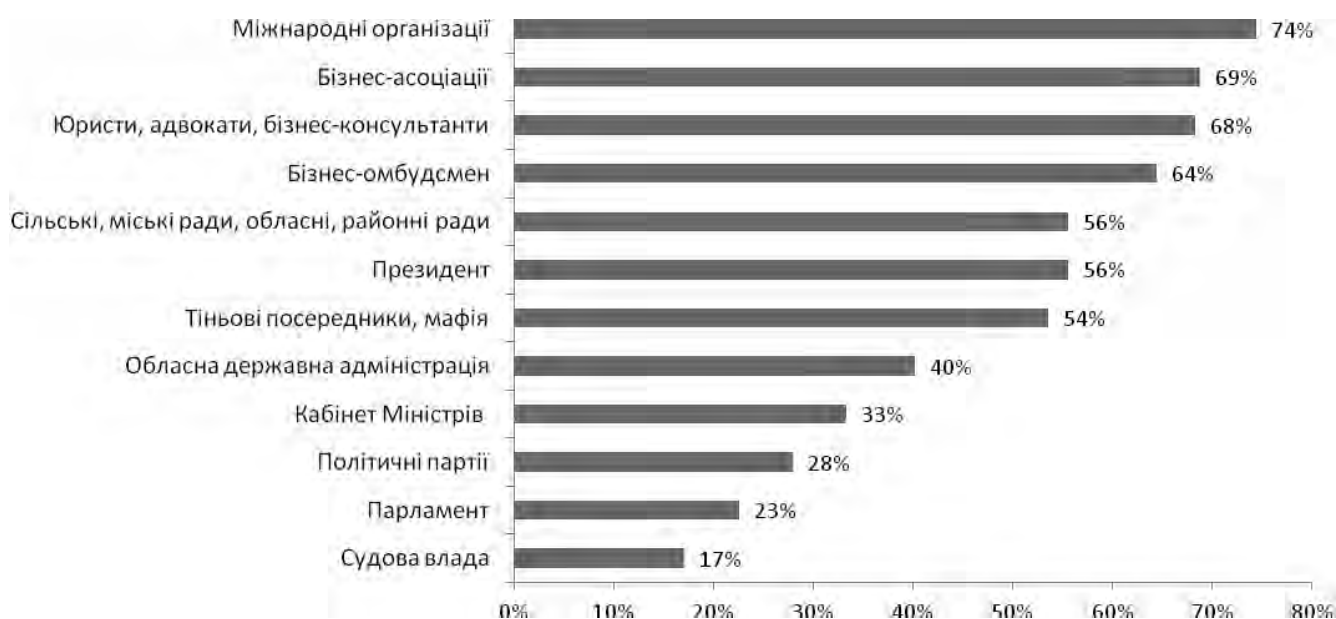
Вставка 4. Співвідношення між довірою до інституцій та готовністю звернутися до них за допомогою

Порівняння відповідей респондентів на вищенаведені запитання щодо довіри до суспільних інституцій та готовності звернутися до них щодо питань, які стосуються ведення бізнесу, показує, що ці два аспекти довіри не завжди між собою перетинаються. Зокрема, не усі респонденти, що висловили довіру до певної інституції чи організації, готові звернутися до них у разі потреби.

Серед респондентів, які довіряють інституціям та організаціям, досить високою є частка тих, хто готові звернутися по допомогу у питаннях ведення бізнесу, до міжнародних організацій (74%), бізнес-асоціацій (69%) та приватного сектору (68%). У свою чергу, приблизно половина опитаних підприємців (56%), які довіряють місцевим органам влади та Президенту, звернулися б до них для вирішення питань, які стосуються ведення бізнесу.

Серед тих, хто висловили довіру Парламенту, лише 23% респондентів готові звернутися до нього із питаннями щодо ведення бізнесу. Для політичних партій відповідна частка складає 28%. Частка підприємців, що довіряють певній інституції та одночасно готові до неї звернутись із питань, які стосуються ведення бізнесу, є найнижчою для судової влади: тільки 17% опитаних МСП серед тих, хто довіряє судовій владі, повідомили, що готові звернутись до неї.

Рис. 78. Інституції, до яких готові звернутись респонденти в питаннях, які стосуються ведення бізнесу (% опитаних, які довіряють цим інституціям)



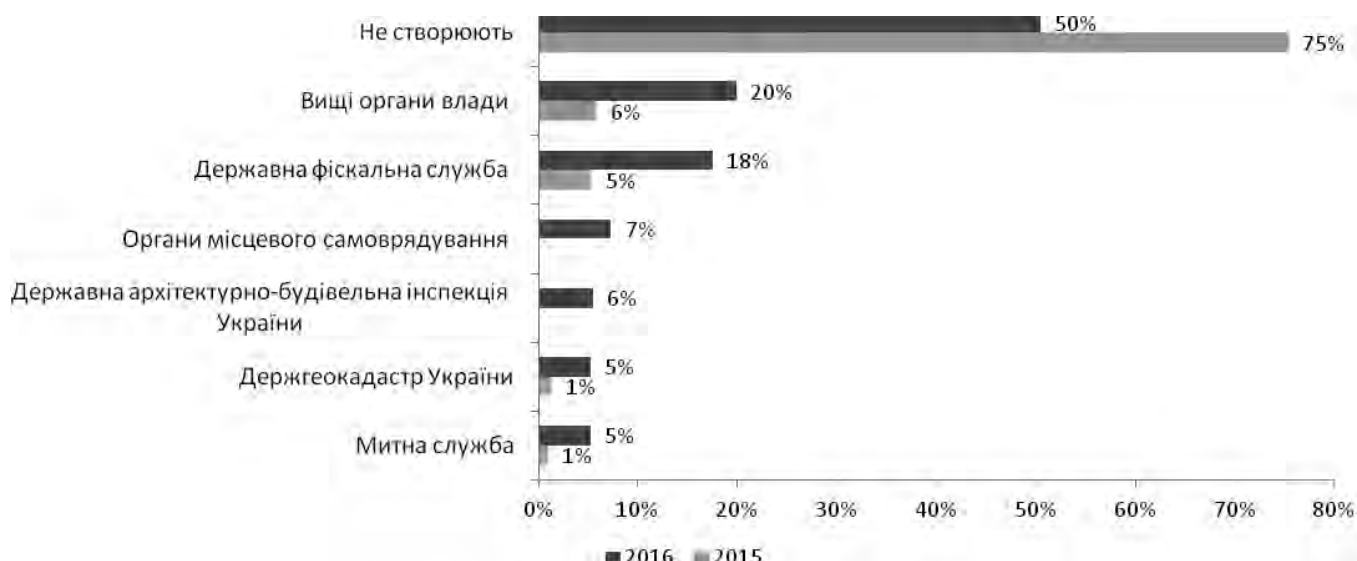
5.1.4 Оцінка перешкод з боку органів влади

У порівнянні з 2015 роком частка респондентів, які вважають, що органи влади не створюють перешкод для бізнесу, значно зменшилася і склала 50% (75% у 2015 році) .

Відповідно, частка тих, хто відчувають перешкоди з боку окремо взятих органів влади, зросла у порівнянні з першою хвилиною опитування. Рейтинг з показником 20% очолюють вищі органи влади (Верховна Рада, Кабінет Міністрів та Президент) (6% у 2015), на "почесному" другому місці серед тих, хто створюють перешкоди для бізнесу, знаходиться Державна фіскальна служба (18% респондентів проти 5% у 2015 році).

Значно менше (7%) підприємств повідомили, що органи місцевого самоврядування та Державна архітектурно-будівельна інспекція України (6%) створюють їм перешкоди для ведення бізнесу.

Рис. 79. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за роками), % опитаних



Між підприємствами різного розміру спостерігається деяка різниця у тому, що вони повідомляють про перешкоди для бізнесу з боку державних органів. Якщо більше половини мікропідприємств (52%) вказали, що державні органи не створюють перешкод для їхнього бізнесу, то для середніх підприємств ця частка знижується до 48%, а для малих підприємств – до 45%. Також опитування показує, що Державна фіскальна служба перешкоджає діяльності переважно малих та середніх підприємств (по 22%).

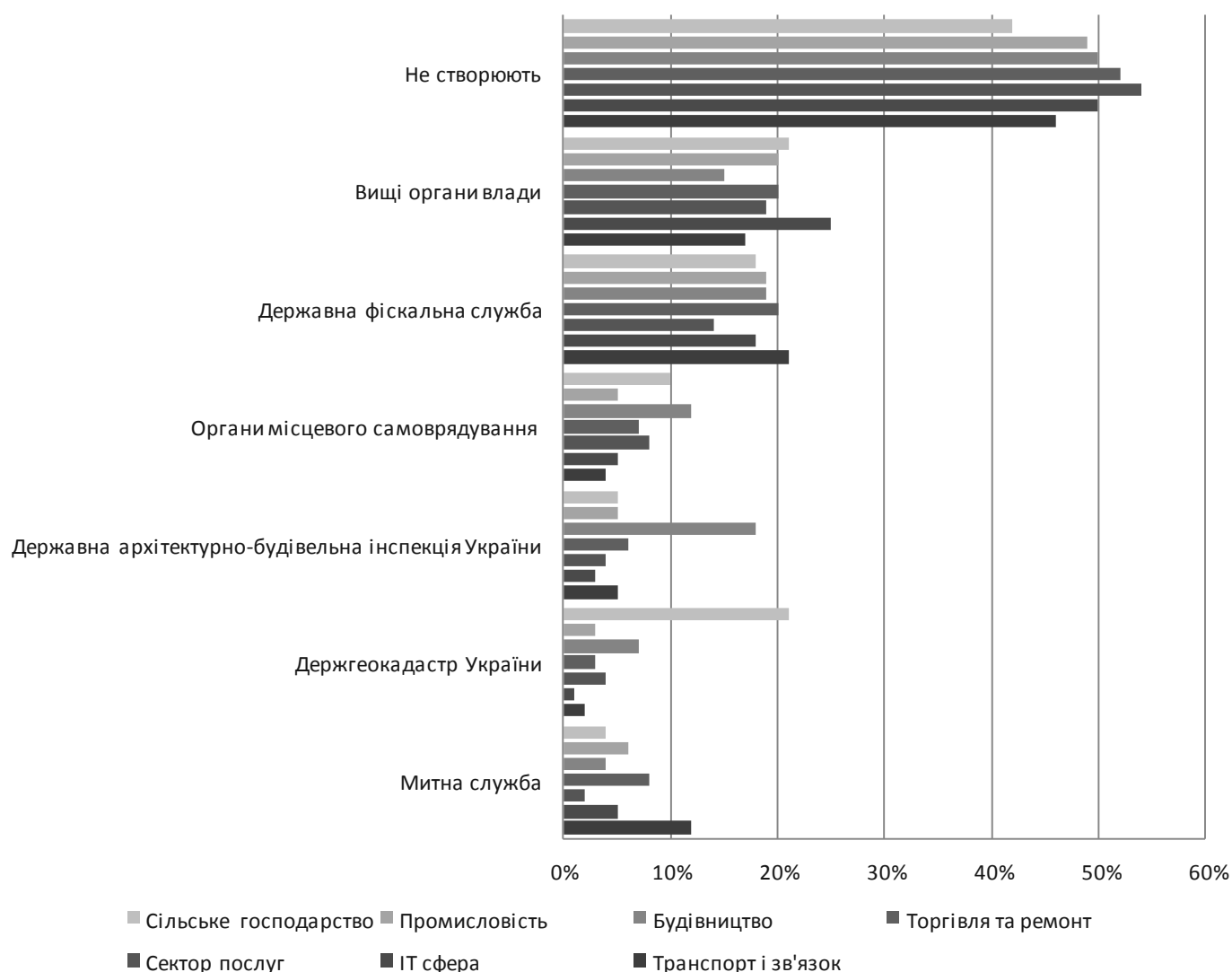
Рис. 80. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за розміром підприємств), % опитаних



МСП різних секторів різною мірою вказують на перешкоди з боку тих чи інших органів влади. Так, на перешкоди з боку вищих органів влади найчастіше скаржаться представники ІТ-сектору (25%). МСП галузі транспорту та зв'язку частіше від інших стикаються з перешкодами з боку Державної фіскальної служби та митної служби.

У галузі будівництва найбільша частка МСП, що повідомляють про перешкоди з боку Державної архітектурно-будівельної інспекції, а у сфері сільського господарства – тих, кому перешкоджає Держгеокадастр України. Якщо ж розглядати МСП, які не повідомили про перешкоди з боку жодного органу влади, у галузевому вимірі, то найбільші частки таких МСП є у секторі послуг та торгівлі та ремонту.

Рис. 81. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за сектором підприємств), % опитаних



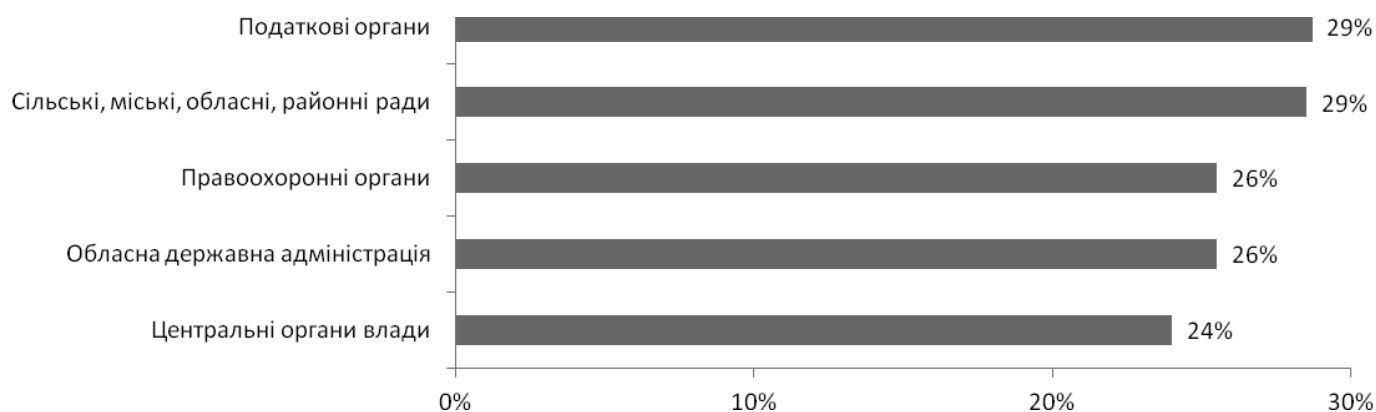
5.1.5 Бізнес та влада: неформальні відносини

Аналіз неформальних відносини бізнесу з представниками влади є важливим з точки зору оцінки корупції. Результати досліджень бізнесу в Україні свідчать²⁹, що роль неформальних відносин між представниками бізнесу та влади все ще залишається вагомою, а думка про важливість «друзів» в органах влади та контролюючих органах є розповсюдженою³⁰. Результати опитування 2016 року підтверджують досить високу розповсюдженість такої думки й серед МСП. 44,4% опитаних вважають, що неформальні стосунки з представниками органів влади є важливими для успішного ведення бізнесу. Це частка респондентів, які повідомили, що для успішного ведення бізнесу подібного до їхнього, важливо або дуже важливо мати неформальні стосунки з представниками хоча б одного із перелічених органів влади (з податковими органами, органами місцевої влади, правоохоронними органами, обласною державною адміністрацією або центральними органами влади).

При цьому рейтинг «важливих друзів» очолюють «податкова» та місцеві органи влади – про важливість зв'язків з ними повідомили 29% респондентів. Далі у списку йдуть правоохоронні органи та обласні державні адміністрації – неформальні зв'язки з їх представниками є важливими для 26% МСП. Для 24% підприємств важливими для успішного ведення бізнесу є неформальні зв'язки з представниками центральних органів влади.

Про важливість «дружніх» відносин з Державною податковою інспекцією частіше повідомляють підприємства, які перевірялися податковими органами у поточному році – 34,9% з них відзначають важливість неформальних стосунків з представниками ДПІ. Серед МСП, які не перевірялися податковими органами, ця частка дещо менша – 27,6%. Наявність або відсутність штрафних санкцій у результаті перевірок не пов'язано з оцінкою важливості підтримки неформальних стосунків з ДПІ. Натомість МСП, які повідомляли про сплату хабарів у ході перевірок впевнені, що такі стосунки є важливими: 71,4% проти 33,0% МСП, які не мали неофіційних витрат.

Рис. 82. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади для підприємств, % опитаних



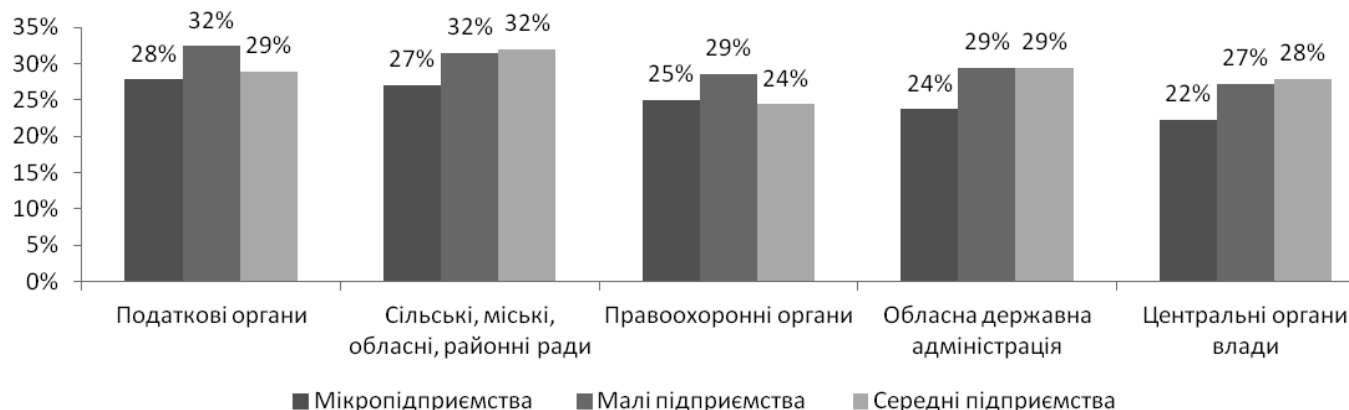
Із збільшенням розміру підприємства спостерігається тенденція до незначного зростання важливості неформальних зв'язків з представниками органів влади. Відповідний показник для мікропідприємств становить 42,8%, малих – 47,8%, а середніх – 47,6%. Керівники малих та середніх підприємств частіше, у порівнянні з мікропідприємствами, визнають важливість зв'язків з представниками органів місцевої влади (по 32%), обласних державних адміністрацій

²⁹ Oksana Kuziakiv «Das Wirtschaftsklima in der Ukraine: Einschätzungen und Erwartungen der ukrainischen Wirtschaft in Kriegs- und Krisenzeiten», «UkraineAnalysen» No.136, p. 23. <http://www.laender-analysen.de/ukraine/pdf/UkraineAnalysen136.pdf> (німецька) <http://www.ier.com.ua/ua/publications/articles?pid=4595> (українська)

³⁰ Oksana Kuziakiv “Investment climate in Ukraine: mixed results of reforms in 2010-2013”, World Financial Review, December 2013, p.12. http://www.worldfinancereview.com/2013/WFR_December_2013.pdf

(по 29%) та центральних органів влади (27% та 28% відповідно). А неформальні зв'язки із податковими та правоохоронними органами є дещо важливішими для малих підприємств (32% та 29% відповідно).

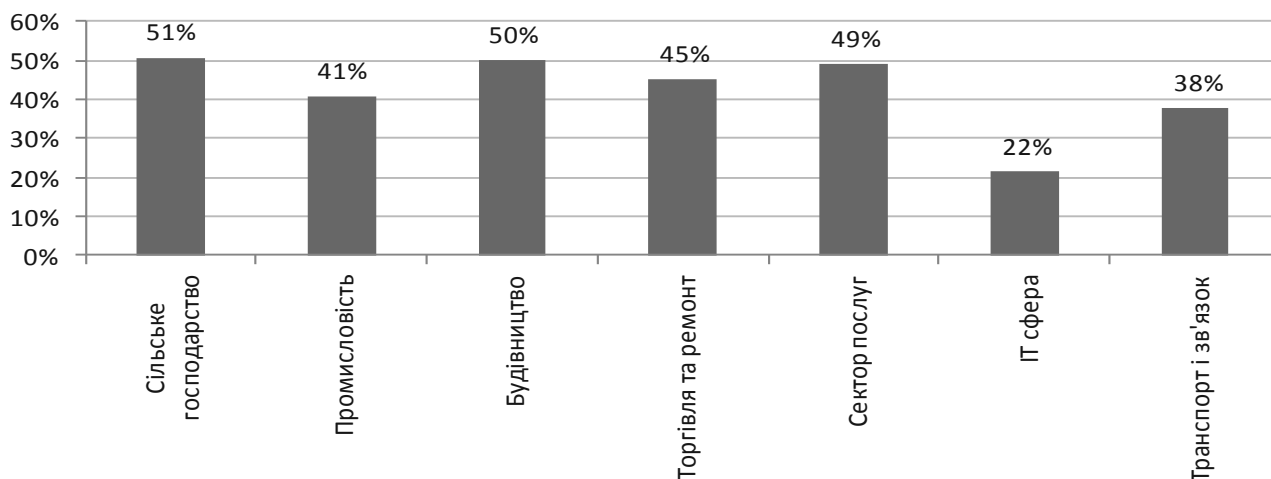
Рис. 83. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади серед підприємств різного розміру, % опитаних



При порівнянні важливості неформальних зв'язків із представниками органів влади серед МСП різних секторів можна побачити, що сфера ІТ відрізняється від усіх інших секторів тим, що набагато рідше вважає за потрібне підтримувати неформальні зв'язки із органами влади. Так, лише 22% представників МСП ІТ-сектору повідомили, що для ведення їхнього бізнесу важливі неформальні відносини із владою.

Натомість серед МСП, що працюють у галузях сільського господарства, будівництва та сектору послуг, половина респондентів вважають важливими неформальні стосунки з органами влади. Ця частка дещо менша для сектору торгівлі та ремонту (45%) та для промислових МСП (41%), і ще менша для МСП галузі транспорту і зв'язку (38%).

Рис. 84. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади серед підприємств різних секторів, % опитаних

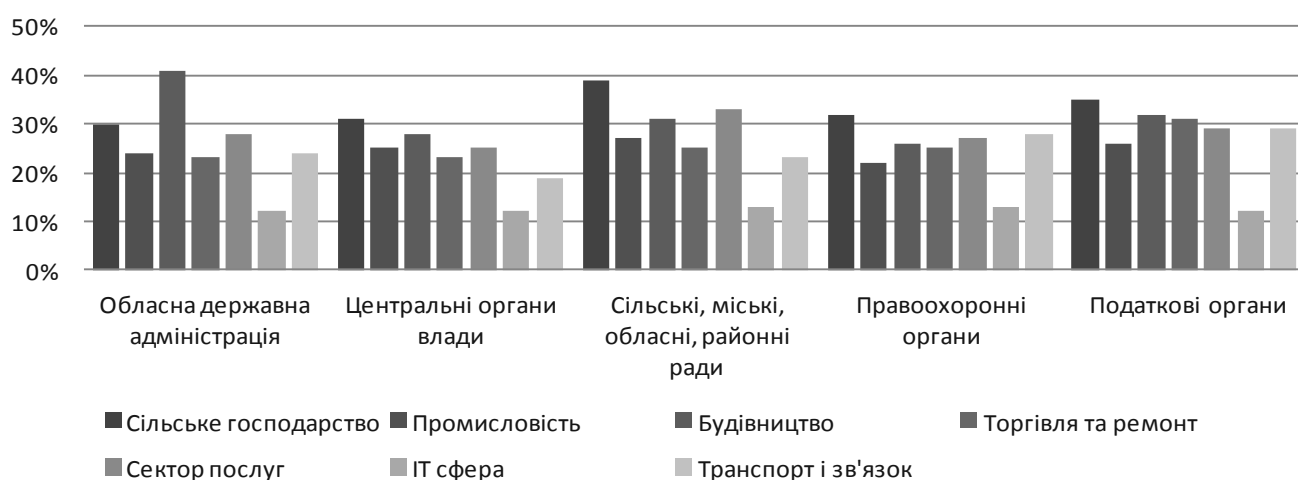


МСП різних секторів також відрізняються тим, з якими саме органами влади вони вважають за необхідне підтримувати неформальні стосунки. Зокрема, сільськогосподарські та промислові підприємства найчастіше відносять до таких податкові органи (35% с/г підприємств та 26% промислових) та органи місцевого самоврядування (39% с/г підприємств та 27% промислових). Крім цього, одне із чотирьох промислових підприємств вважає необхідним підтримувати неформальні зв'язки із обласною державною адміністрацією (24%) та центральними органами влади (25%). Представники сектору будівництва найчастіше називають ОДА органом влади, з якими для них важливо підтримувати неформальні стосунки: такої думки дотримується 41% МСП цього сектору.

Для МСП, що працюють у сфері торгівлі та ремонту, найбільш важливими органами влади з точки зору необхідності неформальних стосунків є податкові органи: 31% респондентів, що представляють цей сектор, вважають важливими підтримувати стосунки із цими органами. Підприємства сектору послуг (за виключенням ІТ) найчастіше називають органами, з якими, на їхню думку, потрібно підтримувати неформальні стосунки, ОДА (28%) та органи місцевого самоврядування (33%), тоді як для МСП у галузі транспорту і зв'язку основними такими органами є правоохоронні (для 28% МСП сектору) та податкові (для 29%) органи.

Для респондентів, які представляють ІТ-сектор, практично немає різниці між органами влади, з якими, на їхню думку, важливо підтримувати неформальні стосунки для ведення бізнесу. Від 12% до 13% представників цього сектору назвали той чи інший орган влади серед тих, з якими вони вважають за потрібне підтримувати такі стосунки. Це значно менші частки, ніж серед представників МСП усіх інших секторів.

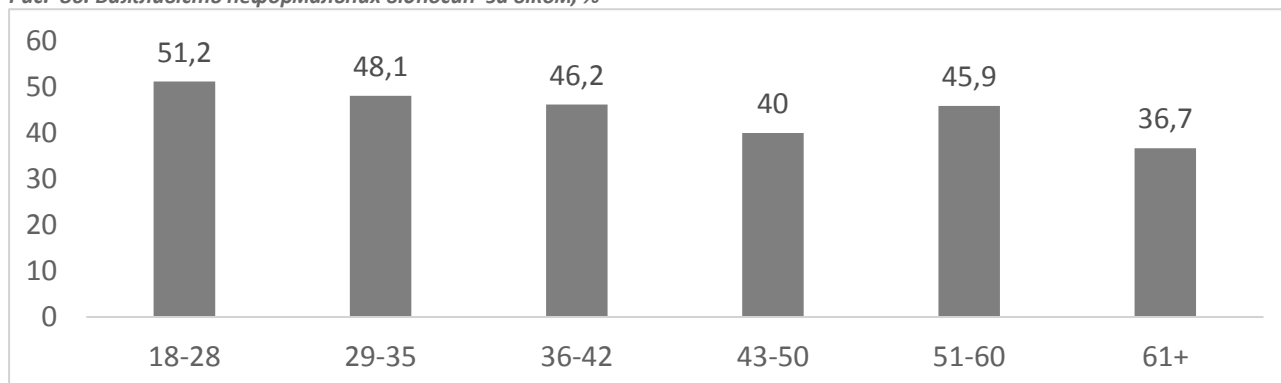
Рис. 85. Важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади серед підприємств різних секторів, із зазначенням органів влади, % опитаних



Вставка 5. Неформальні відносини: віковий вимір

Розповсюдженість думки про важливість неформальних відносин для успішного ведення бізнесу залежить від віку. На важливості неформальних стосунків та зав'язків з представниками державних органів для успішного ведення бізнесу, частіше за інших зазначають представники МСП, що входять до вікової групи 18 – 21 рік — 51% від опитаних з цієї групи. Зауважимо, що найвагомішими для цієї групи є неформальні стосунки з представниками центральних органів влади 50%. Найменше про важливість неформальних стосунків зазначають респонденти віком 61 рік і більш та вікової групи 43-50 років, відповідно 36,7% та 40,0% з кожної групи.

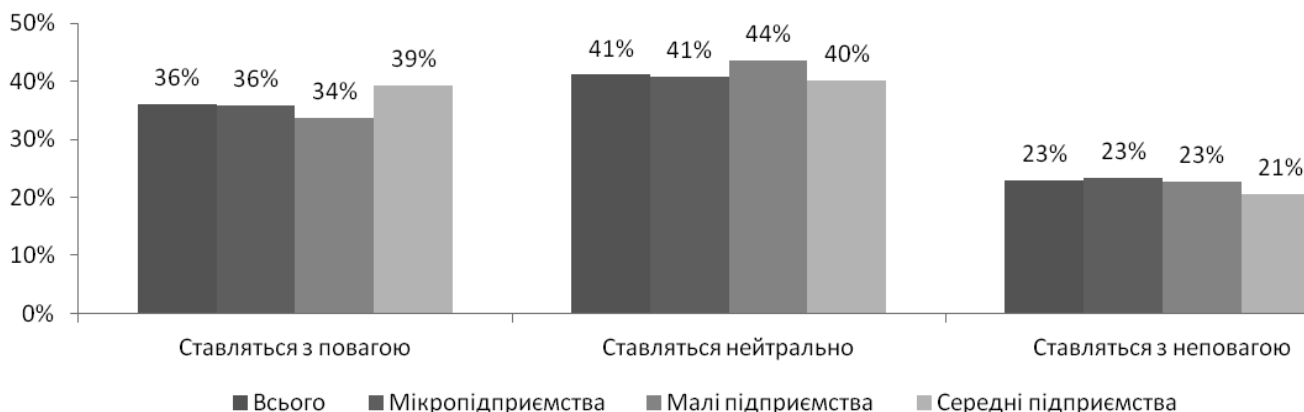
Рис. 86. Важливість неформальних відносин за віком, %



5.1.6 Ставлення представників органів влади до підприємців

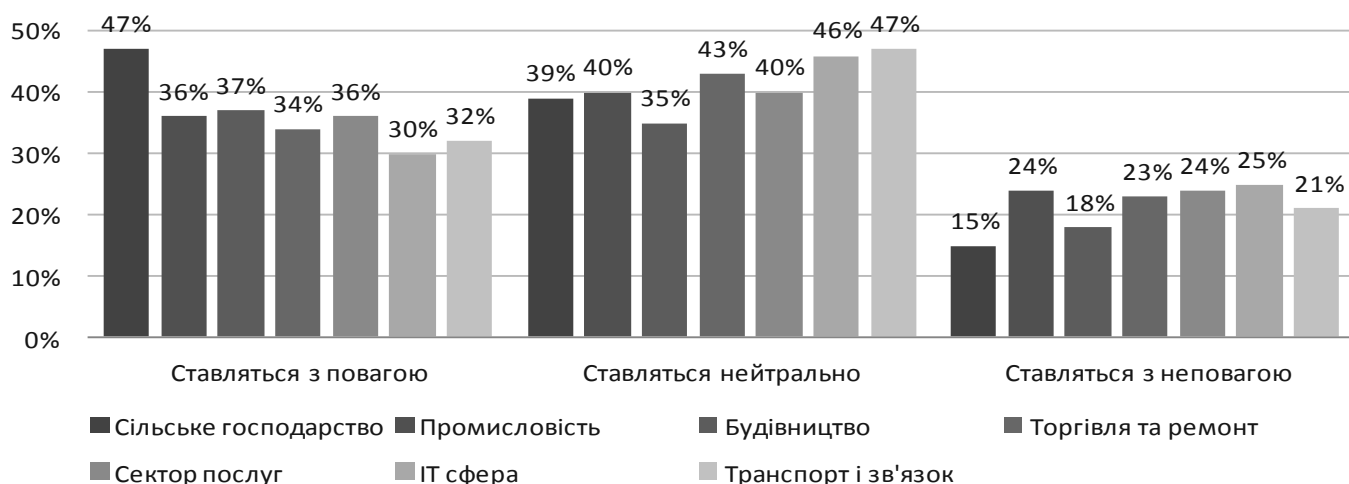
На думку респондентів, державні органи ставляться до приватного сектору скоріше з повагою, ніж з неповагою – про це повідомили 36% опитаних. 41% респондентів оцінили ставлення державних органів до представників бізнесу як нейтральне, 23% – вказали на неповагу з боку державних органів.

Рис. 87. Оцінка ставлення державних органів влади до підприємців, % опитаних



При цьому представники середніх підприємств відчувають повагу з боку державного сектору дещо більшою мірою, ніж мікро- та малі підприємства (39% проти 36% та 34% відповідно). У галузевому розрізі найбільшу повагу з боку органів влади відчувають підприємства сектору сільського господарства: майже половина з них (47%) повідомила, що державні органи ставляться до них з повагою. З іншого боку, найвищі частки МСП, які вважають, що в органах влади до них ставляться з неповагою, було зафіксовано у сфері IT (25%), у промисловості (24%) та у сфері інших послуг (24%).

Рис. 88. Оцінка ставлення державних органів влади до підприємців (за сектором підприємств), % опитаних

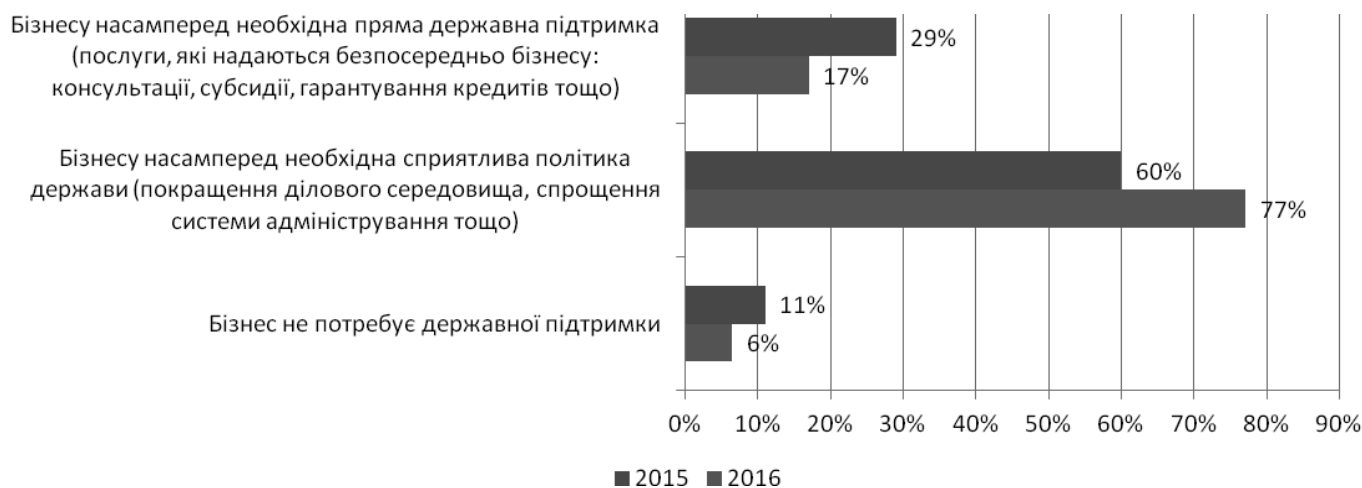


5.2 Державна підтримка та очікувані реформи

5.2.1 Якої підтримки від держави очікує бізнес?

Малий та середній бізнес потребує насамперед сприятливої політики держави для створення відповідних умов для ведення бізнесу, а не прямої державної підтримки. Це показали відповіді учасників опитування на запитання щодо їхнього бачення державної підтримки. 77% МСП вважають, що держава повинна проводити політику, спрямовану на створення сприятливого середовища на ведення бізнесу, включаючи спрощення адміністративних процедур.

Рис. 89. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (2015 та 2016 роки), % опитаних

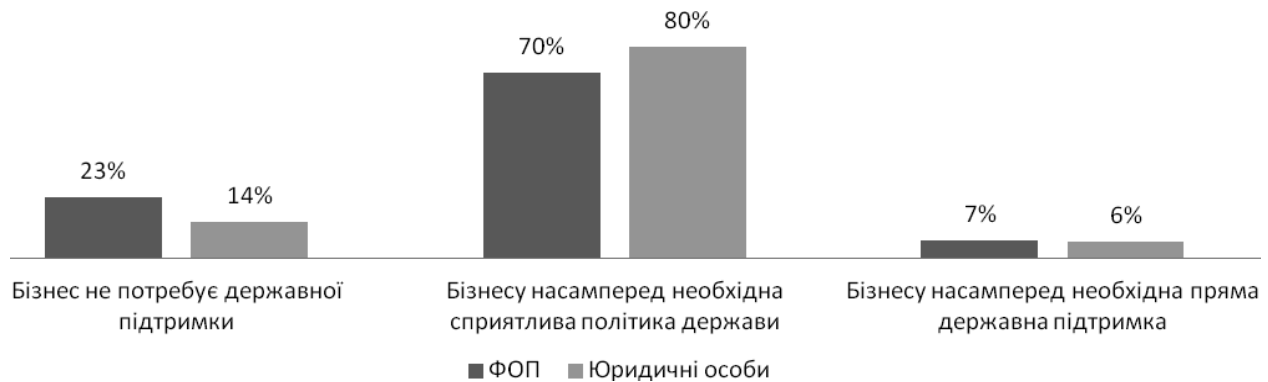


17% опитаних вважають, що для бізнесу потрібна саме пряма державна підтримка, тобто надання послуг та консультацій для бізнесу, гарантування кредитів, певні субсидії тощо. Решта респондентів (6%) відповіли, що бізнес не потребує державної підтримки у жодній формі.

У порівнянні із 2015 роком, у 2016 році зросла частка МСП, що очікують від держави створення сприятливих умов для бізнесу, тоді як відсоток тих, хто очікував від держави прямої підтримки бізнесу або не очікував жодної, зменшився. В той час як, подібно до 2015 року, у 2016 році між підприємствами різних розмірів немає суттєвої різниці у тому, як вони бачать державну підтримку, певна різниця спостерігається між МСП різних форм власності. Фізичні особи-

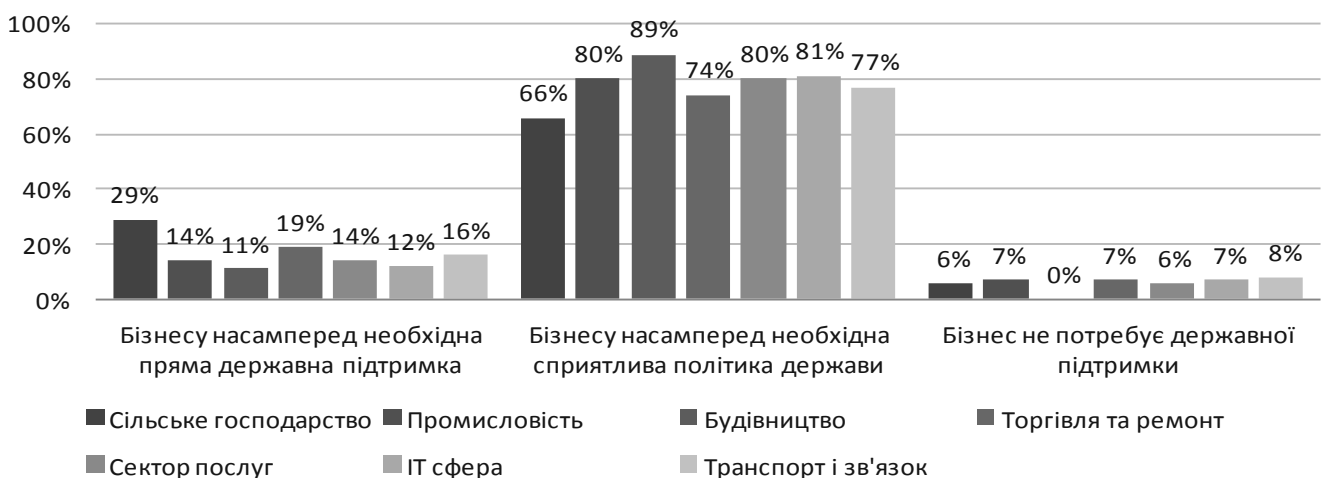
підприємці частіше очікують від держави прямої підтримки, а юридичні особи натомість більше розраховують на створення сприятливих умов для бізнесу.

Рис. 90. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (за формою власності), % опитаних



Серед підприємств різних секторів діяльності сільськогосподарські МСП найбільше очікують прямої державної підтримки: це є найбільш бажаним варіантом для 29% підприємств цього сектору. Підприємства будівельної галузі найчастіше повідомляють, що чекають від держави сприятливої політики, яка б покращила умови для ведення бізнесу для всього бізнесу. Також сприятливої політики від держави очікують чотири із п'яти МСП у галузях промисловості, послуг та ІТ.

Рис. 91. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (за сектором підприємств), % опитаних



5.2.2 Інструменти державної підтримки

Майже дві третини опитаних МСП (62%) повідомили, що не користувалися інструментами державної підтримки. Найчастіше це – мікропідприємства, серед яких відповідна частка сягає 69%. Для малих підприємств частка тих, що не користувалися такими інструментами, знижується до 56%, а для середніх – вже до 42%.

Серед інструментів такої підтримки найбільш поширений – це консультації щодо окремих аспектів ведення бізнесу, дзвінки на гарячу лінію та інші інструменти, які дозволяють отримати інформацію. Про використання цих інструментів повідомили 23% МСП, при цьому малі та середні підприємства частіше зверталися за консультаціями (по 30% МСП), ніж мікропідприємства (20%).

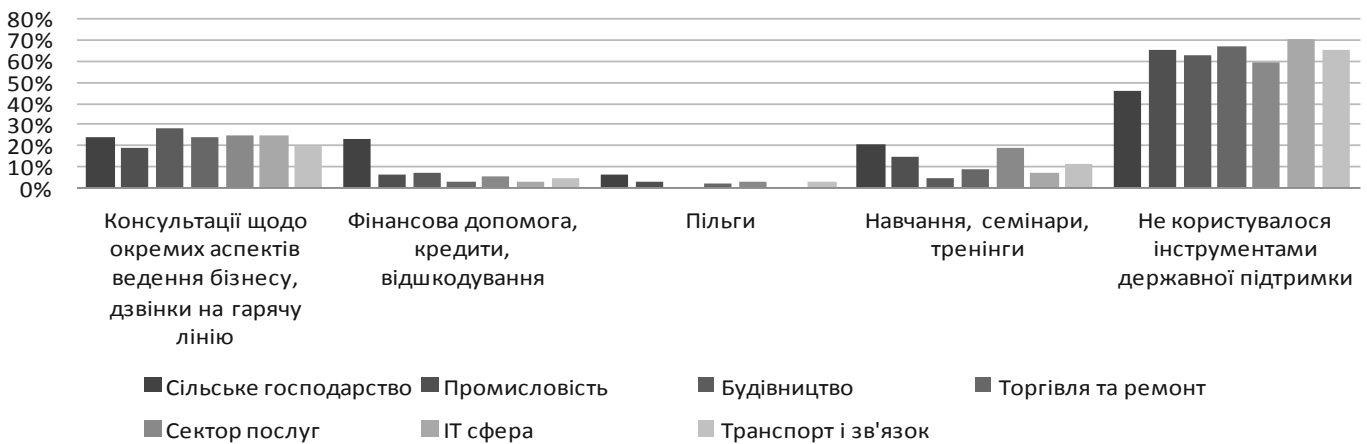
14% МСП повідомили про проходження певного навчання, такого як семінари або тренінги, в рамках державної підтримки. Частка МСП, що пройшли таке навчання, зростає із збільшенням розміру МСП. Серед мікропідприємств такі МСП складають 11%, в той час як 19% малих та 22% середніх підприємств проходили певне навчання.

Рис. 92. Інструменти державної підтримки, якими користувались МСП (за розміром), % опитаних



Лише 7% опитаних МСП повідомили, що отримали від держави фінансову допомогу, зокрема у вигляді кредитів та відшкодувань, та лише 3% МСП повідомили про те, що отримали пільги від держави. При цьому, якщо між підприємствами різного розміру немає суттєвої різниці у тому, яка частина з них отримала пільги, то підприємства середнього розміру помітно відрізняються від решти тим, що частіше користуються таким інструментом державної підтримки, як фінансова допомога (18% порівняно із 7% малих та 4% мікропідприємств).

Рис. 93. Інструменти державної підтримки, якими користувались МСП (за сектором підприємств), % опитаних



Серед підприємств різних секторів можна побачити значущі відмінності у досвіді користування інструментами державної підтримки. Так, сільськогосподарські підприємства частіше, ніж інші, повідомляють про те, що отримували фінансову допомогу від держави. Про це повідомили 23% с/г підприємств, тоді як серед МСП інших секторів відповідні частки не перевищують 7%.

Сільськогосподарські підприємства та підприємства сфери послуг (за виключенням сфери ІТ) мають більший за інших досвід проходження тренінгів та семінарів в рамках державної підтримки. Разом з цим, у ІТ-секторі, а також у сфері торгівлі та ремонту та промисловості – найбільші частки МСП, що не користувалися інструментами державної

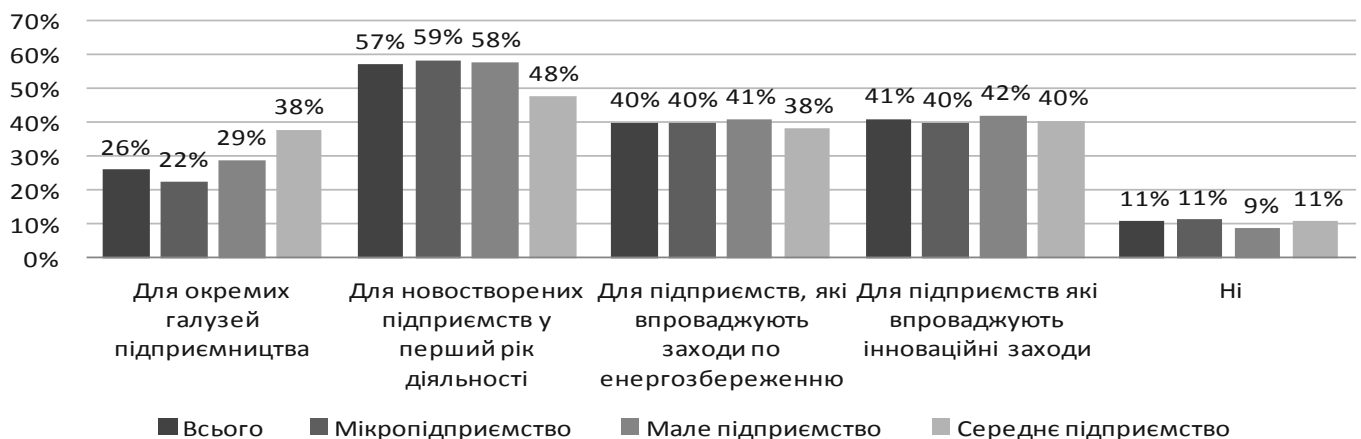
підтримки. Серед МСП ІТ-сектору відповідна частка складає 71%, серед МСП сектору торгівлі та ремонту – 67%, а серед промислових підприємств – 66%.

5.2.3 Оцінка необхідності пільгових умов для певних категорій підприємств

Значна частина опитаних представників МСП вважає, що для окремих категорій підприємств потрібно запровадити пільгові умови. Передусім йдеться про новостворені підприємства у перший рік їх діяльності. Більше половини опитаних МСП (57%) підтримує надання пільг таким підприємствам. У цьому випадку середні підприємства відрізняються від мікро- та малих підприємств тим, що серед їх представників частка тих, що підтримують пільги для новостворених підприємств, менша (48%).

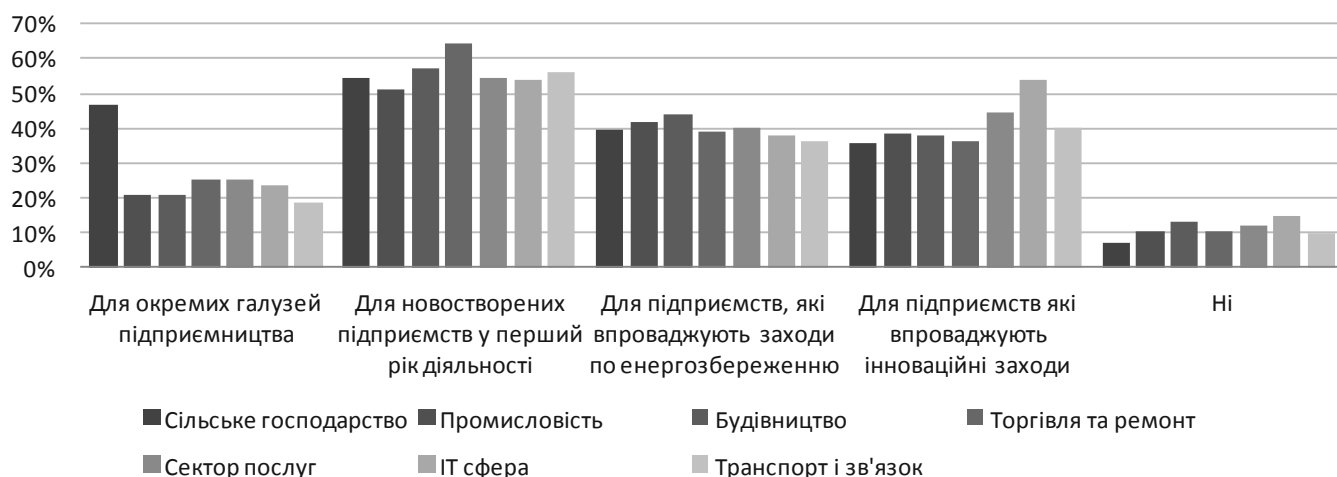
41% усіх МСП вважають за потрібне надавати пільги підприємствам, що впроваджують інноваційні заходи, і майже така ж частка опитаних (40%) висловилися за пільги для підприємств, які впроваджують заходи із енергозбереження. Між МСП різного розміру практично немає різниці у тому, наскільки вони підтримують пільги для зазначених категорій підприємств. Проте спостерігається суттєва різниця між підтримкою пільг для окремих категорій підприємств та розміром опитаних МСП. В цілому 26% опитаних МСП вважають, що підприємства окремих галузей повинні отримувати пільги і чим більшим є розмір підприємств, тим більшою є частка представників МСП, які підтримують такі пільги. Зокрема, якщо 22% респондентів, що представляють мікропідприємства, висловлюються за пільги для підприємств окремих галузей, то для малих підприємств відповідна частка зростає до 29%, а для середніх – до 38%.

Рис. 94. Оцінка необхідності пільгових умов для певних категорій підприємств (за розміром), % опитаних



Порівняння поглядів на пільги для бізнесу представників МСП різних секторів показує, що сільськогосподарські підприємства більше від інших підтримують пільги для окремих категорій підприємств. Надання таких пільг вважають за потрібне 47% респондентів, що представляють с/г сектор, тоді як серед представників інших секторів відповідні частки не перевищують 25%. МСП, що працюють у галузі торгівлі та ремонту, частіше від інших схильні підтримувати пільги для новостворених підприємств (65% представників цих підприємств підтримують такі пільги), а МСП сфери ІТ відрізняються від інших вищою підтримкою пільг для підприємств, що впроваджують інноваційні заходи – за це висловились 54% респондентів, які зайняті у секторі ІТ.

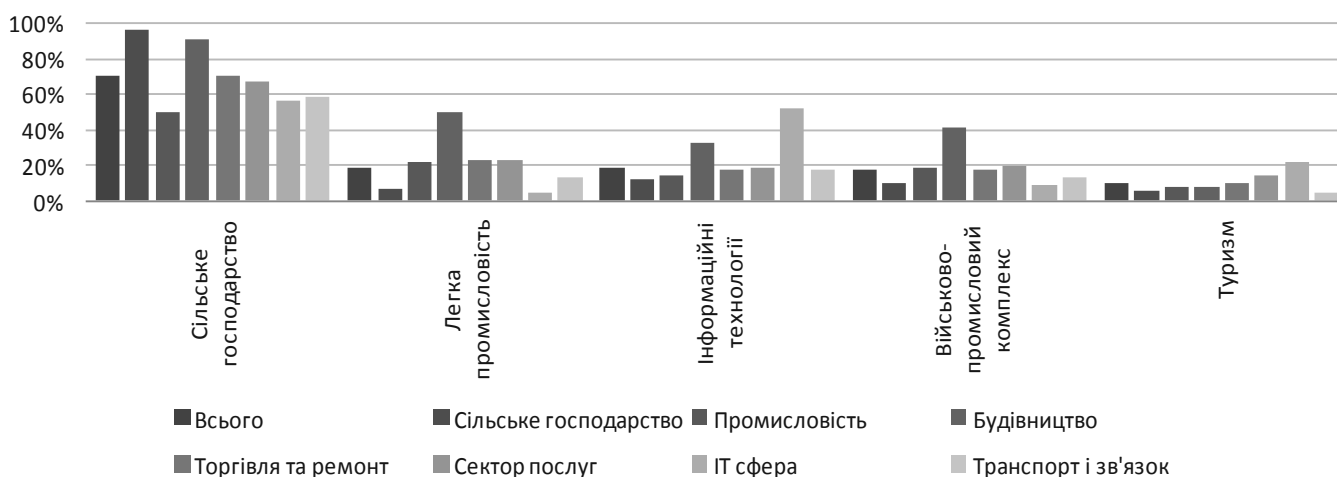
Рис. 95. Оцінка необхідності пільгових умов для певних категорій підприємств (за сектором діяльності), % опитаних



Респонденти, які висловилися за надання пільг певним категоріям підприємств, відповіли на запитання про те, яким саме категоріям підприємств, на їхню думку, потрібно надати пільги. Більшість з них (71%) вважають такою галуззю сільське господарство. Зокрема, як показує розподіл за секторами опитаних МСП, майже всі сільськогосподарські МСП (96%) вважають за потрібне надання пільг своєму сектору. Їх у цьому найбільше підтримують МСП будівельної галузі: 92% респондентів, що представляють сектор будівництва та схвалюють галузеві пільги, також вважають, що с/г підприємства повинні отримувати пільги.

За пільги для підприємств легкої промисловості висловились 19%, у тому числі 50% респондентів, що працюють у сфері будівництва. Серед МСП ІТ-сектору найбільше тих, що підтримують пільги для цієї сфери: 52%. Загалом 19% опитаних МСП вважають, що ІТ-сектору потрібно надавати пільги. Пільгові умови для військово-промислового комплексу підтримують 17% МСП, а для галузі туризму – 11%.

Рис. 96. Галузі підприємництва, для яких потрібні пільги, на думку опитаних МСП (за сектором), % опитаних



5.2.4 Найважливіші заходи державної політики

5.2.4.1 Яких заходів від держави очікують МСП?

При оцінці кроків державної політики, які, на їхню думку, найбільше сприятимуть бізнесу, представники МСП майже однотайні в тому, що такими кроками повинні бути зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності, та спрощення податкового адміністрування.

Таких дій очікують від держави чотири із п'яти опитаних МСП: 82% їх представників вважають, що потрібно зменшити кількість документів для бізнесу, а 80% – вказують на необхідність спрощення адміністрування податків. У рейтингу заходів державної політики, які підтримують опитані МСП, ці два заходи займають, відповідно, перше та друге місця. Деретуляція та спрощення податкового адміністрування очолювали рейтинг заходів державної політики і в 2015 році, але в поточному році частки респондентів, які їх підтримують, зросли. Так, у 2015 році спрощення податкового адміністрування очікували 77% МСП, а зменшення кількості документів для бізнесу – 71%.

Як і в 2015 році, представники МСП вважають, що потрібно створити єдиний інформаційний ресурс, де вони могли б дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, зміни у законодавстві, та отримати іншу інформацію щодо ведення бізнесу. Запит на такий ресурс залишається високим: якщо у 2015 році 67% респондентів назвали це важливим кроком державної політики, то у 2016 році їх частка зросла до 78%. Створення такого ресурсу займає третє місце серед очікуваних заходів державної політики для бізнесу.

Три із чотирьох опитаних МСП (74%) вважають, що державі слід створити рівні умови для всіх суб'єктів бізнесу при веденні підприємницької діяльності. Такий крок займає четверте місце у рейтингу очікуваних заходів державної політики, а частка МСП, що очікують створення рівних умов для всього бізнесу, більша за частку МСП, для яких важливим кроком політики є державна підтримка підприємств їхнього сектору (45%). Це свідчить про те, що для малого та середнього бізнесу рівні та справедливі умови є важливішими, ніж допомога з боку держави.

Як і в попередньому опитуванні, значна респондентів (67%) очікує реформування податкових органів. Представники малого і середнього бізнесу вважають, що податкова повинна стати сервісною службою для платників податків. Реформа податкових органів знаходиться на п'ятому місці у рейтингу очікуваних заходів політики держави для підтримки МСП. У 2015 році частка опитаних, що висловилися за таку реформу, складала 65%.

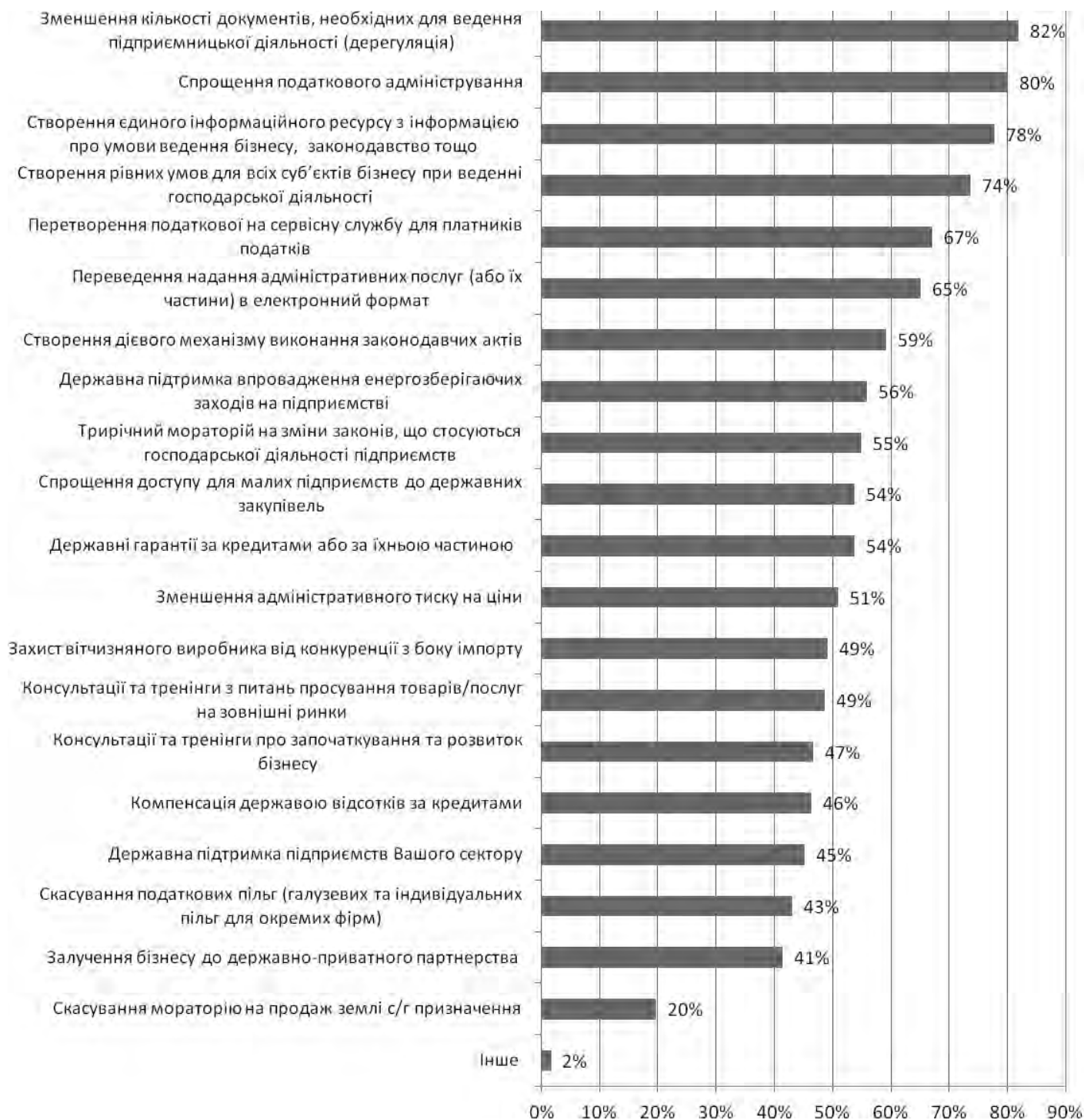
Кроки у напрямку електронного врядування не втрачають актуальності. Майже дві третини опитаних (65%) підтримують переведення адміністративних послуг в електронний формат, через що відповідний захід посідає шосте місце у рейтингу очікуваних реформ. У 2015 році це назвали важливим заходом для бізнесу 56% представників МСП.

Стосовно законодавчих актів МСП очікують, по-перше, того, що закони будуть виконуватися, а по-друге, що вони будуть змінюватися не так часто. Зокрема, керівники 59% МСП у 2016 році повідомили, що очікують від держави створення дієвого механізму виконання законодавчих актів – це сьомий за рейтингом найбільш очікуваний захід державної політики. Зміни законодавчих актів, що стосуються ведення бізнесу, вважають в МСП, потрібно проводити рідше: 55% опитаних підтримують ідею трирічного мораторію на зміни таких законів. Відповідний захід займає дев'яте місце у рейтингу найбільш очікуваних у середовищі українського малого та середнього бізнесу.

Більше половини МСП очікують від держави таких кроків, як підтримка впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві (56%), спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель (54%), державні гарантії за кредитами або їх частиною (54%).

51% МСП очікують від держави зменшення адміністративного тиску на ціни, а 49% вважають, що державі слід захищати вітчизняних виробників від конкуренції з боку імпорту. Приблизно така ж частка опитаних зацікавлені у тренінгах та консультаціях з питань експорту (49%) та започаткування і розвитку бізнесу (47%).

Рис. 97. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП, % опитаних



Загалом, майже всі із запропонованих в опитуванні 2016 року заходів державної політики були обрані більш, ніж 40% опитаних – тобто досить велика частка респондентів називала перелічені заходи важливими. Це свідчить про потребу МСП у сприятливій та дієвій політиці з боку держави, яка б мала чіткі та відчутні результати. Ефективні реформи регуляторного середовища позитивно вплинуть на ділову активність МСП, підвищать оптимізм бізнесу та дозволять йому впевненіше розвиватися.

5.2.4.2 Найважливіші заходи державної політики: погляди підприємств різних розмірів та форм власності

Між фізичними особами-підприємцями та підприємствами-юридичними особами, а також між підприємствами різного розміру можна побачити різницю у підтримці окремих заходів державної політики. Зокрема, підприємства, які є юридичними особами, більше підтримують реформу дерегуляції (84%), ніж ФОП (77%). Разом з цим, фізичні особи-підприємці частіше висловлювались за створення єдиного інформаційного ресурсу (цю ідею підтримали 81% ФОП), ніж юридичні особи (76%).

Що більшими є МСП за розміром, тим більше вони готові до тимчасової заборони на зміни законодавства: за трирічний мораторій на зміни та доповнення до законів, які регулюють господарчу діяльність, виступили 63% середніх підприємств порівняно із 59% малих та 52% мікропідприємств.

А що меншими за розміром є підприємства, тим актуальнішим для них стає спрощення доступу до держзакупівель: цього очікують від держави 56% мікропідприємств, 50% малих та 49% середніх підприємств. Важливість державних гарантій за кредитами також зростає із зменшенням розміру підприємств. Такої політики від держави очікують 56% мікропідприємств порівняно із 51% малих та 49% середніх.

Крім цього, фізичні особи-підприємці частіше висловлюються за ці кроки політики із підтримки МСП, ніж підприємства-юридичні особи. Так, 59% ФОП порівняно із 52% юридичних осіб вважають, що малим підприємствам потрібно спростити доступ до держзакупівель, а 64% ФОП порівняно із 50% юридичних осіб підтримують державні гарантії за кредитами або їх частиною.

Зменшення адміністративного тиску на ціни також належить до тих заходів державної політики, які мають більшу підтримку серед фізичних осіб-підприємців: за це виступають 55% ФОП порівняно із 49% юридичних осіб. До того ж, ФОП більше, ніж юридичні особи зацікавлені у залученні бізнесу до державно-приватного партнерства, консультацій та тренінгах щодо започаткування та розвитку бізнесу та скасуванні мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення.

Порівняння МСП різних розмірів показало, що малі та середні підприємства дещо більше від мікропідприємств зацікавлені у цільовій підтримці сектору державою. Зокрема, підтримки від держави очікують 50% середніх, 49% малих та 43% мікропідприємств. Натомість середні підприємства меншою мірою, ніж мікро- та малі очікують від держави компенсації відсотків за кредитами, а також консультацій та навчання щодо започаткування та розвитку бізнесу.

Таблиця 25. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП (за формою власності та розміром підприємств), % опитаних

	<u>Усі опитані</u>	<u>ФОП</u>	<u>Юридичні особи</u>	<u>Мікро- підприємства усіх форм власності</u>	<u>Малі підприємства усіх форм власності</u>	<u>Середні підприємства усіх форм власності</u>
Переведення надання адміністративних послуг в електронний формат	65%	62%	67%	66%	63%	66%
Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності (дерегуляція)	82%	77%	84%	82%	83%	81%
Спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель	54%	59%	52%	56%	50%	49%

	<u>Усі опитані</u>	<u>ФОП</u>	<u>Юридичні особи</u>	<u>Мікро- підприємства усіх форм власності</u>	<u>Малі підприємства усіх форм власності</u>	<u>Середні підприємства усіх форм власності</u>
Консультації та тренінги з питань просування товарів/послуг на зовнішні ринки	49%	51%	48%	49%	49%	45%
Консультації та тренінги про започаткування та розвиток бізнесу	47%	57%	43%	49%	45%	38%
Скасування мораторію на продаж землі с/г призначення	20%	25%	18%	21%	17%	18%
Створення дієвого механізму виконання законодавчих актів	59%	56%	60%	58%	61%	61%
Трирічний мораторій на зміни та доповнення до законодавчих актів, що стосуються господарської діяльності підприємств	55%	46%	59%	52%	59%	63%
Створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності	74%	73%	74%	73%	76%	71%
Спрощення податкового адміністрування	80%	77%	81%	79%	83%	79%
Захист вітчизняного виробника від конкуренції з боку імпорту	49%	51%	48%	49%	51%	49%
Створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства тощо	78%	81%	76%	78%	78%	74%
Державні гарантії за кредитами або за їхньою частиною	54%	64%	50%	56%	51%	49%
Компенсація державою відсотків за кредитами	46%	56%	43%	48%	43%	41%
Залучення бізнесу до державно-приватного партнерства	41%	49%	38%	42%	42%	37%
Перетворення податкової на сервісну службу для платників податків	67%	64%	68%	67%	70%	65%
Зменшення адміністративного тиску на ціни	51%	55%	49%	52%	49%	49%
Державна підтримка підприємств сектору респондента	45%	47%	44%	43%	49%	50%
Державна підтримка впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві	56%	57%	55%	55%	59%	58%
Скасування податкових пільг (галузових та індивідуальних пільг для окремих фірм)	43%	44%	43%	43%	43%	41%
Інше	2%	2%	2%	2%	2%	1%

5.2.4.3 Найважливіші заходи державної політики: галузеві відмінності

МСП різних галузей відрізняються рівнем підтримки тих чи інших заходів державної політики для сприяння МСП. Так, заходи із дерегуляції та переведення адміністративних послуг в електронний формат знаходять особливо високу підтримку у секторі ІТ: 87% МСП цього сектору виступають за дерегуляцію, а 84% – за те, щоб адміністративні послуги були доступні в електронному вигляді.

Спрощення податкового адміністрування – це крок, якого найбільше очікують у секторах будівництва та торгівлі і ремонту. По 84% представників МСП із цих двох секторів вважають, що адміністрування податків слід спростити. Створення єдиного ресурсу з інформацією щодо правил та умов ведення бізнесу найбільш актуальне для МСП у галузях торгівлі та ремонту (83%), інформаційних технологій (80%), будівництва (79%) та інших послуг (78%).

Представники сільськогосподарських підприємств та тих, що займаються торгівлею та ремонтом, частіше від інших зазначають необхідність створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу. За таку політику держави виступають, відповідно, 76% та 75% респондентів із цих секторів. Реформи податкової служби, яка б перетворила її на сервісний орган для підприємців, найбільше чекають у будівельній галузі (72%) та у сфері ІТ (70%).

Підприємства сектору послуг, у тому числі у сфері ІТ та транспорту і комунікацій, більшою мірою, ніж інші МСП наголошують на необхідності створення дієвого механізму виконання законодавчих актів. Цього очікують від держави 64% респондентів ІТ-сектору, 60% у секторі транспорту та комунікацій та 62% у секторі інших послуг. Сільськогосподарські та торговельні МСП найчастіше називають спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель та державні гарантії за кредитами серед бажаних заходів політики держави.

Таблиця 26. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП (за галуззю), % опитаних

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Проми- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торгівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без ІТ)</u>	<u>ІТ сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Переведення надання адміністративних послуг в електронний формат	59%	60%	69%	65%	68%	84%	58%
Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності (дерегуляція)	80%	79%	82%	84%	82%	87%	78%
Спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель	58%	55%	54%	59%	51%	49%	45%
Консультації та тренінги з питань просування товарів/послуг на зовнішні ринки	53%	51%	37%	51%	48%	40%	45%
Консультації та тренінги про започаткування та розвиток бізнесу	45%	42%	44%	51%	47%	50%	41%
Скасування мораторію на продаж землі с/г призначення	25%	15%	12%	24%	18%	28%	11%
Створення дієвого механізму виконання законодавчих актів	56%	58%	53%	58%	62%	64%	60%

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Проми- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торгівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без ІТ)</u>	<u>ІТ сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Трирічний мораторій на зміни та доповнення до законодавчих актів, що стосуються господарської діяльності підприємств	59%	55%	62%	55%	55%	43%	54%
Створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності	76%	73%	66%	75%	74%	65%	73%
Спрощення податкового адміністрування	75%	79%	84%	84%	80%	75%	74%
Захист вітчизняного виробника від конкуренції з боку імпорту	58%	51%	46%	52%	48%	32%	41%
Створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства тощо	71%	75%	79%	83%	78%	80%	68%
Державні гарантії за кредитами або за їхньою частиною	59%	51%	51%	57%	52%	48%	52%
Компенсація державою відсотків за кредитами	62%	43%	49%	47%	44%	33%	45%
Залучення бізнесу до державно-приватного партнерства	38%	38%	44%	44%	44%	41%	33%
Перетворення податкової на сервісну службу для платників податків	64%	66%	72%	68%	68%	70%	62%
Зменшення адміністративного тиску на ціни	48%	48%	44%	56%	54%	41%	45%
Державна підтримка підприємств сектору респондента	68%	48%	44%	39%	45%	32%	36%
Державна підтримка впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві	61%	63%	47%	55%	56%	48%	45%
Скасування податкових пільг (галузових та індивідуальних пільг для окремих фірм)	42%	42%	50%	48%	42%	35%	36%
Інше	2%	3%	0%	1%	1%	4%	2%

Вставка 6. Очікувані реформи: гендерний вимір

Увага жінок та чоловіків зосереджена на різних видах державних заходів, що могли б сприяти розвитку бізнесу. Чоловіки більше ніж жінки підтримують такі заходи як зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності (83,6% чоловіків зазначило про важливість цього заходу і 79,8% жінок), спрощення доступу до малих підприємств до державних закупівель (57,8% чоловіків підтримало цей захід і 49,2 жінок), скасування мораторію на продаж землі сільськогосподарського призначення (23,0% чоловіків, 15,9% жінок), створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності (77,6% чоловіків та 69% жінок), залучення бізнесу до державно-приватного партнерства (45,3% чоловіків та 36,8% жінок), скасування податкових пільг (51,1% чоловіків та 33,9% жінок). Натомість жінки більше підтримують такі заходи політики як захист вітчизняного виробника від конкуренції з боку імпорту (53,9% жінок стверджує про важливість цього заходу та 44,8% чоловіків), створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу (79,9% жінок та 75,7% чоловіків), державна підтримка підприємств (48,1% жінок та 42,5% чоловіків).

Таблиця 27. Оцінка важливості заходів державної політики для сприяння розвитку бізнесу (залежно від статі респондентів), % опитаних

	Чоловіки	Жінки
Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності (дерегуляція)	83,6%	79,8%
Спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель	57,8%	49,2%
Скасування мораторію (заборони) на продаж землі сільськогосподарського призначення	23,0%	15,9%
Створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності	77,6%	69,0%
Захист вітчизняного виробника від конкуренції з боку імпорту	44,8%	53,9%
Створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства	75,7%	79,9%
Залучення бізнесу до державно-приватного партнерства	45,3%	36,8%
Державна підтримка підприємств певного сектору	42,5%	48,1%
Скасування податкових пільг (галузевих та індивідуальних пільг для окремих фірм)	51,1%	33,9%

5.3 Висновки

- Рівень довіри бізнесу до державної політики залишається низьким. МСП скоріше вважають державу перешкодою для ведення бізнесу чи навіть «ворогом» бізнесу, ніж партнером.
- Із збільшенням розміру підприємств зменшується частка тих, що вважають державу ворогом і збільшується частка тих, хто вважає державу перешкодою або обмеженням для бізнесу.
- Респонденти більше довіряють представникам приватного сектору, ніж органам державної влади та громадським організаціям.
- Кожний другий опитаний вважає, що органи влади створюють перешкоди для бізнесу – це більше, ніж у 2015 році. Зокрема, кожний п'ятий респондент вважає вищі органи влади (Верховну Раду, Кабінет Міністрів, Президента) інституціями, які створюють перешкоди для ведення бізнесу в країні.

- Майже половина опитаних вважає, що неформальні стосунки з представниками органів влади є важливим для успішного ведення бізнесу в країні.
- Створення сприятливих умов для підприємницької діяльності для МСП є більш важливим, ніж пряма державна підтримка бізнесу.
- Підприємства очікують від держави конкретних заходів для сприяння бізнесу. Серед пріоритетів – зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності, спрощення податкового адміністрування та полегшення доступу до законодавчої інформації щодо ведення бізнесу через створення єдиного інформаційного ресурсу.

6. Навички та освіта для ведення бізнесу³¹

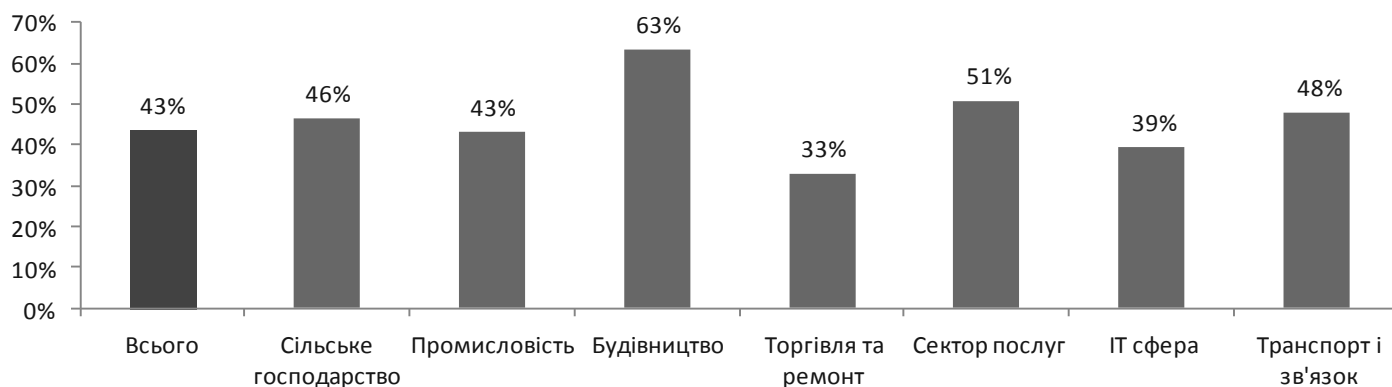
6.1 Оцінка керівниками МСП своєї кваліфікації як управлінця

В рамках опитування «Щорічна оцінка ділового клімату» керівники підприємств (директори, власники або заступники директорів) оцінили власний рівень ділових навичок – тобто навичок, які їм необхідні для управління бізнесом.

43% керівників підприємств оцінили свій рівень управлінських навичок як достатній. 46% опитаних вважають, що володіють навичками управління на середньому рівні. Разом з цим, 11% керівників МСП вважають, що їх рівень необхідних знань та навичок є швидше або повністю недостатнім. При цьому із зростанням розміру підприємств збільшується впевненість їх керівництва у власних навичках. Зокрема, в той час як частка керівників мікропідприємств, які вважають свої навички з управління бізнесу достатніми, складає 40%, то серед керівників малих підприємств ця частка дорівнює 52%, а для керівників середніх підприємств сягає 62%.

Керівники МСП будівельної галузі оцінюють своє вміння управляти бізнесом краще, ніж керівники МСП інших галузей: 63% з них вважають свої управлінські навички достатніми. Найнижчі оцінки – серед представників сектору торгівлі та ремонту. Лише 33% з них вважають, що достатньо володіють навичками з управління.

Рис. 98. Частка представників МСП, які вважають власні навички з управління бізнесом достатніми (за сектором), % керівників МСП



6.2 Підвищення знань з управління: сфери та способи

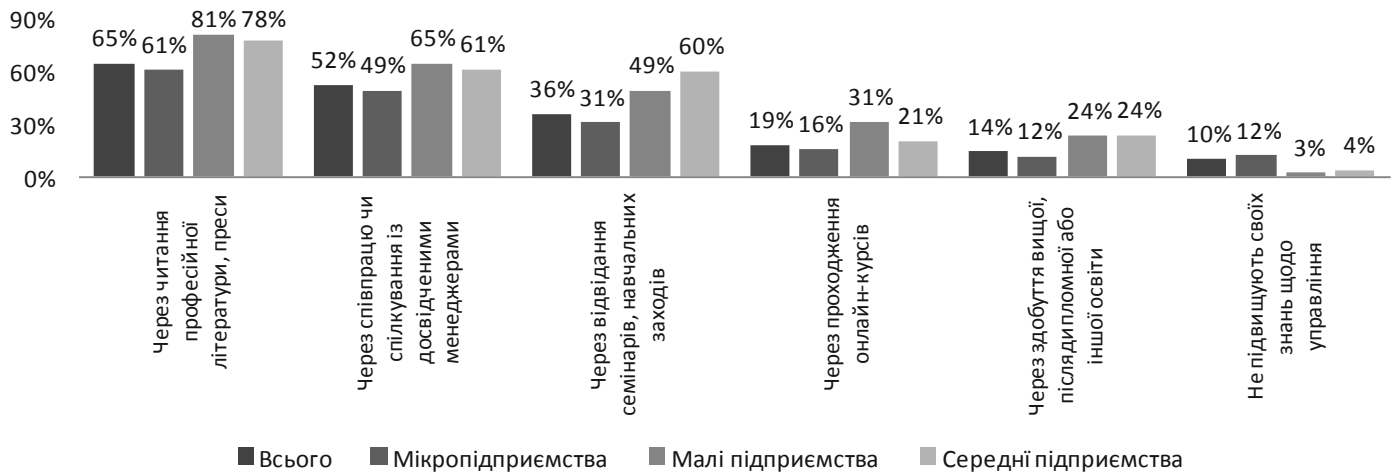
Відповідаючи на запитання: «Яким чином Ви підвищуєте свої знання щодо управління?», 65% керівників МСП зазначили, що вони підвищують свої знання завдяки читанню професійної літератури та преси, а для 52% опитаних допомагає спілкування із досвідченими менеджерами. 36% керівників здобували необхідні знання на семінарах чи інших навчальних заходах. Менш поширеними способами підвищення кваліфікації як управлінця для представників МСП є онлайн-курси, які проходили 19% опитаних, та здобуття післядипломної або іншої вищої освіти (14%). А 10% респондентів відповіли, що вони ніяк не підвищують своїх знань щодо управління.

Керівники малих та середніх підприємств частіше повідомляють про те, що підвищують свої навички з управління. Так, 81% респондентів, які представляють малі підприємства, та 78% тих, які представляють середні, повідомили про те, що читають професійну пресу та літературу з метою професійного розвитку як управлінців, в той час як серед представників мікропідприємств про це повідомило менше опитаних: 61%. Також керівники малих та середніх підприємств більшою мірою, ніж керівники мікропідприємств, підвищують власні вміння як управлінців через професійне спілкування з досвідченими менеджерами. Крім цього, частота відвідування навчальних заходів

³¹ Цей розділ було написано у співавторстві із Анастасією Гулік, науковим співробітником ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», асистентом аналітичного компоненту Програми USAID ЛЕВ, та Тетяною Заєць, дослідником-інтерном ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій».

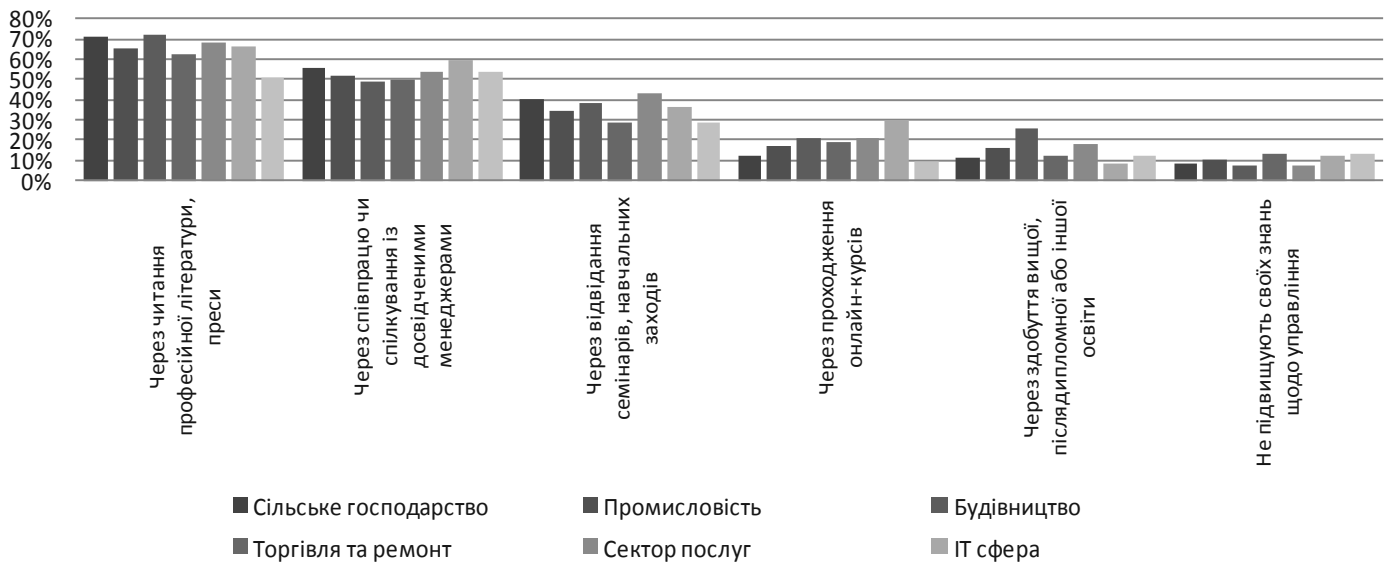
керівниками МСП збільшується із зростанням розміру таких підприємств. Тоді як серед респондентів, що представляють мікропідприємства, частка тих, які покращують свої управлінські навички через проходження семінарів та іншого навчання, складає 31%, то для представників малих підприємств вона вже більша (49%), а для представників середніх підприємств складає 60%.

Рис. 99. Способи підвищення управлінських навичок, які використовують респонденти (за розміром), % керівників МСП



Представники керівного складу підприємств, що працюють у сфері сільського господарства та будівництва, частіше від керівників інших МСП підвищують свою кваліфікацію як управлінців через читання професійної літератури (71% та 72% відповідно), тоді як частка керівників МСП ІТ-сфери найвища з-поміж представників різних галузей серед респондентів, які користуються можливістю навчитися від колег – інших менеджерів (вона складає 60%). Представники сектору послуг особливо активно залучені до навчальних заходів (43% представників цього сектору проходили таке навчання), а ІТ-сфера – до онлайн-курсів, які проходили 29% опитаних цього сектору.

Рис. 100. Способи підвищення управлінських навичок, які використовують респонденти (за сектором), % керівників МСП



Вставка 7. Підвищення обізнаності : гендерний вимір

Чоловіки частіше, ніж жінки, зазначили, що не підвищують своїх знань щодо управління: 9,0% чоловіків 4,5% жінок вказали на це. Разом із цим, жінки рідше за чоловіків, вибирали конкретні заходи, за допомогою яких вони підвищували свою обізнаність. Так, чоловіки частіше вказували, що вони відвідували навчальні семінари та заходи (29,3% чоловіків та 17,5% жінок), читали професійну літературу, пресу (56,6% чоловіків та 28% жінок), співпрацювали чи спілкувалися із досвідченими менеджерами (47,7% чоловіків та 20,3% жінок), проходили онлайн-курси (15% чоловіків та 9,5% жінок), здобували вищу, післядипломну або іншу освіту (13,7% чоловіків та 5,1% жінок).

Таблиця 28. Частка респондентів, що підвищує свої знання щодо правління (менеджменту) (залежно від статі респондентів), % опитаних

	Чоловіки	Жінки
Через відвідування семінарів, навчальних заходів	29,3%	17,5%
Через читання професійної літератури, преси	56,6%	28,0%
Через співпрацю чи спілкування із досвідченими менеджерами	47,7%	20,3%
Через проходження онлайн-курсів	15,0%	9,5%
Через здобуття вищої, післядипломної або іншої освіти	13,7%	5,1%
Не підвищую свої знань щодо управління	9,0%	4,5%

6.3 Зацікавленість у знаннях, що стосуються ведення бізнесу

Крім оцінки власних навичок, учасники опитування повідомили, у яких сферах, що стосуються ведення бізнесу, вони б хотіли покращити власні знання. Респонденти обирали питання різної тематики, що свідчить про бажання керівників МСП професійно розвиватися як управлінців.

Рис. 101. Сфери, у яких керівники МСП хотіли б покращити свої навички та отримати нові знання, % керівників МСП



На фоні браку попиту та складної ситуації на ринку на першому місці серед бажаних навичок знаходиться залучення та утримання клієнтів – цього хотіли б навчитися 55% керівників МСП. На те, що податкове законодавство та адміністрування податків залишаються складними для малого та середнього бізнесу, вказує те, що майже половина керівників МСП (47%) хотіли б підвищити свої знання у цих сферах. Майже стільки ж керівників МСП виявили бажання

навчитися вести діалог з владою для захисту інтересів бізнесу (46%) і така ж частка респондентів (46%) хочуть покращити свої знання у сфері планування бізнесу.

Вивчення попиту та проведення маркетингових досліджень обрали 44% опитаних, тоді як 42% керівників МСП зацікавлені у тому, щоб отримати знання у сфері ведення фінансів бізнесу та бухгалтерського обліку. Управління персоналом – це сфера, у якій хотіли б покращити свої навички 41% керівників МСП, і така ж частка респондентів (41%) цікавляться питаннями просування бізнесу, реклами та зв'язків з громадськістю. 40% керівників МСП хотіли б дізнатися більше про вихід на нові географічні ринки.

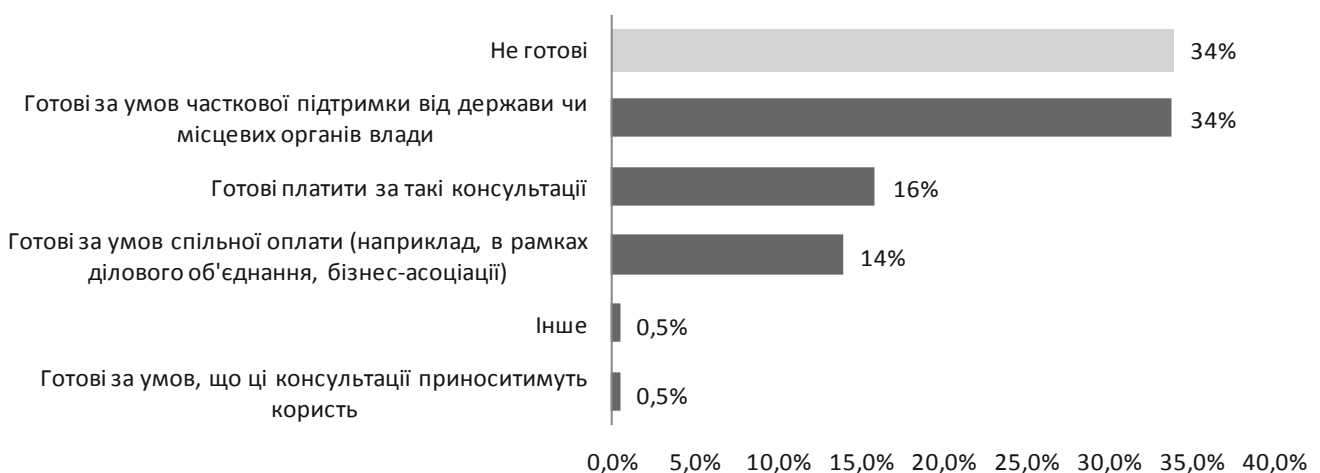
Про бажання підвищити свої знання з питань проходження адміністративних процедур повідомили 32% керівників підприємств, і щодо експортних та імпорتنих процедур – так ж частка респондентів (32%).

6.4 Готовність платити за консультації

Значна частина учасників опитування (усі респонденти, включаючи як керівників підприємств, так і головних бухгалтерів та інших осіб на керівних посадах) готова платити за консультації щодо питань розвитку бізнесу (вихід на зовнішні ринки, маркетинг, розробка бізнес-планів), хоча більшість з них зацікавлені у розділенні витрат на консультації з іншими підприємствами або у частковому покритті цих витрат з боку держави.

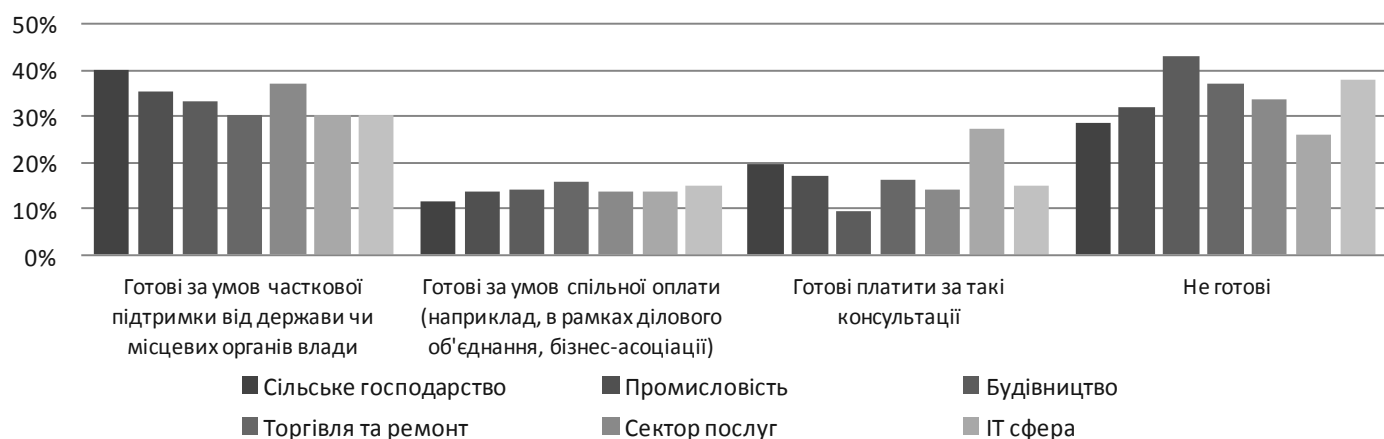
Зокрема, 34% представників МСП сказали, що готові платити за такі консультації за умови отримання часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади, а 14% респондентів висловити готовність платити за ці консультації за умови спільної оплати в рамках ділових об'єднань. 16% опитаних повідомили, що готові платити за такі консультації, при цьому не назвавши жодних умов, що вказує на те, що вони мають можливість самостійно їх профінансувати. Разом з цим, 34% представників МСП не готові платити за консультації навіть за умови часткової компенсації або розділення витрат спільно з іншими підприємствами.

Рис. 102. Готовність платити за консультації із розвитку бізнесу, % опитаних



Галузеве порівняння МСП показує, що серед представників ІТ-сектору найбільше тих, хто готові самостійно оплатити консультації із розвитку бізнесу (відповідна частка складає 27%). Найвищі частки опитаних, які можуть заплатити за такі консультації за умов часткової компенсації витрат державою, – у секторах сільського господарства (40%) та послуг (37%). А у галузі будівництва більша частка респондентів, ніж у інших секторах, повідомила, що не готова платити за консультації із розвитку бізнесу – це 43% представників МСП цього сектору.

Рис. 103. Готовність платити за консультації із розвитку бізнесу (за секторами), % опитаних



6.5 Потреба у кваліфікованих працівниках

Близько третини керівників підприємств (власники, директори та заступники директорів) повідомляють про те, що на їхньому підприємстві бракує працівників технічних спеціальностей. 32% керівників МСП відчують брак працівників цих спеціальностей.

Крім цього, досить часто підприємствам не вистачає спеціалістів із маркетингу та комунікацій (про це повідомили 16% керівників МСП) та фахівців економічних спеціальностей, тобто бухгалтерів та економістів (за словами 12% керівників МСП). Також на ринку праці є досить високий попит на менеджерів (цих працівників бракує 10% МСП), спеціалістів у сфері інформаційних технологій (таких працівників не вистачає 9% МП), та водіїв, спеціалістів з логістики, працівників сільськогосподарської сфери і продавців чи консультантів (про їх брак повідомили 6% керівників МСП).

У кожній галузі, відповідно, існує попит на працівників, навички яких пов'язані із цією галуззю. Так, для МСП у сфері сільського господарства найбільше бракує працівників с/г сфери (53% МСП) та працівників технічних спеціальностей (37%). Попит на працівників технічних спеціальностей високий і у сферах будівництва (68%) та промисловості (53% МСП). Крім працівників технічних спеціальностей, істотній частці підприємств у будівельній галузі (30%) бракує власне фахівців із будівництва, тобто будівельників та архітекторів.

Близько половини підприємств у галузі транспорту та зв'язку (49%) шукають працівників на посади водіїв та спеціалістів із логістики. Також кожному четвертому підприємств цього сектору (25%) бракує фахівців технічних спеціальностей. 61% МСП сфери ІТ має потребу у фахівцях з інформаційних технологій, а 20% МСП цього сектору не вистачає спеціалістів із маркетингу та комунікацій. Значна частка МСП сфери послуг (за виключенням ІТ-сектору) також потребують спеціалістів технічних професій, а галузь торгівлі та ремонту має досить високу потребу як у спеціалістах із технічними навичками (23% МСП цього сектору), так і у фахівцях з маркетингу та комунікацій (22%) та продавцях і консультантах (17%).

Вставка 8. Навички і освіта працівників та пошук персоналу (результати фокус-групової дискусії)

В рамках дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» представники малого та середнього бізнесу України взяли участь в опитуванні методом фокус-групового обговорення на тему навичок та освіти працівників, а також пошуку персоналу.

Частина респондентів зазначила, що вони задоволені рівнем професійних навичок працівників їхнього підприємства, оскільки *«ми проводимо різні тренінги, тобто навчаємо людей», «постійно є інновації, конференції, злету різноманітні. Тобто для тих, хто має таке бажання»³²*.

Разом з цим, інша частина учасників обговорення вказала, що вони не задоволені рівнем професійних знань та навичок власних працівників через відсутність необхідної кваліфікації та компетентності у роботі, оскільки *«їх ніхто не вчить, бо у нас же немає зараз системи середньої спеціальної освіти»*. На думку керівників МСП, в навчальних закладах навчають лише теорії, яка не має нічого спільного із практикою, внаслідок цього підприємцям необхідного за свій рахунок з нуля навчати своїх нових працівників необхідним у роботі знанням та навичкам.

Стосовно необхідності специфічних знань та навичок людям, які працюють у керівників МСП, то останні відповіли, що такими є здебільшого *«знання стандартів та, можливо, теж комунікабельність в сфері... Комунікабельність з державними органами дуже добра»*, а найголовніше, на думку респондентів, – це мати бажання навчатися.

Однак знайти потрібних фахівців, які будуть компетентними дуже важко, оскільки *«ті, хто має можливість, тікають закордон і шукають кращі можливості»*, а в Україні, за спостереженнями опитаних, залишаються працювати здебільшого некомпетентні та непрофесійні працівники. Таку проблему керівники МСП пояснюють відсутністю можливості навчання молодих людей у навчальних закладах практичним навичкам, а також пониженням загальної планки освіти та рівня життя.

Більшість опитаних підприємців шукає працівників через знайомих, або онлайн чи за допомогою центрів зайнятості чи через кадрові агентства. Найбільш ефективними способами із вказаних, на думку підприємців, є пошук працівників через Інтернет-сайти та через знайомих. Щодо кадрових агентств та центру зайнятості, то респонденти були незадоволені їх запропонованими працівниками: *«Це сумно. Дуже. Сумно і смутно. Особливо сумно, коли приходять з біржі праці. Тому, що вони не хочуть працювати, він кладе тобі папірець: напишіть, будь ласка, що я вам не підходжу»*.

Серед підприємців найбільшою популярністю користуються такі інтернет-сайти з пошуку роботи як work.ua та rabota.ua – вони є основними для пошуку необхідних працівників. Пошук здійснюється через розміщення оголошень та перегляд наявних резюме потенційних працівників. Таким чином шукають працівників усіх спеціальностей, однак частина респондентів відзначили, що використовують ці сайти конкретно для пошуку спеціалістів ІТ-технологій. Однак, на думку керівників МСП, знайти на цих сайтах справжніх спеціалістів дуже важко – *«це «як голку в сіні», їх і так з ногами і руками забирають»*, як кому пощастить.

З метою пошуку працівників частина респондентів зверталася безпосередньо до навчальних закладів: *«Є сенс, коли ти підходиш до викладача, і він тобі з тридцяти чоловік може показати одного, який більш-менш влаштовує, під твій запит підходить. Тому що викладач з ними два-три роки перебуває, і вони розуміють, хто спритніші, живіші. І вони в цьому зацікавлені, тому, що розуміють, хто в цьому зацікавлений»*. Однак в цілому *«потрібно шукати людину, яка цим живе. Не потрібно йти шукати бухгалтера в училище культури, або*

³² Лексика та орфографія цитат збережена.

перукаря – в коледж економіки і права. Який дійсно хоче продовжувати працювати. Не тільки заради грошей. Тобто, той, хто буде на роботу ходити із задоволенням».

У більшості опитаних підприємців були на підприємствах декілька стажерів та інтернів, які працювали для набуття необхідного досвіду та практики. Частина з них потім залишалась працювати після проходження випробувального терміну.

На питання про те, чи потрібно працівників «виращувати» в себе або чи треба зразу шукати того, хто підходить, відповіді респондентів розбіглися: частина з них вважає, що *«краще взяти готового, який прийде з базою клієнтів, зі знаннями, і ти вже зразу знаєш, що він буде приносити тобі прибуток, а не так, що він повчиться, повчиться і піде до іншого»*, а інша частина підприємців дотримується думки, що працівника необхідно навчати специфіці власного підприємства, однак за умови забезпечення повернення вкладених коштів, часу та зусиль, тобто *«мати розписку: вклав гроші – працівник відпрацював тобі. Інакшого виходу немає»*, або за наявності *«нормального трудового договору, оскільки я нестрахований від того, що він не втече в Москву. А я лише витрачу час, гроші»*.

Стосовно відповідності освіти в Україні потребам малих та середніх підприємств, то опитані підприємці відзначили, що вона не відповідає їх потребам, адже у навчальних закладах студентів, на думку респондентів, навчають лише теоретичним речам, які можуть взагалі не знадобитися, тобто *«освіта - це теорія. Робота - це практика. Абсолютно різні речі. Абсолютно»*. Окрім цього, значною проблемою є те, що більшість випускників є некомпетентними, що разом із браком практики не відповідає потребам роботодавців у кваліфікованих працівниках.

У відповідь на питання, що потрібно змінити в системі освіти, щоб вона забезпечувала бізнес необхідними фахівцями, підприємці запропонували спочатку *«вивчити ринок, така-така продукція, для підприємницької діяльності такі-такі напрямки, а потім готувати. Щоб забезпечити внутрішній ринок. Пишеш заявку – на моє підприємство 30 спеціалістів. Чи педінститут чи політех готувить цих спеціалістів. Внутрішнє замовлення. Так зібрати всю інформацію про всі підприємства, які працюють, яким скільки треба спеціалістів і підготувати тут внутрішній ринок»*.

Однак, крім володіння певними знаннями, підприємці говорять про необхідність володіння так званими «м'якими навичками», тобто *«вміння комунікувати, вміння знайти підхід до людини, до клієнта, ввічливість, от такі речі»*. Важливими «м'якими» навичками вони визначили наступні: комунікабельність, стресостійкість, *«вміння доказати те, що ти хочеш»*, порядність, вміння знаходити контакт із клієнтом та бажання людини вчитися.

6.6 Висновки

- Менше половини опитаних керівників МСП вважають свої управлінські навички достатніми. Оцінка респондентами власних навичок як управлінців зростає із збільшенням розміру підприємств.
- Читання професійної літератури та спілкування з іншими досвідченими менеджерами – це найпоширеніші способи, якими керівники МСП підвищують свою кваліфікацію як управлінців.
- Один із трьох керівників МСП проходив семінари та інше навчання для підвищення своїх навичок як управлінця, а один із п'яти повідомив про проходження онлайн-курсів з цією метою.
- Дві третини учасників опитування готові платити за консультації щодо розвитку бізнесу, зокрема виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів тощо. Однак більшість з них повідомили, що можуть оплатити такі консультації лише за умови компенсації частини суми з боку державних органів чи місцевої влади або за умови спільної оплати консультацій в рамках ділового об'єднання.

- Третині опитаних підприємств бракує працівників технічних спеціальностей. Також у середовищі МСП є досить високий попит на спеціалістів із маркетингу та комунікацій та фахівців економічних спеціальностей.

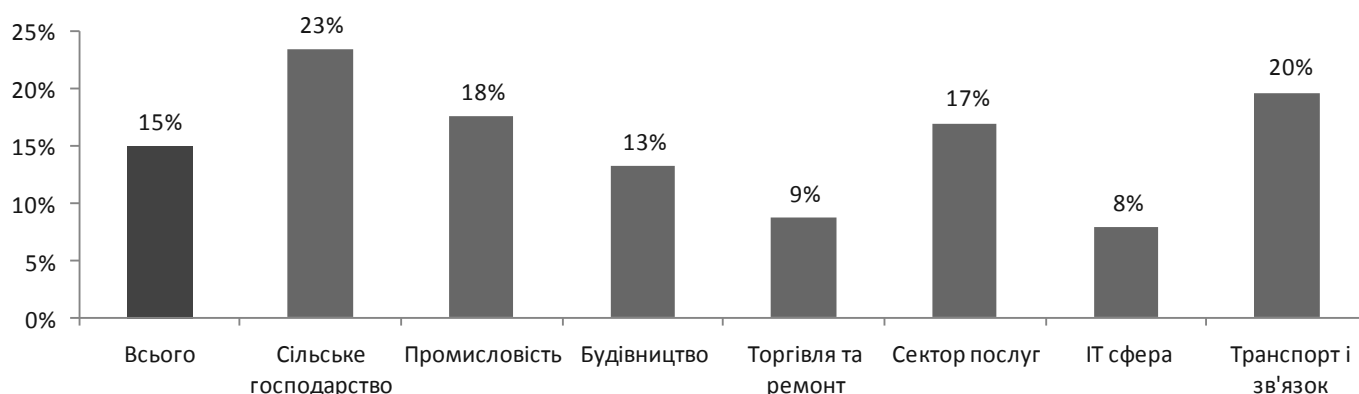
7. Бізнес-асоціації

7.1 Участь МСП у бізнес-асоціаціях

Залученість бізнесу до діяльності ділових об'єднань – це ефективний спосіб об'єднання ресурсів та спільного захисту інтересів бізнесу та участі у діалозі з органами влади щодо питань політики, які торкаються підприємств. У середовищі українського малого та середнього бізнесу рівень участі у бізнес-асоціаціях невисокий: лише 15% МСП, опитаних у другій хвилі дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» у 2016 року, повідомили, що є членами хоча б однієї бізнес-асоціації, серед яких для цілей цього дослідження враховувалися і торгово-промислові палати, спілки роботодавців та інші подібні об'єднання.

Членство у бізнес-асоціаціях збільшується пропорційно до розміру МСП: що більше підприємство, тим більше ймовірно, що воно є членом ділового об'єднання. Зокрема, членами таких об'єднань є лише 10% мікропідприємств порівняно із 21% малих та 31% середніх підприємств. При цьому підприємства, які є юридичними особами, набагато частіше беруть участь у діяльності бізнес-асоціацій: членами таких асоціацій є 19% підприємств-юридичних осіб і лише 6% ФОП.

Рис. 104. Частка МСП, які є членами бізнес-асоціацій (за сектором підприємств), % опитаних



У секторальному розподілі найбільшу частку МСП, які є членами бізнес-асоціацій, можна побачити у секторі сільського господарства: приблизно кожне четверте МСП цього сектору є членом бізнес-асоціації. Близький до цього показник у галузі транспорту і зв'язку: тут одне із п'яти МСП бере участь у діяльності бізнес-об'єднання. Разом з цим, у сфері торгівлі та ремонту, а також у сфері ІТ ці частки найменші: лише 9% і 8% МСП цих галузей відповідно повідомили про те, що є членами бізнес-асоціацій.

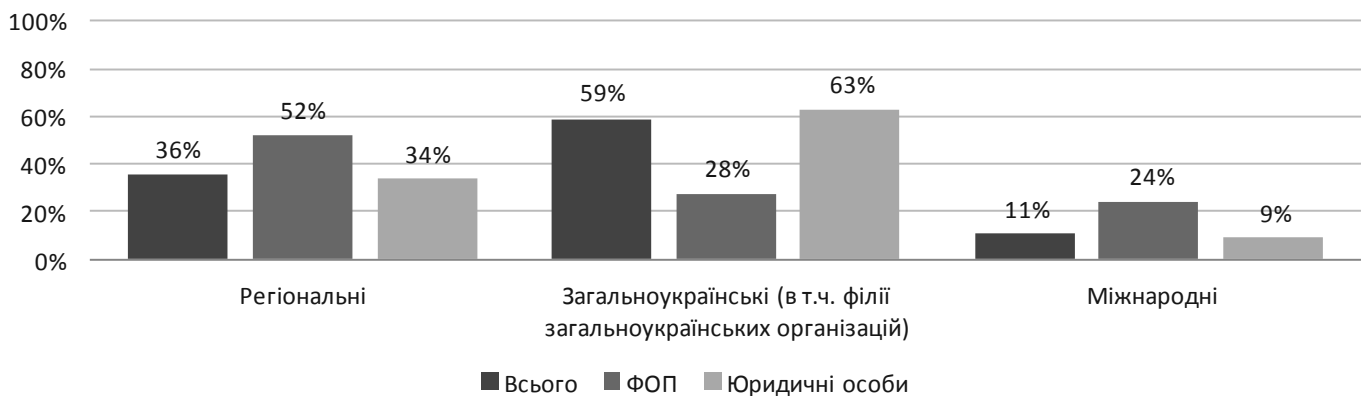
У регіональному розподілі найбільші частки МСП, які є членами бізнес-асоціацій, можна побачити в Івано-Франківській області (26% МСП області повідомили, що входять до хоча б однієї бізнес-асоціації) та у Закарпатській області (24%). Найменші ж частки МСП, що є членами бізнес-асоціацій, було зафіксовано у Черкаській (8%) та Волинській (9%) областях.

Таблиця 29. Членство у бізнес-асоціаціях (регіональний розподіл), % МСП

Регіон	Членство в бізнес-асоціаціях	Регіон	Членство в бізнес-асоціаціях	Регіон	Членство в бізнес-асоціаціях
Вінницька	15%	Кіровоградська	13%	Харківська	17%
Волинська	9%	Луганська	11%	Херсонська	21%
Дніпропетровська	13%	Львівська	17%	Хмельницька	20%
Донецька	15%	Миколаївська	11%	Черкаська	8%
Житомирська	17%	Одеська	13%	Чернівецька	12%
Закарпатська	24%	Полтавська	16%	Чернігівська	21%
Запорізька	11%	Рівненська	20%	м. Київ	15%
Івано-Франківська	26%	Сумська	14%		
Київська	13%	Тернопільська	14%		

Опитані МСП переважно є членами всеукраїнських асоціацій або їх філій у своєму регіоні: 59% МСП, які є членами бізнес-асоціацій, належать саме до всеукраїнських об'єднань. 36% МСП, які є членами бізнес-асоціацій, належать до регіональних, а 11% – до міжнародних бізнес-асоціацій. При цьому підприємства, які є юридичними особами, в основному беруть участь у діяльності загальноукраїнських бізнес-асоціацій, в той час як частка ФОП, що належать до регіональних (52%) та міжнародних (24%) ділових об'єднань, перевищує відповідні частки юридичних осіб.

Рис. 105. Типи бізнес-асоціацій, до яких належать МСП, % МСП, які є членами хоча б однієї бізнес-асоціації



Підприємства ІТ-сектору відрізняються від решти МСП високим рівнем участі у міжнародних бізнес-асоціаціях. Так, 63% МСП сфери ІТ повідомили, що належать до міжнародних бізнес-асоціацій, тоді як серед МСП інших секторів відповідна частка не перевищує 23% (це підприємства галузі транспорту і зв'язку). Частка підприємств ІТ-сфери, що беруть участь у діяльності загальноукраїнських ділових об'єднань, також найвища з-поміж інших секторів: вона складає 75%. Високими є відповідні частки МСП і у секторі послуг (68%) та транспорту і зв'язку (54%).

Членство у бізнес-асоціаціях передбачає, як правило, фіксовану суму внесків (для 55% МСП, які є членами бізнес-асоціацій). 21% МСП, що належать до ділових об'єднань, повідомили, що їхнє членство передбачає лише добровільні внески, а 23% – що воно не передбачає сплати членських внесків.

7.2 Послуги бізнес-асоціацій

Асоціації, до яких входять підприємства, можуть надавати своїм учасникам ряд послуг, зокрема інформування та встановлення контактів на ринку, спільний захист інтересів чи допомога із юридичних питань. Опитані МСП, які є

членами бізнес-асоціацій, серед послуг, які для них є найбільш корисними та цікавими, найчастіше називають інформаційні послуги. Це статистична інформація, інформація про ринки, зміни законодавства тощо. 46% МСП, які є членами ділових об'єднань, вважають інформаційні послуги, які надаються цими об'єднаннями, корисними для себе.

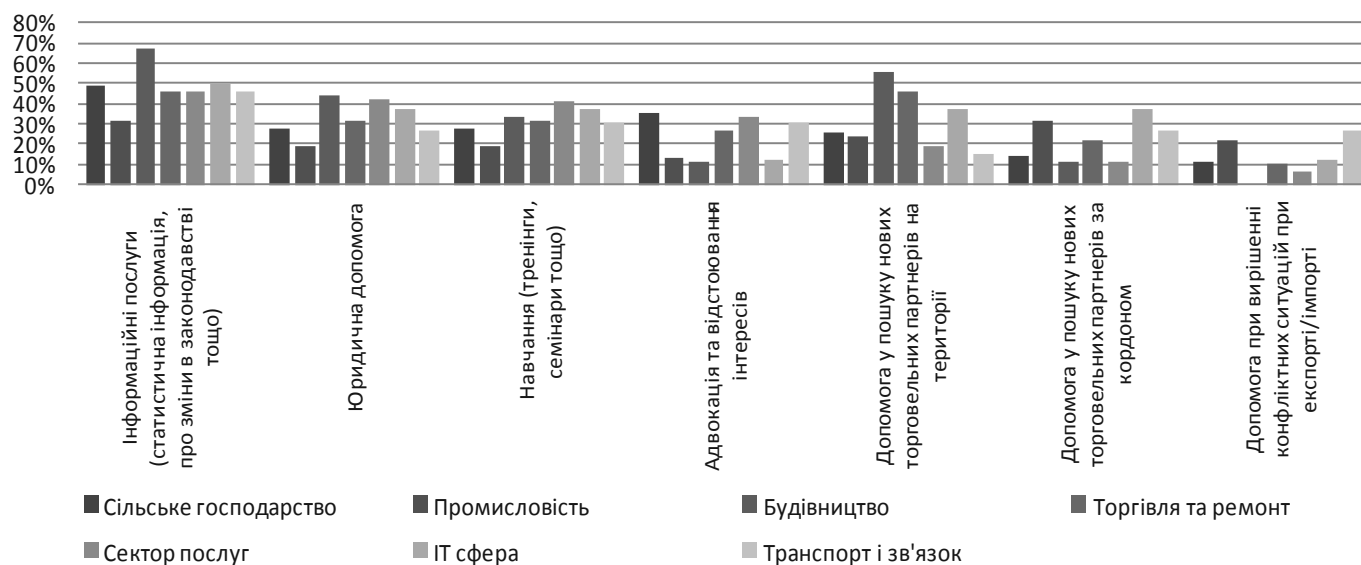
Одне із трьох МСП, що входить до бізнес-асоціацій, зацікавлене у юридичній допомозі. Така ж частка МСП бачить користь для себе у навчанні (тренінгах, семінарах), що надаються бізнес-асоціаціями. 28% МСП зацікавлені у можливостях для адвокації та відстоюванні інтересів бізнесу, які надає участь у бізнес-асоціаціях, а 27% – у пошуку торговельних партнерів в Україні. Крім цього, 20% МСП вважають корисними такі послуги бізнес-асоціацій, як пошук нових торговельних партнерів за кордоном, а 13% зацікавлені у допомозі з боку ділових об'єднань для вирішення конфліктних ситуацій, що виникають при здійсненні експортних чи імпорتنих операцій.

Рис. 106. Види послуг від бізнес-асоціацій, у яких найбільше зацікавлені МСП, % МСП, які є членами хоча б однієї бізнес-асоціації



МСП будівельної галузі висловлюють особливо зацікавленість у деяких видах послуг від бізнес-асоціацій, зокрема, у інформаційних послугах та юридичній допомозі, а також у допомозі із пошуком торговельних партнерів в Україні. Сільськогосподарські МСП та ті, що працюють у секторі послуг, більше від інших зацікавлені в адвокації.

Рис. 107. Види послуг від бізнес-асоціацій, у яких найбільше зацікавлені МСП (за сектором), % МСП, які є членами хоча б однієї бізнес-асоціації



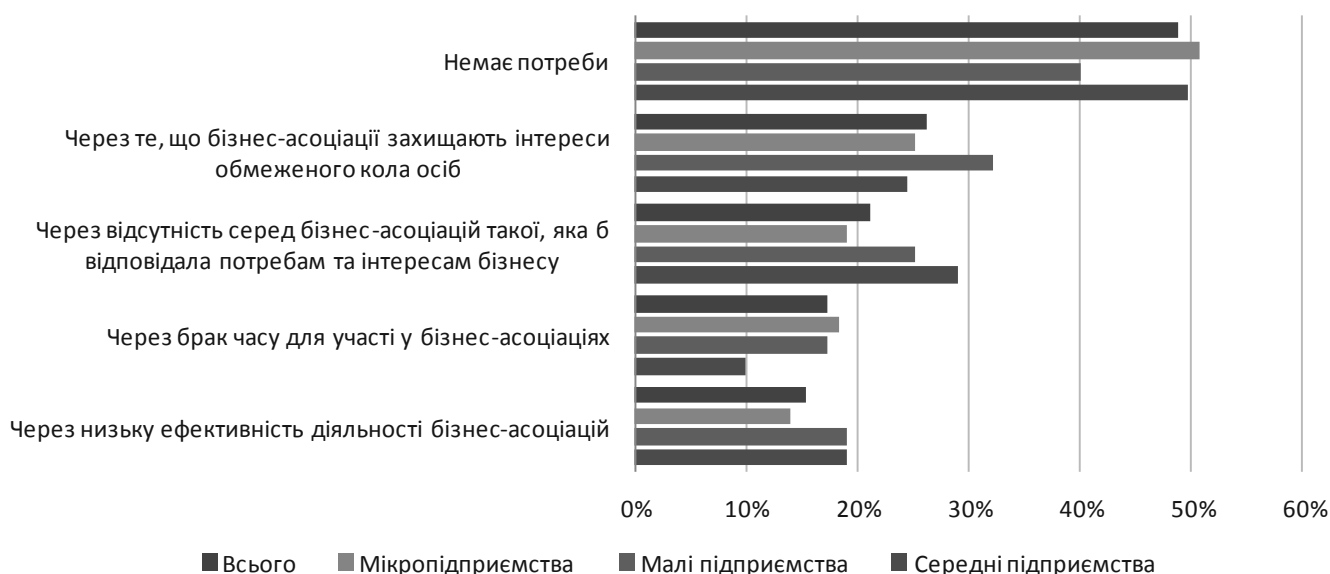
7.3 Причини того, чому МСП не беруть участь у діяльності бізнес-асоціацій

Підприємства, які не беруть участь у діяльності бізнес-асоціацій, не роблять цього, насамперед тому, що не мають потреби. Про це повідомила майже половина МСП, що не є членами жодної бізнес-асоціації (49%). При цьому для мікропідприємств та для середніх підприємств ця частка більша, ніж для малих підприємств.

26% представників МСП, що не входять до жодного ділового об'єднання, пояснюють це тим, що, на їхню думку, бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб. Ця точка зору найбільше розповсюджена серед малих підприємств, які не є членами бізнес-асоціацій, – так вважають 32% представників цих підприємств. 21% респондентів-керівників МСП, які не належать до бізнес-асоціацій, повідомили, що не можуть знайти бізнес-асоціації, яка б відповідала потребам їхнього бізнесу. Що більший розмір опитаних підприємств, тим більша частка з них вказує на цю причину. Так, якщо представники 19% мікропідприємств не бачать бізнес-асоціацій, які б підійшли їхнім потребам та інтересам, то відповідна частка серед малих підприємств становить 25%, а для середніх зростає до 29%.

17% респондентів, які представляють МСП, що не є членами бізнес-асоціацій, повідомили, що їм бракує часу для участі у цих асоціаціях, а 15% таких респондентів вважають, що діяльність бізнес-асоціацій недостатньо ефективна. При цьому представники мікро- та малих підприємств частіше, ніж представники підприємств середнього розміру вказують на брак часу для участі у діяльності ділових об'єднань, а середні та малі підприємства відрізняються від мікропідприємств тим, що респонденти із числа керівників середніх та малих підприємств більшою мірою скаржаться на низьку ефективність діяльності цих об'єднань.

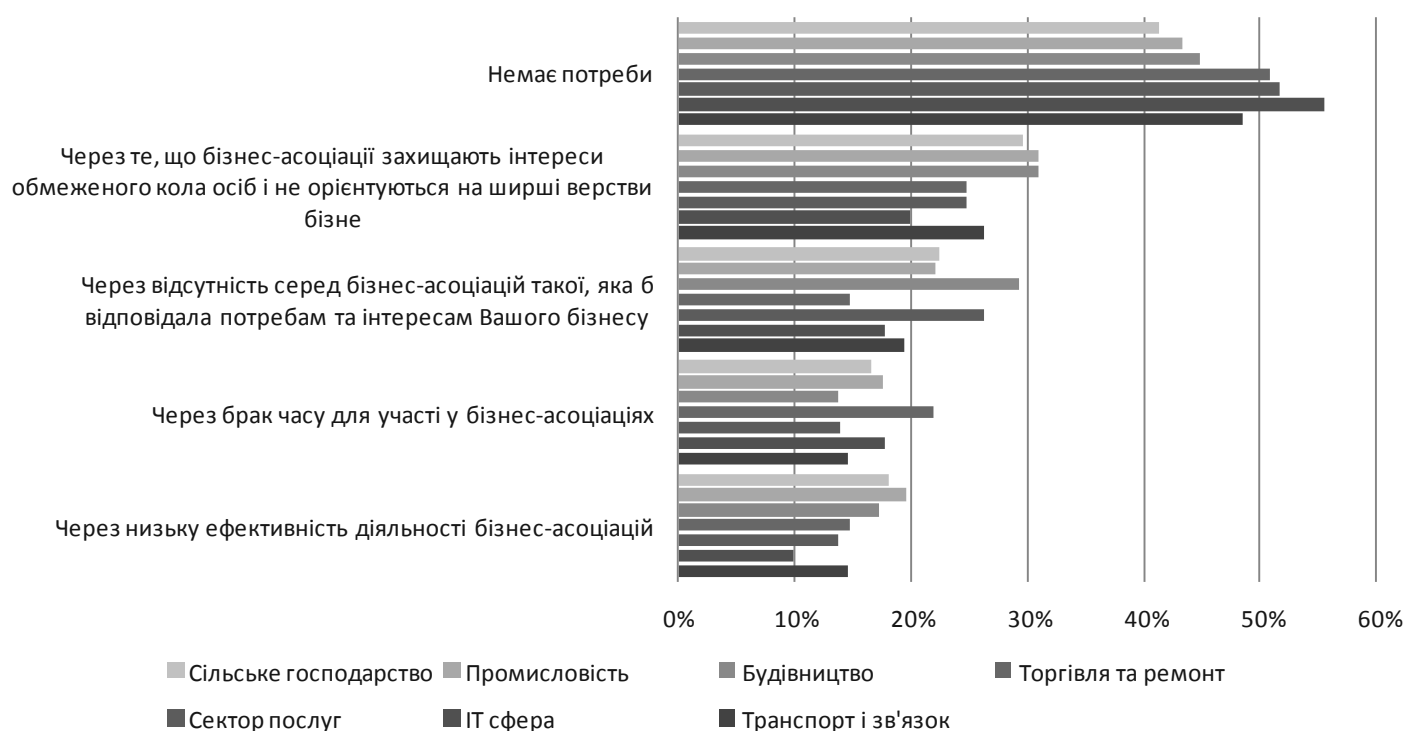
Рис. 108. Причини того, чому МСП не є членами бізнес-асоціацій (за розміром), % МСП, які не є членами жодної бізнес-асоціації



Серед МСП різних секторів, що не входять до бізнес-асоціацій, спостерігається певна різниця у причинах того, чому вони не залучені до таких асоціацій. Більше половини представників МСП у сфері ІТ, що не входять до жодної бізнес-асоціації, повідомили, що не мають у цьому потреби. Це найбільша частка серед МСП усіх секторів.

Найвищі частки респондентів, які вважають, що бізнес-асоціації захищають окремі інтереси, – серед МСП галузей будівництва, промисловості та сільського господарства. Ці частки дорівнюють або перевищують 30% від усіх МСП цих галузей, що не беруть участі у діяльності бізнес-асоціацій. Представники будівельної галузі та сектору послуг частіше від інших не можуть знайти такої асоціації, яка б відповідала потребам та інтересам їхнього бізнесу.

Рис. 109. Причини того, чому МСП не є членами бізнес-асоціацій (за сектором), % МСП, які не є членами жодної бізнес-асоціації



7.4 Висновки

- Участь у бізнес-асоціаціях не дуже поширена серед малого та середнього бізнесу України: лише 15% МСП є членами хоча б однієї такої асоціації (включаючи торгово-промислові палати та інші ділові об'єднання).
- Із збільшенням розміру підприємств збільшується рівень їх участі у бізнес-асоціаціях: якщо лише одне із десяти мікропідприємств є членом бізнес-асоціації, то серед малих підприємств – одне із п'яти, а серед середніх – одне із трьох.
- МСП, які входять до бізнес-асоціацій, найбільше зацікавлені у таких послугах цих асоціацій, як надання інформації (про ринки, про зміни законів, статистичної інформації тощо) та юридична допомога.
- Основні причини того, чому решта МСП не є членами бізнес-асоціацій – це те, що вони не бачать у цьому потреби, уявлення про бізнес-асоціації як про такі об'єднання, що захищають інтереси обмеженого кола осіб та брак таких бізнес-асоціацій, які б відповідали потребам та інтересам їхнього бізнесу.

8. Портрет МСП³³

8.1 МСП: визначення та кількість працівників

Згідно із визначенням малого та середнього підприємництва, яке міститься у Господарському кодексі України (стаття 55.3), до малих та середніх підприємств належать суб'єкти господарювання незалежно від форми власності, річний дохід яких не перевищує 50 млн. євро, а чисельність працівників не перевищує 250 осіб.

МСП поділяються на мікропідприємства, малі підприємства та середні підприємства залежно від чисельності працівників та річного доходу. Мікропідприємства – це ті, у яких працює до 10 осіб та річний дохід яких не перевищує 2 млн. євро. Малі підприємства – це ті, де працює від 11 до 50 осіб і річний дохід яких не перевищує 10 млн. євро. Середні підприємства – це ті, де працює від 51 до 250 осіб та річний дохід яких не перевищує 50 млн. євро. Для цілей цього дослідження ми розподіляємо підприємства за розміром на основі кількості працівників.

Згідно з результатами другої хвилі опитування, середній розмір МСП становить 22 особи (у 2015 середній розмір МСП становив 23 особи).

Середня чисельність працівників серед мікропідприємств, які взяли участь в опитуванні, – 4 особи (у 2015 році – 5 осіб).

Середня чисельність працівників серед малих підприємств, які взяли участь в опитуванні, – 24 особи (у 2015 році – 26 осіб).

Середня чисельність працівників серед середніх підприємств, які взяли участь в опитуванні, – 104 особи (у 2015 – 111 осіб).

На підприємствах, які є юридичними особами, зайняті в середньому 30 осіб (у 2015 році на них було зайнято 29 осіб), в той час як фізичні особи-підприємці в середньому працевлаштовують 3 особи (у 2015 році – 8 осіб).

8.2 Динаміка кількості працівників

У 2016 році продовжилась негативна тенденція зменшення кількості працівників на підприємствах сектору МСП. Проте, темпи скорочення їх чисельності сповільнились. Частка МСП, що скоротили кількість працівників, все ще перевищує частку тих, які збільшили їхню кількість, але якщо у 2015 році 44% опитаних МСП повідомили, що скоротили кількість працівників протягом останніх двох років, то у 2016 році ця частка зменшилась до 33%. У 2015 році у 36% МСП кількість працівників не змінилася, в той час як у 2016 році відповідна частка зросла до 45% МСП. Дещо зросла й частка МСП, які збільшили чисельність персоналу за попередні два роки: із 20% у 2015 до 22% у 2016 році.

За даними опитування 2016 року одне МСП у вибірці протягом двох попередніх років скоротило чисельність працівників у середньому на дві особи. Для порівняння, у 2015 році одне МСП скоротило чисельність працівників у середньому на 5 осіб. При цьому у 2016 році у фізичних осіб-підприємців ситуація з персоналом була кращою, ніж у підприємств-юридичних осіб усіх форм власності. Так, опитані ФОП переважно не змінили кількості найнятих працівників, тоді як мікропідприємства, які є юридичними особами, в середньому зменшили кількість своїх працівників на 1 особу, малі підприємства-юридичні особи – на 3 особи, а середні підприємства-юридичні особи скоротили персонал на 4 осіб.

³³ Цей розділ було написано у співавторстві із Анастасією Гулік, науковим співробітником ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій», асистентом аналітичного компоненту Програми USAID ЛЕВ, та Тетяною Заєць, дослідником-інтерном ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій».

Аналізуючи динаміку кількості працівників по регіонах найбільше їх скорочення спостерігаємо у Київській та Луганській областях (в середньому одне підприємство кожної області скоротило 7 осіб). У Харківській та Хмельницькій областях кількість працівників підприємств також значно зменшилася: в середньому одне підприємство кожної області скоротило по 4 особи. Регіони, для яких динаміка чисельності працівників була найкращою, – це Тернопільська, Закарпатська, Рівненська, Чернігівська та Івано-Франківська області. Тут МСП в середньому збільшили кількість працівників на 2 особи.

Таблиця 30. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за регіоном

Регіон	Середня зміна кількості працівників (2016)	Середня зміна кількості працівників (2015)	Медіана зміни кількості працівників (2016)	Медіана зміни кількості працівників (2015)
Вінницька обл.	-0,9	-4,9	0,0	0,0
Волинська обл.	-0,4	-1,0	0,0	0,0
Дніпропетровська обл.	-3,1	-16,0	0,0	-0,5
Донецька обл.	-0,6	-8,8	0,0	-2,5
Житомирська обл.	-0,2	4,0	0,0	0,0
Закарпатська обл.	2,1	-0,8	0,0	0,0
Запорізька обл.	-2,3	-5,2	0,0	0,0
Івано-Франківська обл.	1,7	-2,0	0,0	0,0
Київська обл.	-7,5	-2,4	0,0	0,0
Кіровоградська обл.	0,4	3,4	0,0	0,0
Луганська обл.	-6,7	-27,1	0,0	-3,5
Львівська обл.	-1,3	-5,0	0,0	0,0
Миколаївська обл.	-2,3	0,1	0,0	0,0
Одеська обл.	-2,0	-8,7	0,0	0,0
Полтавська обл.	-3,6	-2,9	0,0	0,0
Рівненська обл.	2,1	1,0	0,0	0,0
Сумська обл.	-2,6	0,7	0,0	-1,0
Тернопільська обл.	2,4	-1,2	0,0	0,0
Харківська обл.	-4,2	-4,3	0,0	0,0
Херсонська обл.	-1,0	-2,0	0,0	-1,0
Хмельницька обл.	-4,1	-0,3	0,0	0,0
Черкаська обл.	-3,3	-4,0	0,0	0,0
Чернівецька обл.	-2,9	-1,4	0,0	0,0
Чернігівська обл.	2,0	-6,3	0,0	0,0
м. Київ	-1,6	-6,2	0,0	-2,0
Всього	-1,9	-5,2	0,0	0,0

У секторальному вимірі найбільше скорочення кількості персоналу за попередні два роки відбулося у секторі будівництва: одне МСП цього сектору звільнило майже 6 працівників в середньому за попередні два роки. Досить значне зменшення кількості працівників було зафіксовано у сільськогосподарських МСП та МСП у секторі транспорту і зв'язку (там в середньому стало менше на чотирьох працівників у розрахунку на одне МСП протягом останніх двох років).

Приблизно двох працівників звільнило одне промислове підприємство та одне підприємство у секторі послуг за виключенням ІТ-сфери. Найменше скорочення чисельності персоналу торкнулося ІТ_сфери та сектор торгівлі та ремонту: у цих галузях на одному МСП за останні два роки в середньому стало менше приблизно на одного працівника.

8.3 Гендерний та віковий склад представників МСП

Для того, щоб дослідити гендерний аспект підприємництва в Україні, в опитуванні 2016 року респондентам було окремо задане запитання про стать керівника підприємства. Результати опитування демонструють, що 76% керівників МСП – чоловіки, а 24% – жінки. Найбільше жінок-керівників представлено у секторі послуг – вони є керівниками 34% МСП цієї сфери, а також у секторі торгівлі та ремонту, де жінки-керівники складають 28%.

Таблиця 31. Гендерний склад керівників МСП (за сектором)

Сектор	Чоловіки	Жінки
Сільське господарство	89%	11%
Промисловість	81%	19%
Будівництво	88%	12%
Торгівля та ремонт	72%	28%
Сектор послуг	66%	34%
ІТ сфера	84%	16%
Транспорт і зв'язок	84%	16%

Якщо говорити про стать респондента, тобто представника МСП, який відповідав на запитання інтерв'ю, то 53% з них – чоловіки, а 47% – жінки. Це співвідношення близьке до результатів 2015 року, коли відсоток опитаних чоловіків становив 51%, а жінок – 49%.

Середній вік опитаних – 45 років. У 2015 році їхній середній вік був таким же. При цьому середній вік опитаних чоловіків – 44 роки, а жінок – майже 46 років. Є різниця у віці представників МСП різних форма власності: середній вік фізичної особи-підприємця – 39 років, а представників підприємств-юридичних осіб – 47 років.

Вік респондентів різних регіонів, у яких проводилось дослідження, дещо відрізняється. Так, наймолодшими в середньому є респонденти Житомирської та Полтавської областей (в середньому їм по 43 роки), а також Чернігівської області (43,5 роки). Найстаршими є респонденти з Луганської (49 років), Сумської (47 років) та Херсонської (47 років) областей.

Таблиця 32. Вік респондентів (регіональний розподіл)

Область	Середній вік	ФОПи (Середній вік)	Юридичні особи (Середній вік)	Чоловіки (Середній вік)	Жінки (Середній вік)
Вінницька	43,9	39,2	46	43	45,1
Волинська	44,9	42,6	45,9	44,5	45,2
Дніпропетровська	45,4	39,7	47,1	43,8	46,9
Донецька	45,5	41,5	46,8	44,6	46,8
Житомирська	42,8	35,1	46,2	42,9	42,6
Закарпатська	44,4	38,9	48,2	43,8	45,1
Запорізька	45,1	38	48,9	41,1	48,5
Івано-Франківська	45,7	39,1	48,1	43,8	49,2
Київська	44,7	40,6	46,5	46,1	42,9
Кіровоградська	44,3	36,7	48,3	42	47,5
Луганська	48,9	38,7	51,3	48,9	49,1
Львівська	43,8	37,1	46,3	42,4	45,8
Миколаївська	45,8	38,8	48,3	46	45,6
Одеська	44,3	40,4	45,5	43,2	45

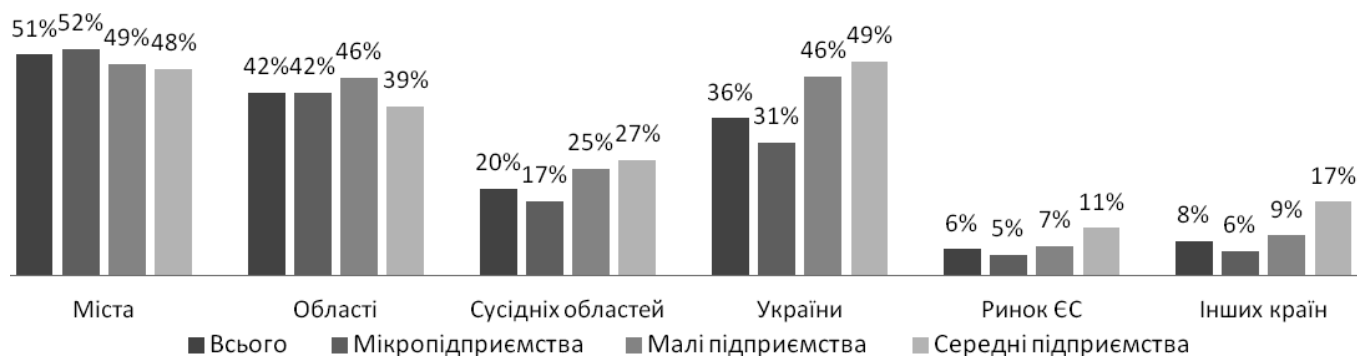
Область	Середній вік	ФОПи (Середній вік)	Юридичні особи (Середній вік)	Чоловіки (Середній вік)	Жінки (Середній вік)
Полтавська	43,2	36,3	46,5	44,7	41,5
Рівненська	44,2	38,7	47,4	42,7	47,5
Сумська	46,8	42,2	49,6	46,7	46,8
Тернопільська	43,9	36,9	47,2	42,4	45,8
Харківська	46,5	41,9	48,5	47,2	45,8
Херсонська	46,8	43,9	48,1	45,5	48,4
Хмельницька	44	37,8	46,2	42,4	45,5
Черкаська	44,5	37,2	47,8	45,5	42,9
Чернівецька	45,3	40,9	48	45,9	44,2
Чернігівська	43,5	36,4	48	42,7	44,4
м. Київ	44,5	38	47,2	42,9	46,7

8.4 Ринки, на яких працюють підприємства

Більшість МСП, які взяли участь в опитуванні, працюють на ринку свого міста чи області або на всеукраїнському ринку. Так, 51% МСП³⁴ повідомили, що працюють на ринку свого міста, 42% – області, а 35% – на загальноукраїнському ринку. При цьому частки МСП, що працюють на ринку міста та області, зросли у порівнянні з 2015 роком. Тоді відсоток підприємств, що працювали на ринку міста, становив 43%, а тих, що працювали на ринку області, – 32%. Частка МСП, що працюють на всеукраїнському ринку, не змінилася: як і у 2015 році вона складає 35%.

На ринку сусідніх областей працюють 20% МСП. Це більше, ніж у першій хвилі опитування (тоді ця частка складала 10% опитаних). Частка МСП, що працюють на ринках Європейського Союзу та інших країн (крім ЄС), не змінилася. Зокрема, у 2015 році 5% підприємств були представлені на ринку ЄС, а у 2016 році цей показник склав 6%. 7% МСП у 2015 році та 8% у 2016 році повідомили, що працюють на ринках інших держав. 12% опитаних – експортери, а 11% займаються імпортом.

Рис. 110. Ринки, на яких працюють опитані підприємства, % опитаних



Підприємства різних розмірів практично однаковою мірою представлені на місцевому ринку – тобто на ринку міста або області. На ринку сусідніх областей мікропідприємства працюють дещо рідше (17%), ніж підприємства малого (25%) та середнього (27%) розміру. Різниця між мікропідприємствами, з одного боку, та малими і середніми підприємствами, з іншого, ще більш помітна у випадку всеукраїнського ринку. Частка мікропідприємств, що

³⁴ У цьому запитанні можна було вказувати усі ринки, на яких працює підприємство.

працюють на цьому ринку, становить 31%, тоді як малих підприємств – 46%, а середніх – 49%. Ймовірність того, що підприємство представлене на ринках ЄС або інших країн, також збільшується із зростанням розміру МСП.

Промислові підприємства, а також ті, що працюють у секторах сільського господарства та транспорту і зв'язку, найбільше представлені на всеукраїнському ринку. Зокрема, у межах всієї України працює 54% промислових МСП, 48% МСП галузі транспорту та зв'язку та 44% сільськогосподарських МСП. Значна частина МСП ІТ-сектору працює на ринках країн ЄС (19%) та інших країн (33%).

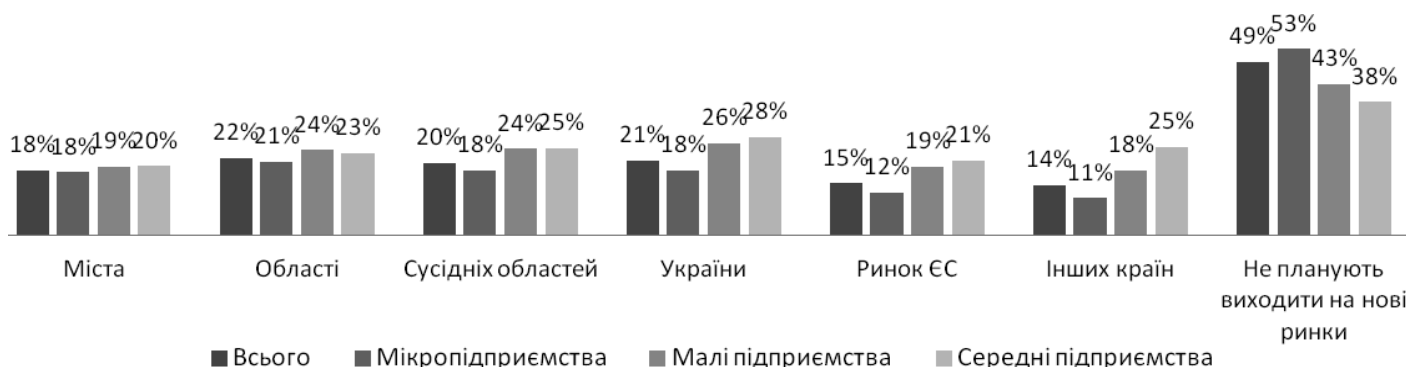
Таблиця 33. Ринки, на яких працюють опитані підприємства (за сектором), % опитаних

Галузь	Місто	Область	Сусідні області	Україна	Ринок ЄС	Інші країни
Сільське господарство	24%	58%	31%	44%	3%	5%
Промисловість	46%	47%	31%	54%	10%	14%
Будівництво	56%	57%	24%	31%	0%	4%
Торгівля та ремонт	57%	38%	15%	33%	2%	3%
Сектор послуг	63%	39%	13%	24%	5%	5%
ІТ сфера	31%	27%	15%	36%	19%	33%
Транспорт і зв'язок	45%	39%	27%	48%	15%	15%

8.5 Вихід на нові ринки

Більше половини опитаних (54%) вказали, що не планують виходити на нові географічні ринки протягом наступних двох років. Це підприємства, які точно не мають таких планів або ще не змогли запланувати свою діяльність на наступні два роки. У 2015 році відповідна частка була приблизно такою ж: 51% МСП. Серед тих підприємств, які мають намір виходити на нові ринки, 22% планують вийти на ринок області, 21% – на всеукраїнський ринок, а 20% – на ринки сусідніх областей. Крім цього, 18% МСП повідомили, що планують розширити діяльність на ринку свого міста, 15% планують вийти на ринок ЄС, а 14% – на ринки інших держав³⁵.

Рис. 111. Основні ринки, на які планують вийти підприємства, які взяли участь в опитуванні % опитаних



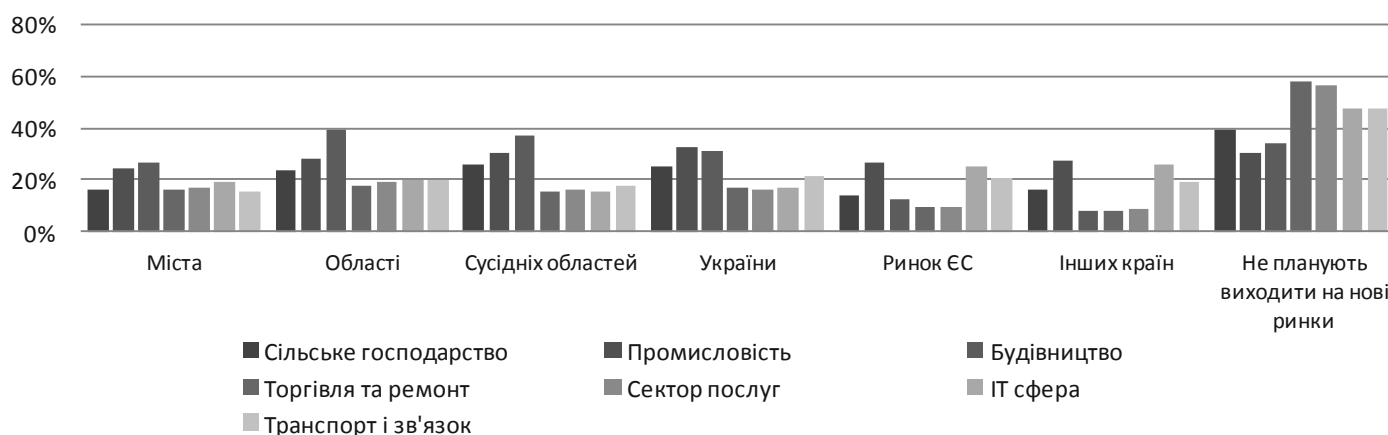
Як і в 2015 році, що більшим є розмір підприємств, тим більша ймовірність, що вони планують виходити на нові ринки. Це стосується як загальноукраїнського ринку, так і зовнішніх ринків. Так, 26% малих та 28% середніх підприємств повідомили, що планують вийти на загальноукраїнський ринок протягом двох наступних років. Відповідна частка мікропідприємств є меншою і становить 18%. На ринок ЄС планують вийти 19% малих, 21% середніх і лише 12% мікропідприємств. Плани щодо виходу на ринки інших держав (крім ЄС) стають більш поширеними пропорційно до

³⁵ У цьому запитанні можна було вказувати усі ринки, на які планує вийти підприємство.

збільшення розміру підприємств: якщо серед мікропідприємств частка тих, що планують вийти на ринки інших держав, становить 11%, то для малих підприємств вона зростає до 18%, а для середніх – до 25%.

Підприємства, що працюють у сфері сільського господарства, промисловості та будівництва, значно частіше планують вихід на нові географічні ринки в межах України (ринки міста, області, сусідніх областей та всеукраїнський ринок), ніж підприємства у сфері торгівлі та послуг. Однак МСП ІТ-сектору разом із промисловими МСП більшою мірою, ніж інші розглядають можливість виходу на ринки ЄС та інших країн. Разом з цим, у сфері торгівлі та ремонту, а також у сфері послуг (за виключенням ІТ-сектору) – найвищі частки МСП, що не планують виходити на нові географічні ринки протягом наступних двох років.

Рис. 112. Основні ринки, на які планують вийти підприємства (за сектором), % опитаних



8.6 Перешкоди для виходу на нові ринки

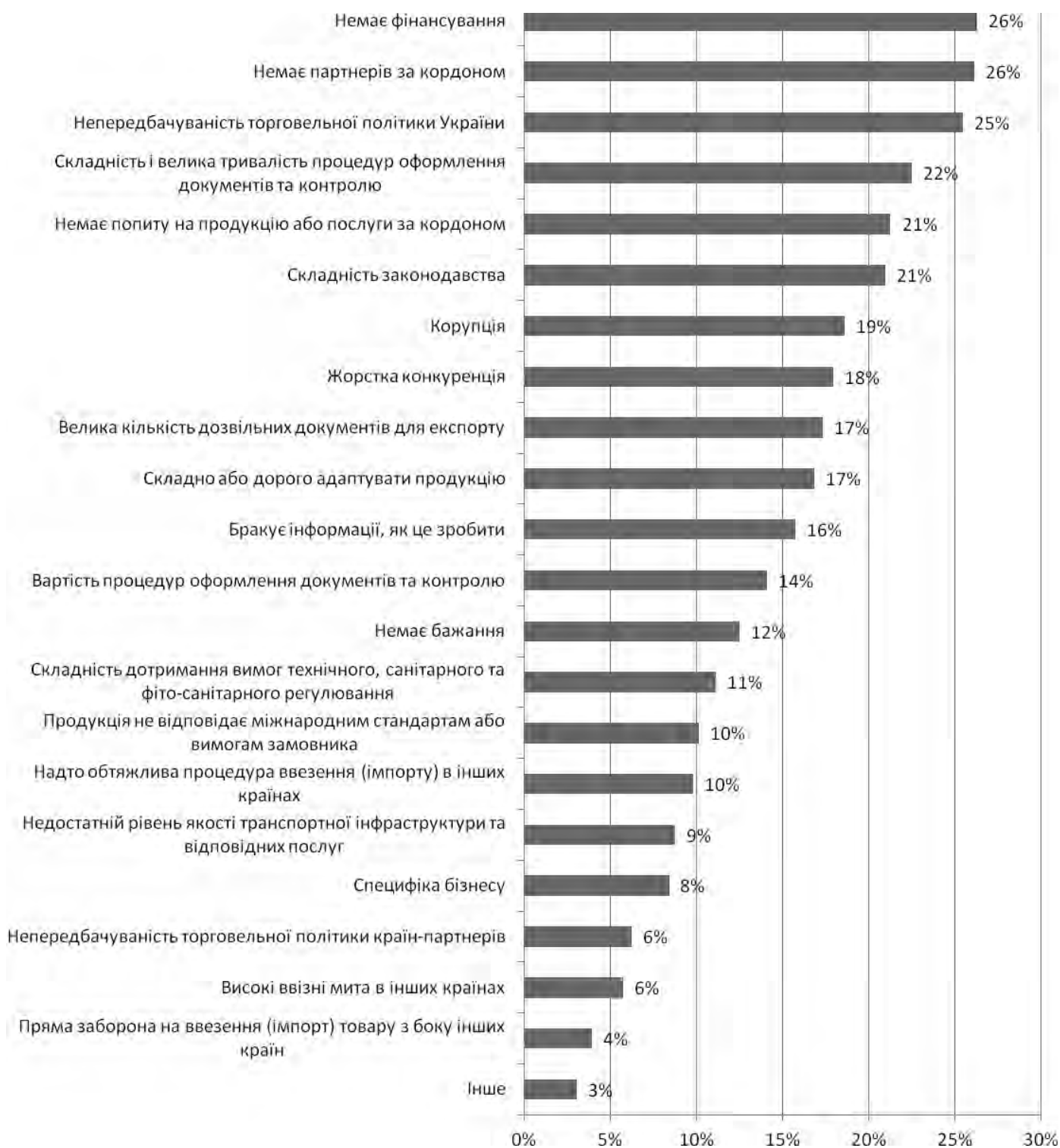
Підприємства, які не планують виходити на зовнішні ринки, назвали причини, які перешкоджають їм у такому розширенні. Брак фінансування та відсутність партнерів за кордоном – основні причини того, чому МСП не мають планів виходити на закордонні ринки. Ці причини назвали 26% підприємств, які не планують виходити на зовнішні ринки протягом наступних двох років. При цьому, якщо відсутність партнерів за кордоном перешкоджає середнім підприємствам більше, ніж малим та мікропідприємствам, то брак фінансування стає більш вагомим фактором із зменшенням розміру підприємств.

25% МСП повідомили, що їм перешкоджає непередбачуваність торговельної політики України. Одне із чотирьох МСП, що не планує виходити на нові ринки, пов'язує це із регуляторними чинниками. Так, 22% МСП вказали, що їх виходу на нові ринки перешкоджає складність та велика тривалість процедур оформлення документів та контролю, а 21% – складність законодавства. Така ж частка опитаних (21%) повідомили, що за кордоном немає попиту на продукцію або послуги їхнього підприємства. У середніх підприємствах частіше, порівняно з підприємствами іншого розміру, перешкодою для виходу на зовнішні ринки називають складне законодавство.

Причиною відсутності планів щодо виходу на нові географічні ринки для 19% МСП є корупція, а для 18% – жорстка конкуренція. При цьому корупція становить більшу перешкоду для мікропідприємств, ніж для малих та середніх підприємств. 17% МСП скаржаться на бюрократичні перешкоди – тобто на велику кількість дозвільних документів, необхідних для експорту. Для такої ж частки підприємств (17%) перешкодою стають складнощі або дорожня адаптації продукції для виходу на зовнішні ринки.

16% МСП вказали, що їм бракує інформації про те, як вийти на зовнішні ринки, а для 14% МСП, стримуючим чинником є висока вартість процедур оформлення документів та контролю. Ці дві перешкоди особливо актуальні для мікропідприємств.

Рис. 113. Перешкоди для виходу на нові географічні ринки, % опитаних

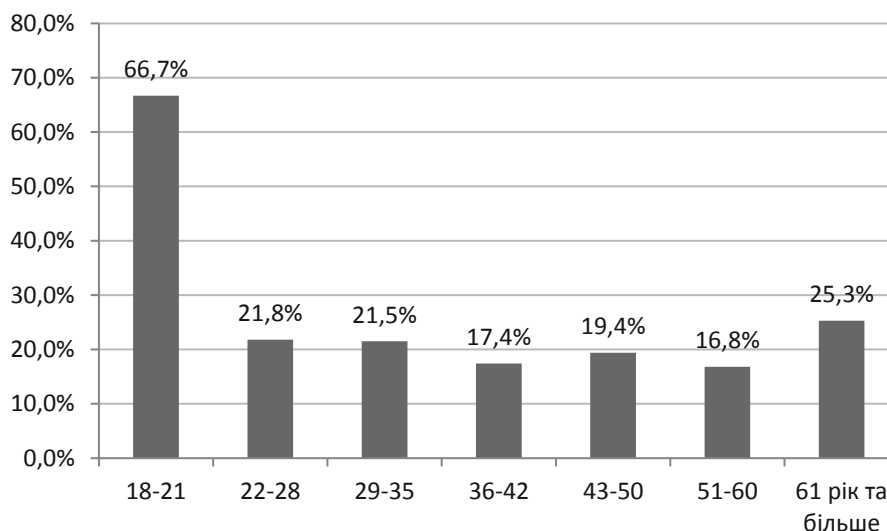


Частина підприємств пояснили відсутність планів щодо виходу на зовнішні ринки складним технічним, санітарним і фітосанітарним регулюванням (11%) та невідповідністю продукції міжнародним стандартам (10%). Крім цього, 12% МСП повідомили, що не мають бажання виходити на зовнішні ринки (це, переважно, мікропідприємства), для 8% – перешкодою для розширення підприємства на нові географічні ринки виступає специфіка його бізнесу.

Вставка 9. Брак партнерів: проблема для молоді та представників МСП пенсійного віку

Причини відсутності планів щодо виходу на зовнішні ринки не залежать від віку опитаних представників МСП, за виключенням однією причини – відсутність партнерів за кордоном. Так, серед опитаних представників МСП віком 18-21 років 66,7% вказують на цю причину, як перешкоду виходу на нові географічні ринки, тоді як серед інших вікових груп про таке зазначили не більше 20%. Більш того, відсутність партнерів за кордоном є першою причиною в рейтингу перешкод для розширення бізнесу в віковій групі 18-21-річні. Така ж ситуація характерна для представників МСП пенсійного віку: в групі 61 та більше років, брак партнерів посідає перше місце в рейтингу перешкод. Для інших вікових груп ця причина за вагомістю знаходиться від 2 до 5 місця.

Рис. 114. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки (залежно від віку респондентів), % опитаних

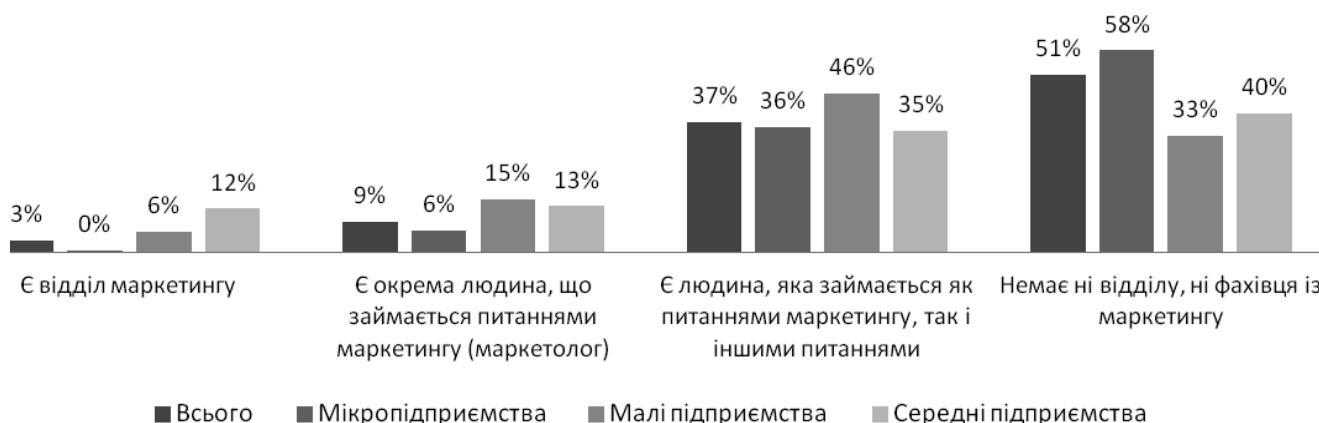


8.7 Маркетинг та бізнес-планування

Близько половини МСП, які взяли участь в опитуванні (51%), не мають ані відділу маркетингу, ані окремого співробітника, який би повністю або частково займався питаннями маркетингу на підприємстві. 37% МСП мають співробітника, який займається як питаннями маркетингу, так й іншими питаннями. У 9% МСП є маркетолог, тобто окрема людина, що займається виключно питаннями маркетингу, а окремий відділ маркетингу є у 3% МСП.

Найчастіше відділ маркетингу є у середніх підприємств: 12% з них мають такий відділ, тоді як серед малих підприємств відповідна частка дорівнює 6%, а серед мікропідприємств – є меншою за один відсоток. Також мікропідприємства рідше, ніж інші, наймають маркетолога: такий фахівець працює у 6% мікропідприємств порівняно із 15% малих та 13% середніх підприємств. У малих підприємствах маркетингову діяльність найчастіше виконує одна особа, яка поєднує її з іншими функціями.

Рис. 115. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за розміром), % опитаних



Відділ маркетингу найчастіше можна зустріти у промислових підприємствах: 8% опитаних МСП, що працюють у галузі промисловості, мають такий відділ. Крім цього, у промислових МСП частіше, ніж в МСП інших галузей, працює окремий фахівець-маркетолог (про це повідомили 16% промислових підприємств). У секторі сільського господарства та у сфері ІТ – найвищий відсоток МСП, які не мають ні відділу, ні фахівця з маркетингу. Відповідна частка серед сільськогосподарських МСП складає 62%, а серед МСП ІТ-сектору – 59%.

Таблиця 34. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за сектором), % опитаних

Галузь	Є відділ маркетингу	Є маркетолог	Є людина, яка займається як питаннями маркетингу, так і іншими	Немає ні відділу, ні фахівця з маркетингу
Сільське господарство	2%	3%	34%	62%
Промисловість	8%	16%	42%	34%
Будівництво	1%	10%	34%	54%
Торівля та ремонт	3%	8%	40%	49%
Сектор послуг	2%	7%	37%	55%
ІТ сфера	1%	11%	29%	59%
Транспорт і зв'язок	2%	10%	33%	55%

57% МСП повідомили, що мають бізнес-план або стратегію розвитку бізнесу, якої вони дотримуються. Зазвичай ця стратегія або бізнес-план розроблені на термін від 6 місяців до одного року – про це повідомили 46% МСП, які мають такі стратегічні документи. У 25% підприємств планування здійснене на термін від одного до трьох років вперед, а у 12% – від трьох до п'яти років. Решта МСП вказали інші терміни дії цих документів. Крім цього, 4% представників МСП, які мають бізнес-план або стратегію, повідомили, що ці документи не мають визначеного терміну дії.

Підприємства, які є юридичними особами, частіше розробляють бізнес-плани або стратегії (61%) порівняно із фізичними особами-підприємцями (49%).

8.8 Використання Інтернету для просування товарів та послуг.

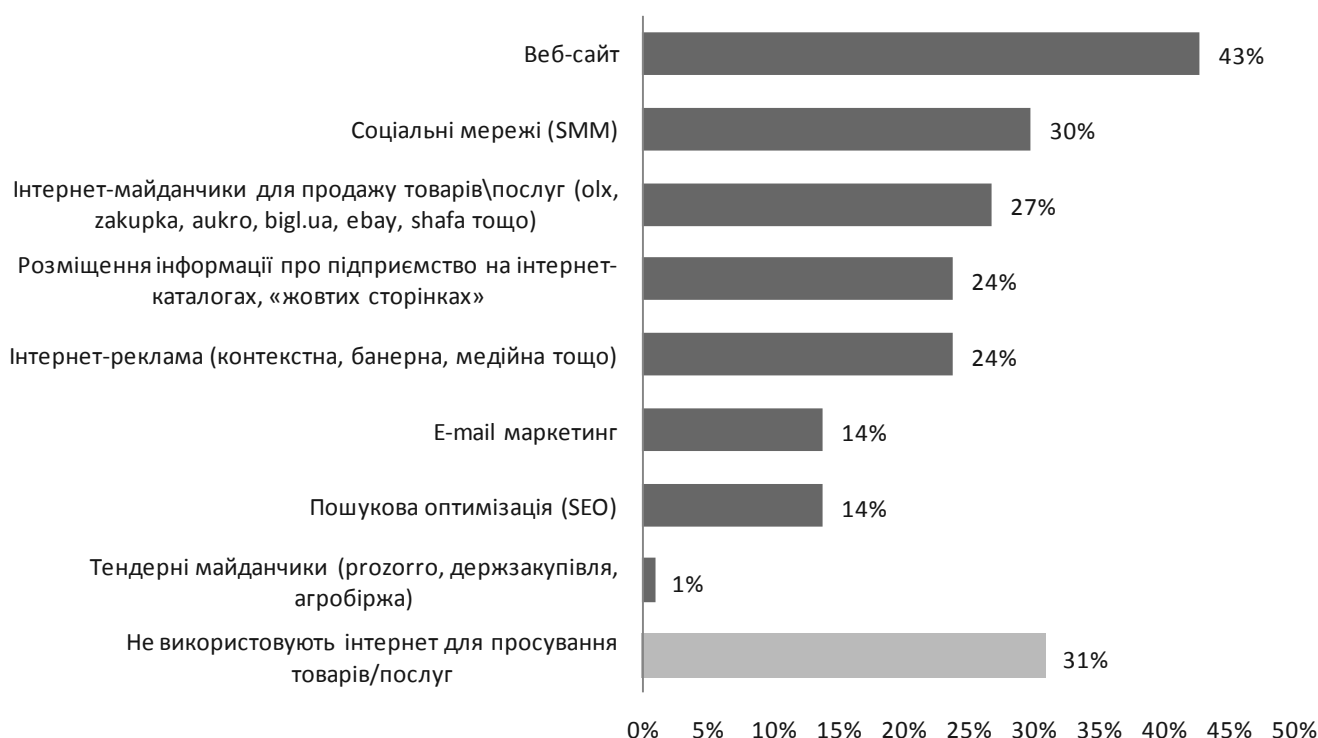
МСП використовують різноманітні канали для просування своїх товарів або послуг у мережі Інтернет. Зокрема, 43% МСП користуються власним веб-сайтом для розповсюдження інформації про свою діяльність, а 30% МСП здійснюють

просування свого бізнесу у соціальних мережах. 27% МСП користуються Інтернет-майданчиками для продажу товарів або послуг³⁶.

24% МСП оплачують рекламу в мережі Інтернет, у тому числі банерну та контекстну рекламу. Така ж частка МСП (24%) розміщує інформацію про своє підприємство в Інтернет-каталогах (так званих «жовтих сторінках») мережі Інтернет. 14% МСП використовують для просування пошукову оптимізацію і стільки ж – маркетинг за допомогою електронної пошти.

Крім цього, декілька МСП повідомили про те, що продають свої товари або послуги через тендерні майданчики на зразок ProZorro. 29% опитаних МСП не використовують Інтернет для просування товарів чи послуг.

Рис. 116. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують МСП для просування товарів або послуг, % опитаних

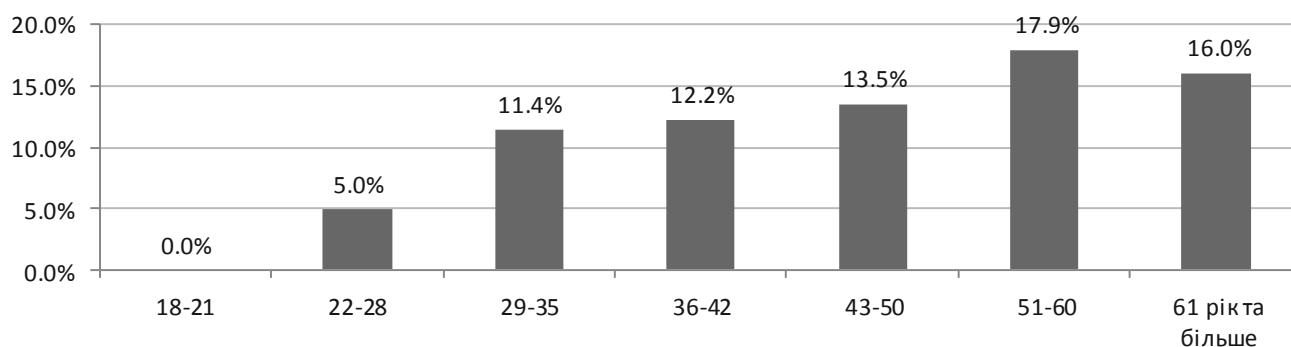


Вставка 10. Канали просування залежать від віку: приклад e-mail маркетингу

Використання більшості інтернет-комунікацій (маркетингу) залежить від віку. Наприклад, частка представників МСП, які повідомили, що застосовують e-mail маркетинг або direct mail— канал просування, що використовувався в минулому десятилітті досить активно, - є найбільшою для вікової групи від 51 року і старше. В той же час, учасники опитування віком 18-21 рік взагалі не зазначили, що на їх підприємствах використовується така технологія.

³⁶ Прикладами цих Інтернет-майданчиків є платформи olx.ua, zakupka.com, prom.ua, bigl.ua, ebay.com, shafa.ua та інші.

Рис. 117. Використання інструментів інтернет-комунікації (маркетингу) (залежно від віку респондентів), % опитаних



8.9 Структура споживачів та постачальників

Опитані МСП повідомили про те, хто виступає основним споживачем та постачальником для їхнього підприємства. У структурі споживачів МСП переважають інші підприємства/юридичні особи: вони є основним споживачем для 56% МСП. Для 41% МСП основними споживачами продукції або послуг є фізичні особи (населення), і лише у 2% МСП повідомили, що їх споживачами є фізичні та юридичні особи в однаковій мірі

Структура споживачів фізичних осіб-підприємців та підприємств-юридичних осіб є різною. Якщо фізичні особи-підприємці орієнтуються переважно на фізичних осіб, тобто населення (вони є основними споживачами для 66% ФОП), то споживачами підприємств-юридичних осіб виступають здебільшого інші підприємства/юридичні особи (65%).

Рис. 118. Порівняння структури споживачів і постачальників, % опитаних



Як для фізичних осіб-підприємців, так і для підприємств-юридичних осіб найчастіше основним постачальником виступають інші підприємства/юридичні особи. Водночас для одного з п'яти опитаних ФОП (20%) основним постачальником є фізичні особи (населення), тоді як серед юридичних осіб відповідна частка становить лише 3%. Крім цього, у 21% МСП повідомили про відсутність постачальників: їх не мають 25% ФОП та 19% підприємств-юридичних осіб.

Також у цьому опитуванні досліджувалось те, наскільки диверсифікованим є ринок та мережа постачальників для МСП. Для цього респонденти вказували, по-перше, відсоток від загального обсягу продажів, який припадає на їхнього основного клієнта, та, по-друге, відсоток від загального обсягу сировини та матеріалів або напівфабрикатів, який їхнє МСП отримує від свого найбільшого постачальника.

Структура споживачів МСП досить диверсифікована. У більш ніж половини МСП (52%) на основного споживача припадає менше 25% їхньої продукції або послуг. Так, 27% МСП повідомили, що на основного споживача припадає менше п'яти відсотків обсягу їхніх продажів або послуг, а у 25% МСП основний споживач купує від 5% до 25% продукції або послуг. У 16% МСП основний споживач забезпечує від 26% до 50% їх реалізації, і для такої ж частки МСП на основного споживача припадає більше 75% реалізації. У решти МСП (10%) основний споживач купує від 51% до 75% товарів або послуг.

Структура постачальників МСП також є диверсифікованою. Лише 16% МСП отримують від основного постачальника більш ніж 75% сировини або матеріалів. Для майже третини МСП (32%) один основний постачальник забезпечує від 5% до 25% сировини або матеріалів, у кожного четвертого МСП (25%) – цей показник становить від 26% до 50%. Решта МСП поділяються на майже рівні частки тих, кому основний постачальник забезпечує до 5% сировини або матеріалів, (14%) та тих, хто отримує від основного постачальника від 51% до 75% сировини або матеріалів (13%).

8.10 Пріоритети споживачів: якість або ціна?

МСП стараються забезпечити споживачам баланс між якістю та вартістю послуг. У запитанні про те, що важливіше для їхніх споживачів – якість чи вартість товарів або послуг підприємства – більше половини МСП (56%) повідомили, що і якість, і вартість важливі для їхніх споживачів однаковою мірою. 24% МСП вважають, що споживачі обирають їх завдяки високій якості товарів або послуг, а 20% МСП відзначають, що їхні споживачі орієнтуються, передусім, на доступну вартість товарів та послуг.

Рис. 119. Оцінка МСП того, що є визначальним для їхніх покупок: вартість чи якість товарів або послуг, % опитаних



Із збільшенням розміру підприємств зменшується частка опитаних, які вважають, що для їхніх споживачів вартість товарів або послуг більш важлива, ніж якість. Так, якщо керівники 22% мікропідприємств вважають, що саме вартість важливіша для їхніх споживачів, то серед керівників малих підприємств такої думки дотримуються 19%, а серед керівників середніх – 15%.

Так само збільшується частка респондентів, які однаково оцінюють важливість якості та вартості для споживачів. Зокрема, 52% керівників мікропідприємств відповіли, що для їхніх споживачів якість та ціна мають однакове значення. Відповідна частка серед керівників малих підприємств склала 60%, а середніх – 62%. Разом з цим, частка

респондентів, які вважають якість визначальною для споживачів, знаходиться на рівні від 21% до 25% у підприємствах різного розміру.

Таблиця 35. Оцінка МСП того, що є визначальним для їхніх покупців: вартість чи якість товарів або послуг (за сектором), % опитаних

Галузь	Якість товарів/послуг	Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	Вартість товарів/послуг
Сільське господарство	31%	54%	14%
Промисловість	24%	60%	15%
Будівництво	23%	59%	18%
Торгівля та ремонт	14%	59%	27%
Сектор послуг	27%	53%	19%
ІТ сфера	42%	48%	10%
Транспорт і зв'язок	22%	50%	28%

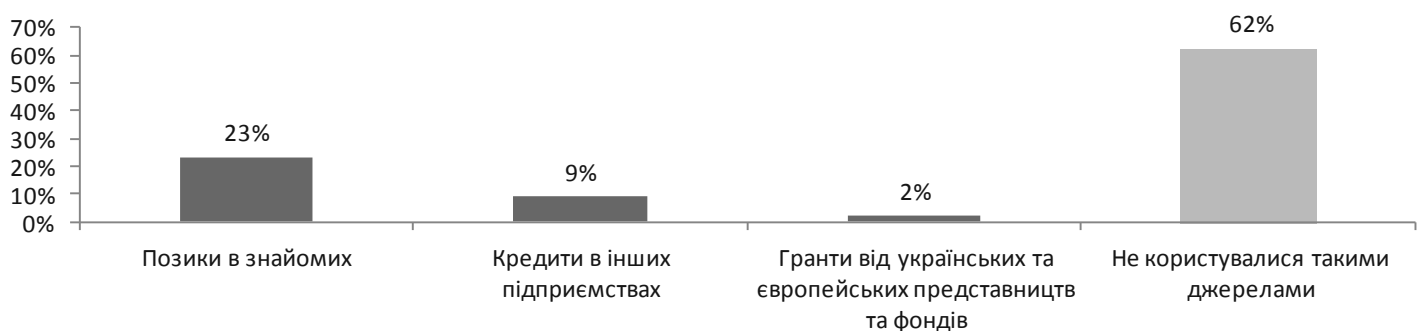
Підприємства ІТ-сектору найбільше впевнені у тому, що їхніх клієнтів цікавить, насамперед, якість послуг. Такої думки дотримується 42% МСП цієї сфери. Коли ж йдеться про сектор торгівлі та ремонту, а також про сектор транспорту і зв'язку, то тут частки МСП, які вважають, що вирішальне значення для споживачів має вартість товарів або послуг, найвищі: у секторі транспорту і зв'язку так вважає 28% опитаних, а у сфері торгівлі та ремонту – 27%.

8.11 Фінансування діяльності підприємств

В результаті опитування були з'ясовані джерела фінансування, які МСП залучають для своєї діяльності: вони можуть бути банківськими та небанківськими. Дві третини МСП (67%) не мають та ніколи не мали кредитних зобов'язань перед банком. 23% МСП не мали таких зобов'язань на момент опитування, але повідомили, що мали їх раніше. А 11% МСП мали кредитні зобов'язання перед банком на час проведення опитування.

Говорячи про небанківські джерела фінансування, у двох третинах МСП повідомили, що не користувалися такими джерелами. Найпоширенішим джерелом небанківського фінансування є позики у знайомих – так залучали фінансування 22% МСП. Найчастіше залучали позичені у знайомих кошти мікропідприємства (27%), рідше – малі та середні підприємства (18% та 7% відповідно). 9% МСП брали кредити в інших підприємств. Такі кредити залучали переважно малі (13%) та середні (13%) підприємства, тоді як серед мікропідприємств ці позики здійснювали 7,5%. Про інші джерела небанківського фінансування повідомили менші частки МСП.

Рис. 120. Джерела небанківського фінансування, % опитаних



Чотири з п'яти підприємств ІТ-сфери (80%) не користувалися джерелами небанківського фінансування. Це найбільша частка з-поміж підприємств різних секторів. МСП сільського господарства частіше від інших повідомили про те, що брали кредити в інших підприємств (18%). Позики у знайомих – це досить поширений спосіб залучати фінанси для

МСП різних секторів, особливо для МСП сфер транспорту і зв'язку (35%), сільського господарства (32%) та торгівлі і ремонту (30%).

Таблиця 36. Джерела небанківського фінансування (за сектором), % опитаних

Галузь	Позики в знайомих	Кредити в інших підприємствах	Гранти від українських та європейських представництв та фондів	Не користувалися
Сільське господарство	32%	18%	3%	47%
Промисловість	23%	12%	1%	57%
Будівництво	15%	9%	0%	72%
Торгівля та ремонт	30%	8%	0%	57%
Сектор послуг	13%	7%	3%	70%
ІТ сфера	10%	6%	2%	80%
Транспорт і зв'язок	35%	9%	2%	53%

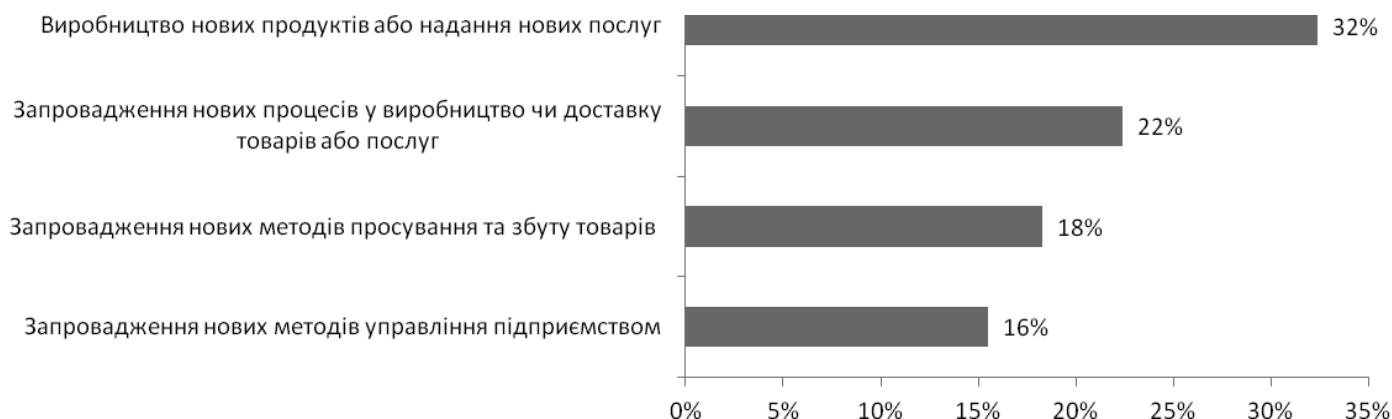
8.12 Інновації на підприємстві

56% МСП, які взяли участь в опитуванні, впровадили певні інновації впродовж останніх двох років. Найпоширенішою інновацією було виробництво нових продуктів або надання принципово нових послуг. Про такі нововведення повідомили 32% опитаних МСП. 22% підприємств запровадили нові процеси у виробництво чи доставку товарів або послуг, 18% – використовували нові методи при просуванні або збуті товарів, а 16% – запровадили нові методи управління підприємством.

При цьому половина підприємств (50%), які впроваджували певні інновації протягом двох останніх років, зазначили, що розробляли їх самі. 7% МСП повністю запозичили ці нововведення, а 42% – частково запозичили технології та підходи для інновацій, а частково розробили самі.

Спостерігається деяка різниця між МСП різного розміру у тому, які інноваційні заходи вони найчастіше впроваджували. Зокрема, серед малих підприємств більша частка тих, що почали виробляти нові продукти або надавати нові послуги. Про це повідомляють 43% малих підприємств порівняно із 30% мікропідприємств та 31% середніх. Натомість малі та середні підприємства частіше впроваджують нові процеси у виробництво чи доставку товарів або послуг, ніж мікропідприємства. Протягом двох попередніх років такі процеси впровадили 19% мікропідприємств, 28% малих та 30% середніх підприємств. Малі та середні підприємства також частіше впроваджують нові методи управління – про це повідомили 23% малих та 21% середніх підприємств порівняно із 12% мікропідприємств.

Рис. 121. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємстві, % опитаних



Промислові підприємства та підприємства сектору ІТ найчастіше повідомляють про те, що почали виробляти нові товари або надавати принципово нові послуги. Відповідна частка для МСП ІТ-сектору складає 46%, а для промислових МСП – 45%. Промислові та сільськогосподарські підприємства частіше від інших впроваджували нові процеси у виробництво чи доставку товарів: про це повідомили 36% промислових та 30% с/г підприємств.

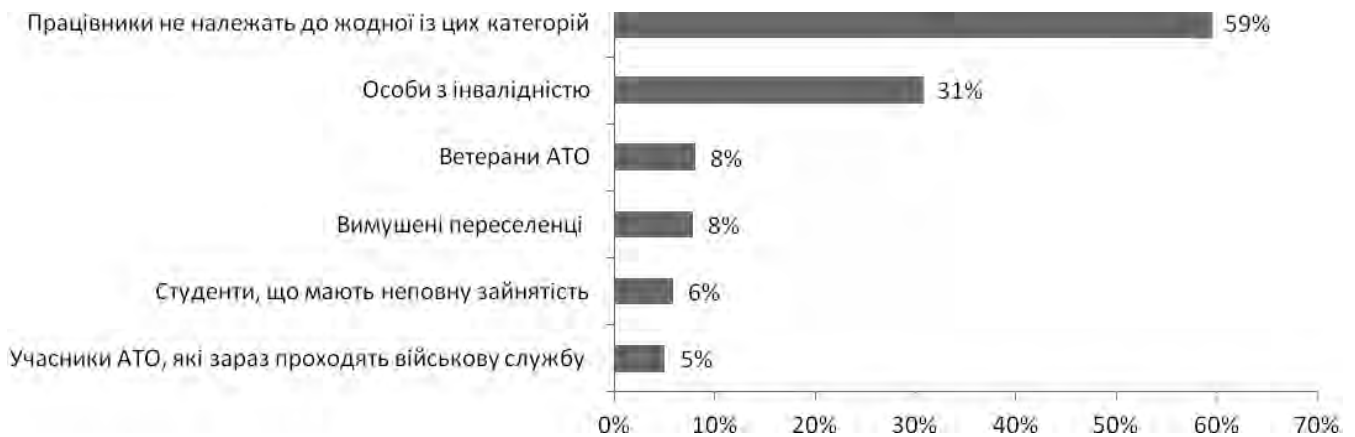
Таблиця 37. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємстві (за сектором), % опитаних

Галузь	Виробництво нових продуктів або надання нових послуг	Впровадження нових процесів у виробництво або доставку товарів або послуг	Впровадження нових методів просування та збуту товарів	Впровадження нових методів управління підприємствами
Сільське господарство	22%	30%	11%	14%
Промисловість	45%	36%	29%	15%
Будівництво	24%	12%	6%	9%
Торгівля та ремонт	30%	23%	24%	16%
Сектор послуг	32%	17%	14%	17%
ІТ сфера	46%	16%	18%	13%
Транспорт і зв'язок	22%	11%	8%	16%

8.13 Зайнятість окремих категорій громадян

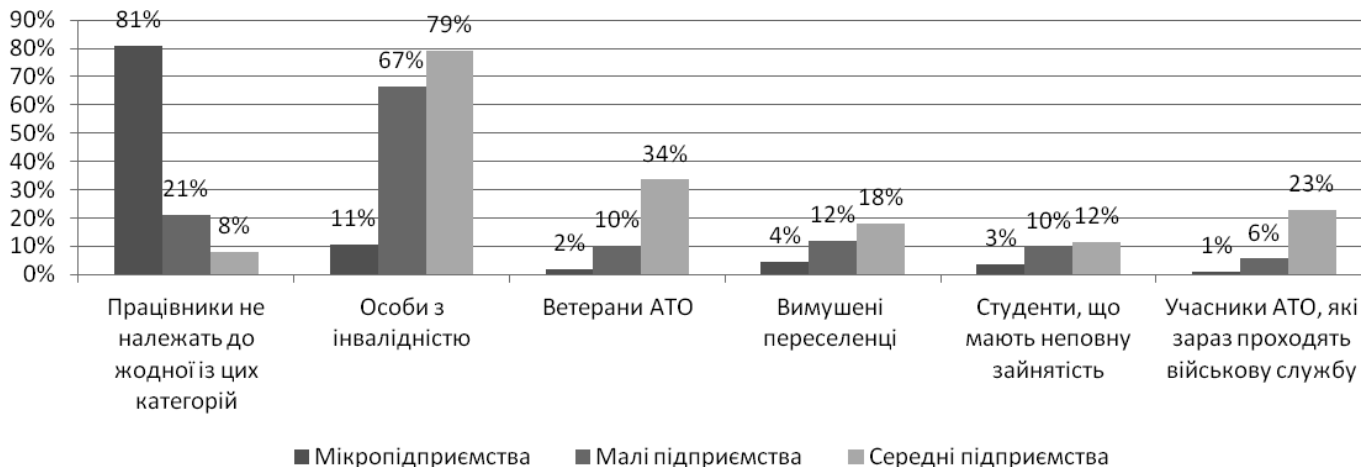
За результатами опитування близько третини МСП (31%) працевлаштовують осіб з інвалідністю, по 8% – ветеранів АТО та вимушених переселенців, яких вони взяли на роботу після початку окупації АР Крим та бойових дій на Сході України. У 6% МСП працюють студенти (із неповною зайнятістю), 5% – зберігали робоче місце за учасниками АТО, які проходили військову службу на момент опитування. Водночас у 59% МСП повідомили, що серед їхніх працівників не представлені громадяни жодної з вказаних категорій.

Рис. 122. Наявність окремих категорій громадян серед працівників, % опитаних



Мікропідприємства працевлаштовують громадян із перелічених категорій значно рідше, ніж підприємства малого або середнього розміру. Так, чотири із п'яти мікропідприємств (81%) вказали, що їх працівники не належать до жодної з перелічених категорій. Натомість, підприємства середнього розміру найчастіше працевлаштовують зазначені категорії громадян. Зокрема, 79% середніх підприємств працевлаштовують осіб з інвалідністю, 34% – ветеранів АТО, 23% – учасників АТО, які проходять військову службу, а 18% - вимушених переселенців. Також досить великою є частка малих підприємств, які працевлаштовують осіб з інвалідністю (67%). Щодо решти перелічених категорій громадян, малі підприємства працевлаштовують їх значно рідше, ніж середні.

Рис. 123. Наявність окремих категорій громадян серед працівників за розміром, % опитаних



Працевлаштування окремих категорій громадян залежить від форми власності підприємства. Найчастіше осіб з інвалідністю та ветеранів АТО працевлаштовують державні підприємства (66% державних підприємств повідомили, що працевлаштовують осіб з інвалідністю, а 21% – ветеранів АТО), підприємства у власності фізичних або юридичних осіб-іноземців (серед них 61% працевлаштовують осіб з інвалідністю, 18% - ветеранів АТО) та підприємства у спільній власності фізичних або юридичних осіб з України та іноземців (60% з них працевлаштовують осіб з інвалідністю та 17,5% – ветеранів АТО).

Дві останні категорії МСП дещо частіше за інших працевлаштовують студентів із неповною зайнятістю та вимушених переселенців. Зокрема, на 9% підприємств, що належать фізичним або юридичним особам-іноземцям, працюють студенти, а на 14% таких підприємств – вимушені переселенці. 10% підприємства у спільній власності фізичних або

юридичних осіб з України та іноземців працевлаштовують студентів, а 12,5% таких підприємств – вимушених переселенців. Крім цього, державні підприємства помітно більше, ніж усі інші МСП (19%), зберігали робоче місце для учасників АТО, які проходили військову службу на час проведення опитування.

8.14 Висновки

- Одне МСП працевлаштовує в середньому 22 особи, при чому фізичні особи-підприємці працевлаштовують в середньому 3 осіб, а підприємства-юридичні особи – 30 осіб.
- У 2016 році продовжилась негативна тенденція зменшення кількості працівників на підприємствах сектору МСП, але темпи скорочення їх чисельності сповільнились.
- Три чверті керівників МСП – чоловіки, одна чверть – жінки.
- МСП працюють переважно на місцевому ринку (міста або області).
- Більше половини МСП не планують виходити на нові географічні ринки протягом наступних двох років. Основні причини цього – брак фінансування, відсутність партнерів за кордоном та непередбачуваність торговельної політики України.
- 50% МСП мають або відділ маркетингу, або окремого співробітника, який повністю або частково займається питаннями маркетингу на підприємстві.
- 57% МСП мають бізнес-план або стратегію розвитку бізнесу, якої вони дотримуються.
- Більше половини МСП вважають, що для їхніх споживачів однаково важливими є як якість, так і вартість товарів або послуг.
- Дві третини МСП не мають та ніколи не мали кредитних зобов'язань перед банком.
- Більше половини МСП впродовж останніх двох років впровадили інновації у виробництво, надання послуг, просування, управління тощо
- Приблизно один із десяти опитаних займається імпортом або експортом.
- Близько третини МСП працевлаштовують осіб з інвалідністю.

9. Діловий клімат та очікувані реформи: погляд молодих підприємців

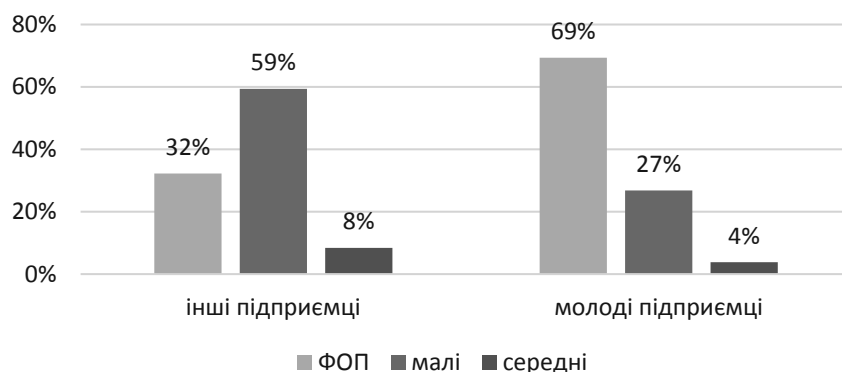
9.1 Молодь у малому та середньому підприємництві: основні показники

Участь молоді у підприємницькій діяльності є важливим чинником розвитку сектору МСП, який сприяє перетворенню цього сектору в реальний «драйвер» економічного зростання. Щоб сформулювати чітке уявлення про сучасні тенденції у розвитку МСП, важливо розуміти та брати до уваги при формулюванні політики потреби саме молодих підприємців. В цій частині звіту представлено оцінки та очікування молодих підприємців, проблеми та виклики з якими вони стикаються, а також заходи з державної політики розвитку МСП, які найбільш важливі для них.

Молоді підприємці, яких ми вивчаємо у цьому дослідженні, – це власники й керівники опитаних МСП віком 18-35 років. Їх частка серед усіх респондентів складає 16%.

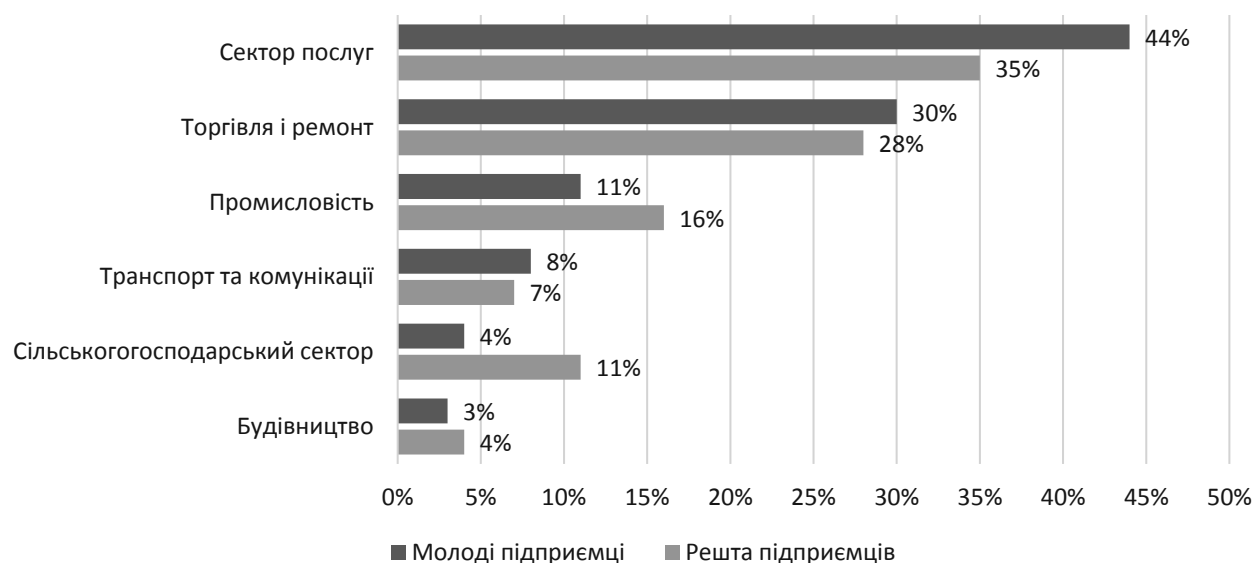
При порівнянні підприємств, керівниками яких є молодші та старші особи, бачимо що найпоширеніший різновид підприємств для молодих підприємців – це фізичні особи-підприємці. Так, 69% опитаних молодих підприємців – це ФОП. Серед інших підприємців ті, що обрали ФОП як форму власності підприємства, складають 32%. Відповідно, серед МСП, якими керують молоді підприємці, менше малих і середніх підприємств-юридичних осіб, що може вказувати на їх нетривалу діяльність у бізнесі.

Рис. 124. Розмір МСП залежно від віку підприємця, % МСП



Також молоді підприємці частково відрізняються галуззю діяльності, у якій працюють їхні МСП. Зокрема серед цих МСП є суттєво більшою частка у секторі послуг, включаючи сферу ІТ (вона складає 44% для МСП, керівниками яких є особи до 35 років, тоді як серед інших відповідна частка становить 35%). Натомість частки МСП із молодими керівниками, є меншими, ніж частки інших підприємств у таких секторах, як промисловість (11%, а інші – 16%) та сільське господарство (4%, інші – 11%). Такі відмінності чітко показують тенденції зміни основних сфер зайнятості постіндустріальної доби.

Рис. 125. Основний вид діяльності підприємства, % МСП



9.2 Інновації та інтернет-комунікації

Ще одним важливим аспектом аналізу молодіжного підприємництва є фактор інновацій. Бачимо, що у загальному молоді підприємці (як і решта) найчастіше повідомляють про те, що впроваджували нові послуги чи виробляли нові продукти за останні 2 роки. При цьому частка молодих підприємців, що запроваджували нові процеси у виробництво або доставку товарів чи послуг, нижча, ніж серед старших (20%, тоді як для старших підприємців – 27%). Проте молоді підприємці частіше від інших впроваджували такі інновації, як нові методи просування або збуту товарів (24% МСП), і нові методи управління (22% МСП). Отож, молоді підприємці дещо більше концентруються не стільки на самому товарі чи послугі, скільки на нових методах їх продажу й інноваційних методах сучасного управління.

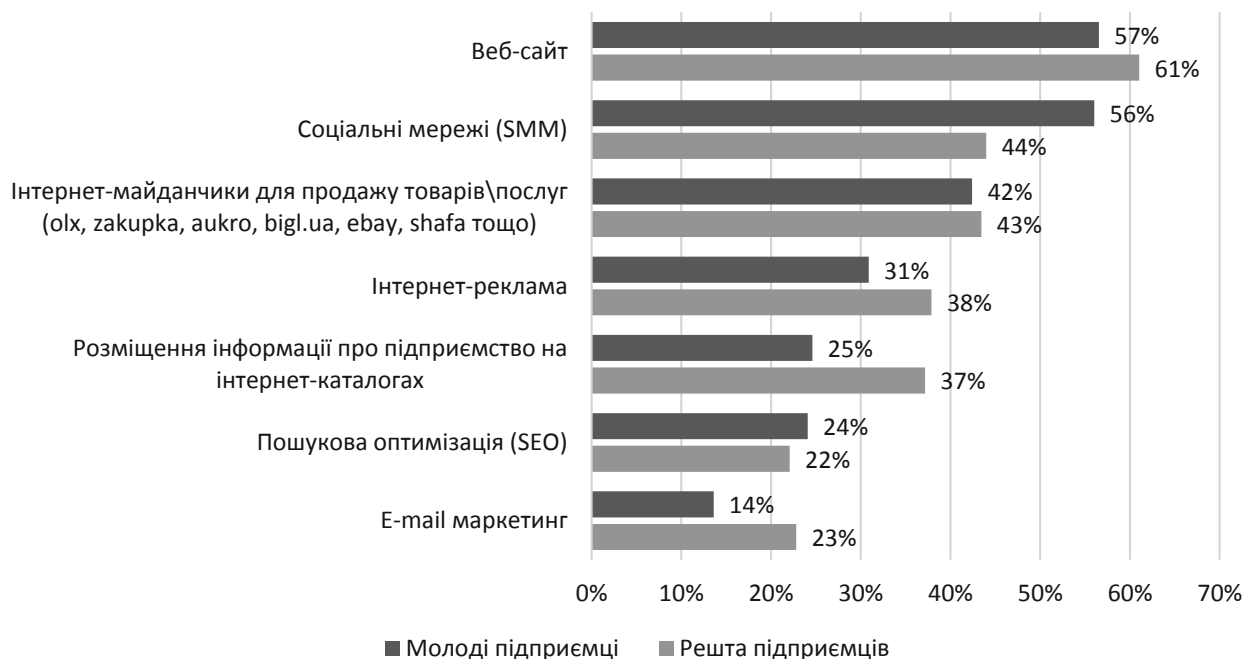
Рис. 126. Інноваційні заходи, що впроваджуються на підприємстві, % МСП



Також можна передбачити, що молоді підприємці більшою мірою використовують для свого бізнесу сучасні інтернет-комунікації. Проте, аналіз результатів опитування не показує значущих відмінностей у цьому розрізі. Хоча якщо веб-сайти й інтернет-майданчики молоді підприємці використовують приблизно настільки часто, як і інші підприємці, то ось у використанні соціальних мереж молоде покоління підприємців активніше: 56% користуються цими

інструментами для просування товарів або послуг, в той час коли серед інших підприємців ця частка становить 44%. Це можна вважати передбачуваним, зважаючи на порівняно нижчий середній вік користувачів сучасних соціальних мереж. Проте, використання інтернет-реклами та інтернет-каталогів у молодих підприємців є меншим, можливо з огляду на більшу вартість цих ресурсів.

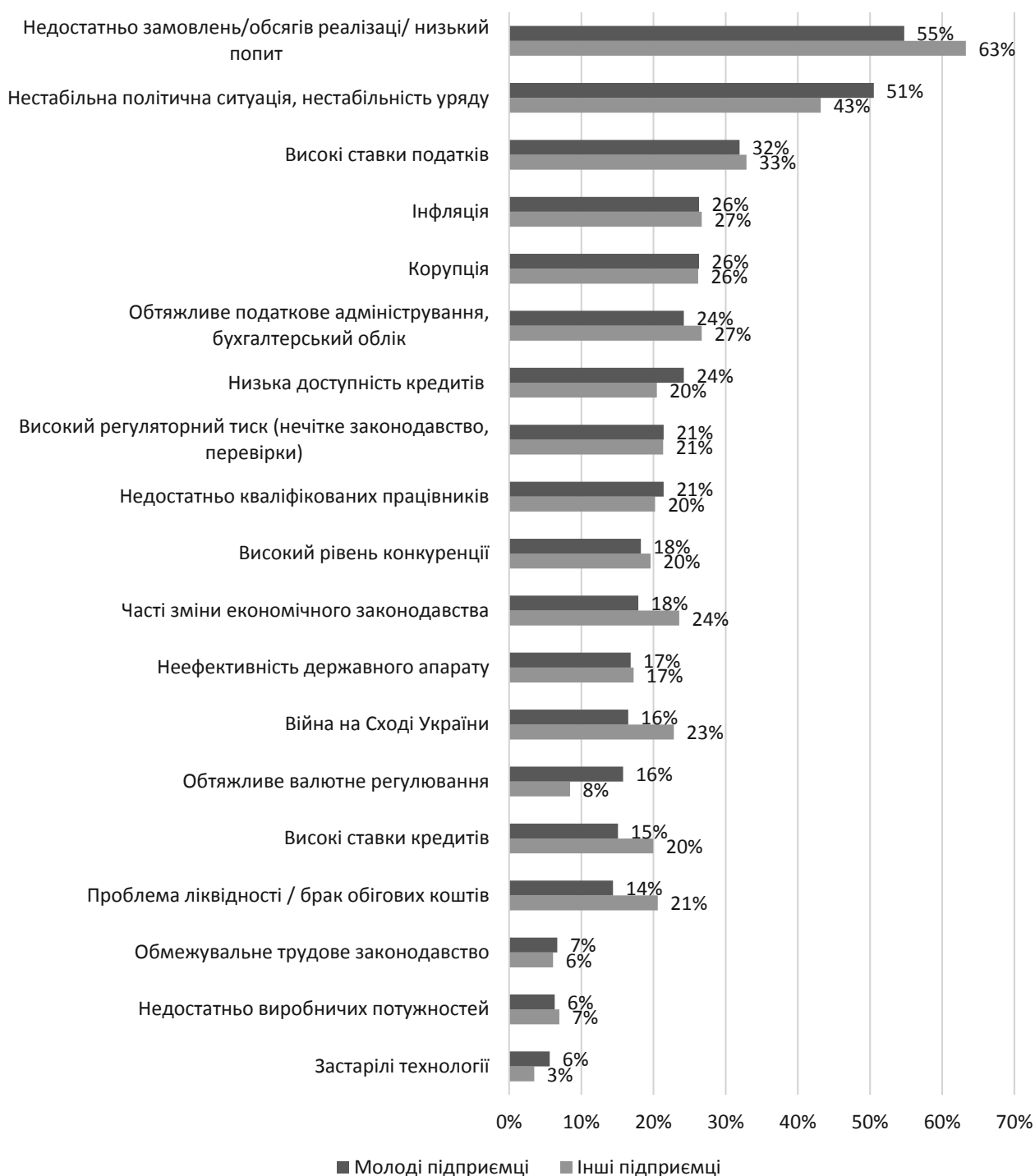
Рис. 127. Використання інтернет-комунікацій для просування товарів / послуг МСП залежно від віку підприємця, % МСП



9.3 Фактори, що обмежують зростання МСП

Серед факторів, що обмежують зростання бізнесу для молодих підприємців (як і для решти), першим у рейтингу є брак попиту. Однак серед МСП, керівниками яких є молодь, із цією перешкодою стикаються 55%, в той час як для решти підприємств відповідна частка більша: 63%. З іншого боку, для молодих підприємців суттєвішою проблемою є нестабільна політична ситуація: 51% опитаних підприємців віком до 35 років вказали, що ця проблема перешкоджає розвитку їхнього МСП. Серед інших опитаних ця частка склала 43%. При цьому війна на Сході України зачіпає молодих керівників МСП менше (це перешкода для 16% МСП, керівниками яких є молоді люди, та для 23% решти МСП). Також молоді керівники бізнесу надають дещо більшої уваги таким питанням, як валютне регулювання і доступність кредитів. Приблизно однакові частки молодших та старших підприємців переймаються проблемами інфляції, корупції, регуляторного тиску й податків. Всі інші ж наведені перешкоди для розвитку бізнесу мають менше значення для молодих підприємців порівняно із старшими.

Рис. 128. Фактори обмеження зростання бізнесу, % МСП

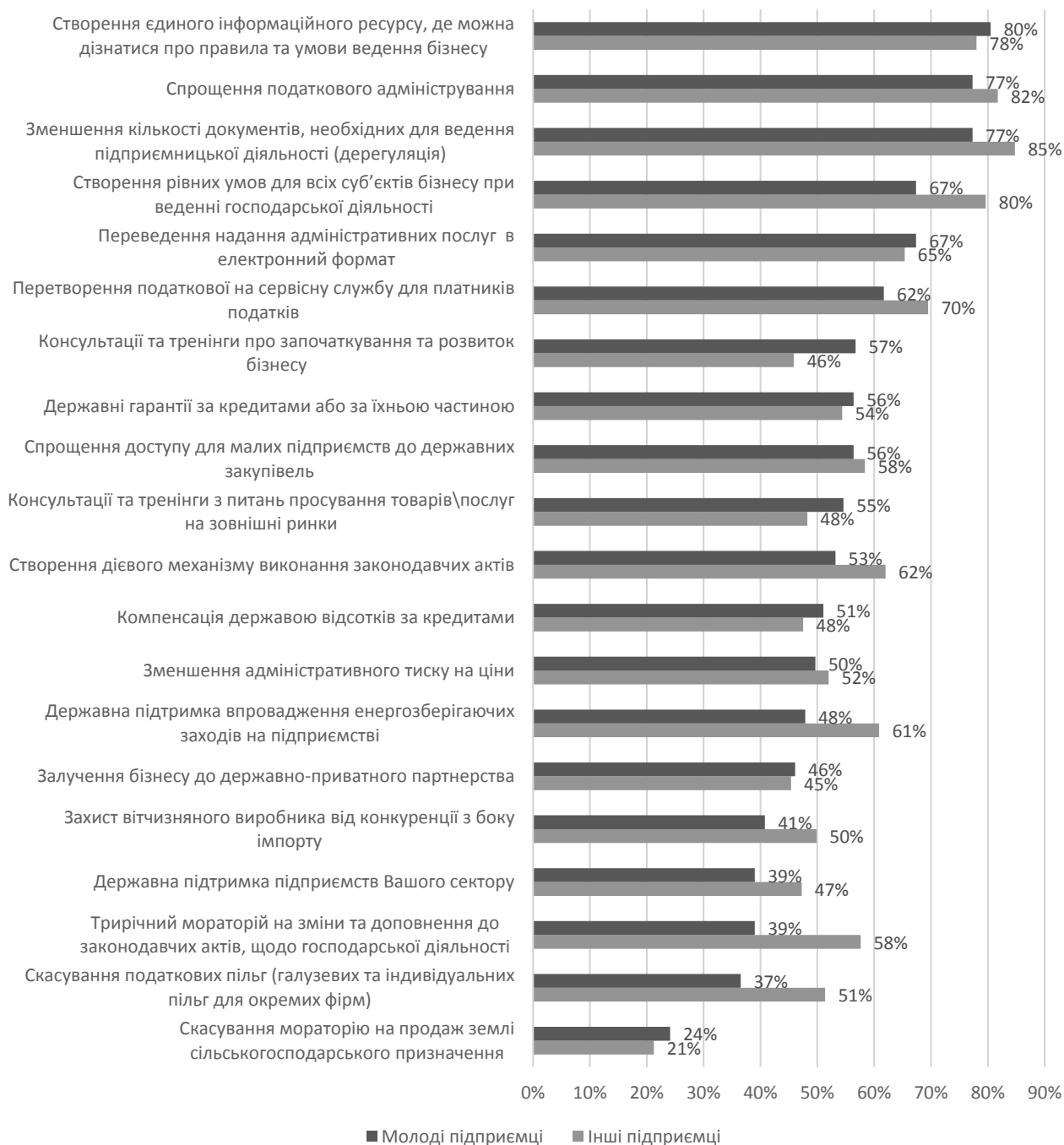


9.4 Очікувані заходи державної політики із підтримки МСП

В очікуваннях від державної політики молодь також демонструє деяку відмінність. Більшість із заходів, які, на думку молодих підприємців, повинна вжити держава для підтримки МСП, є релевантними і для інших представників бізнесу. Це, скажімо, створення єдиного інформаційного ресурсу щодо питань із ведення бізнесу, чого чекає від держави 80% молодих керівників МСП, та спрощення системи оподаткування, якого очікують 72% з них. Варто зазначити, що очікування молоді з приводу зрівняння можливостей для всіх суб'єктів бізнесу є нижчими, ніж для

решти опитаних (цього очікує 67% молодих підприємців порівняно із 80% серед решти підприємців). Також підприємці молодого віку суттєво менше очікують впровадження тимчасового мораторію на зміни законодавчих актів (за це висловилися 39% з них, в той час як для підприємців старшого віку відповідна частка складає 59%) й скасування податкових пільг (37%, коли серед решти підприємців – 51%). Проте, це не означає, що молоді підприємці більш охоче підтримують соціальний протекторат від держави. Адже з іншого боку, молоді підприємці меншою мірою, ніж інші, очікують від держави захисту вітчизняного виробника, підтримки сектору, у якому працюють їх підприємства, а також підтримки впровадження енергозберігаючих заходів.

Рис. 129. Очікувані заходи державної політики з підтримки бізнесу, %МСП



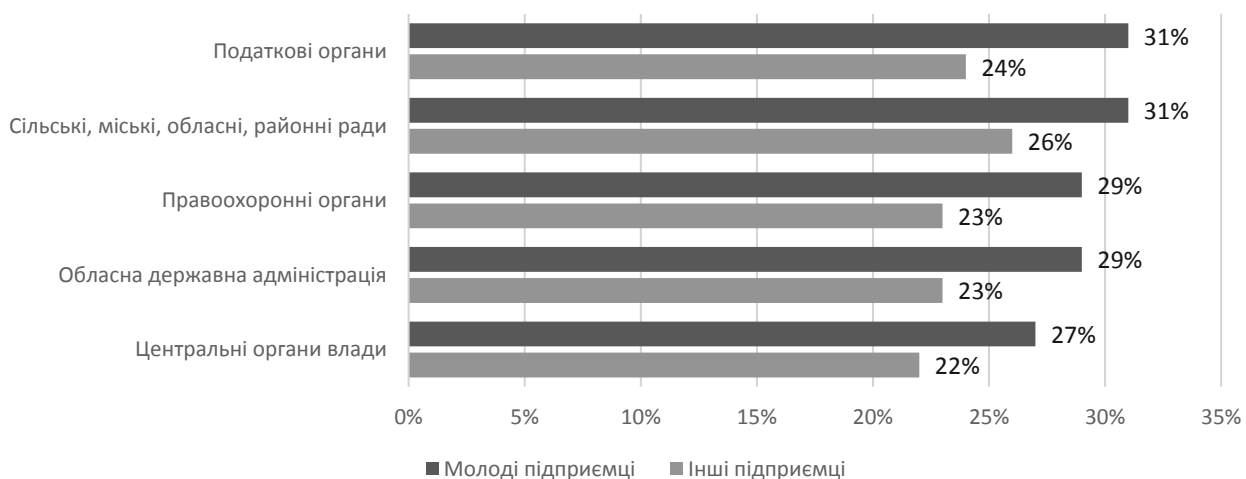
Разом з цим, молоді підприємці частіше за інших хотіли б, щоб держава надавала консультації та тренінги із ведення бізнесу, що вказує на пошук вектору діяльності молодими підприємцями, часткову нестачу досвіду й слідування європейським тенденціям державного консультування.

9.5 Взаємодія влади та бізнесу

Що ж стосується інших аспектів ведення бізнесу, то цікаво було б прослідкувати відмінності в уявленнях молодшого та старшого покоління підприємців щодо відносин між бізнесом та владою. Зокрема, можна було б сформулювати гіпотезу, що молодь є більш налаштованою на рух до прозорої системи взаємодії між владою та бізнесом. Проте у розподілі відповідей на запитання про важливість наявності неформальних стосунків з органами влади бачимо протилежну ситуацію.

Так, молоді підприємці частіше за інших вважають, що потрібно підтримувати неформальні відносини із різними органами влади. Зокрема такі зв'язки із податковими органами більш важливі для молодих підприємців (31%), ніж для решти (24%). Подібна ситуація і з місцевими радами, ОДА і центральними органами влади. Це вказує на те, що наявну ситуацію з прозорістю відносин влади і бізнесу молоді підприємці оцінюють більш скептично і вважають неформальні відносини з владою більш важливими.

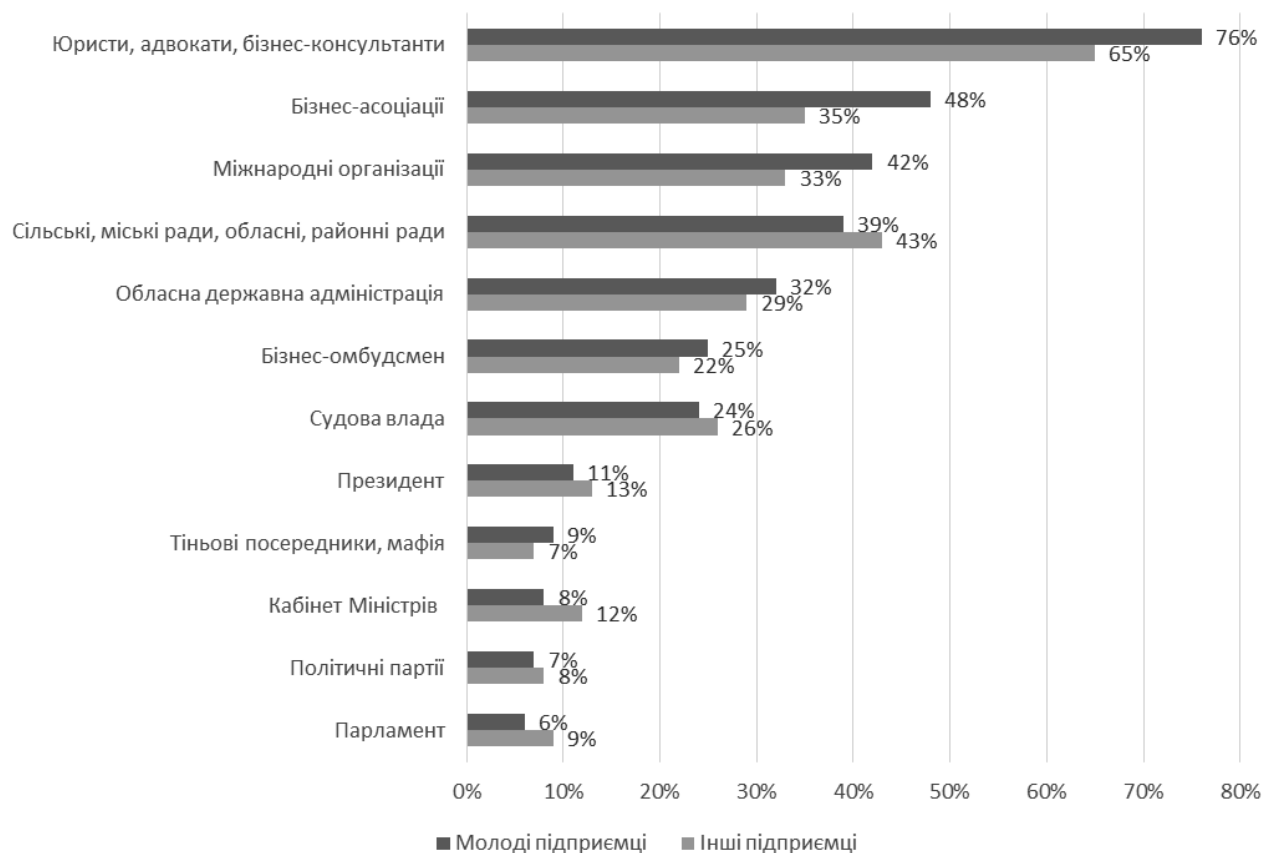
Рис. 130. Важливість наявності неформальних стосунків з представниками різних органів влади для підприємців, % МСП



Крім цього, можна побачити різницю між підприємцями молодшого та старшого віку у готовності звернутися до державних й недержавних інституцій щодо питань, які стосуються ведення бізнесу. Так, наприклад, молоді підприємці суттєво більше зазначають, що звернулися б по допомогу до приватного сектору, тобто до юристів, адвокатів та бізнес-консультантів. Зокрема, до них готові звернутися по допомогу 76% підприємців віком до 35 років, тоді як серед старших підприємців ця частка нижча: 65%.

Подібні відмінності можна побачити і у готовності звертатися до бізнес-асоціацій (про це повідомили 48% молодих підприємців і лише 35% решти підприємців) та до міжнародних організацій (до них готові звернутися 42% молодих та 33% старших підприємців). Таку різницю можна пояснити наявним досвідом у молодих підприємців, практикою приватного консультування, більшою довірою до приватного сектору як ознаки капіталізму, і меншою – до державного сектору. У молоді довіра до громадського і приватного сектору проявляється дещо помітніше. Місцевим радам молоді підприємці довіряють дещо менше, ніж інші, а решті органам влади – приблизно на однаковому рівні із старшими підприємцями.

Рис. 131. Рейтинг інститутів та організацій до яких підприємці звернулися б для вирішення питань, які стосуються ведення бізнесу, % МСП



9.6 Оцінка фінансово-економічного становища МСП та загальноекономічного середовища

Молодь розглядає фінансово-економічну ситуацію своїх підприємств дещо краще, ніж старше покоління підприємців. Зокрема, 21% молодих підприємців вважає фінансово-економічну ситуацію на своєму МСП доброю. Для порівняння, серед підприємців, старших 35 років, ця частка менша: 13%.

Різниця в оцінках стає ще помітнішою, коли йде мова про оцінку загальноекономічного середовища. Наприклад, серед молодих підприємців менше тих, хто оцінює його як погане (30%, коли серед інших – 47%), а більше тих, хто оцінює загальноекономічне середовище як добре (17%, серед решти – лише 7%).

Рис. 132. Оцінка фінансово-економічного становища МСП

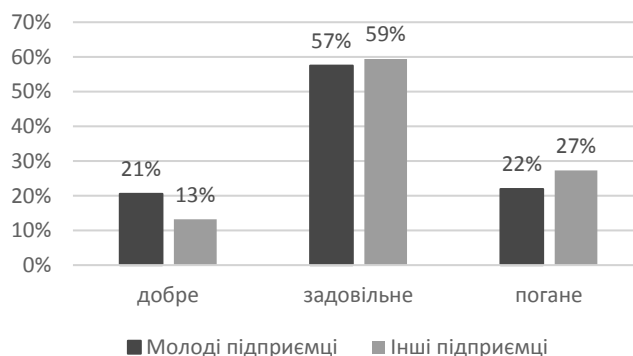
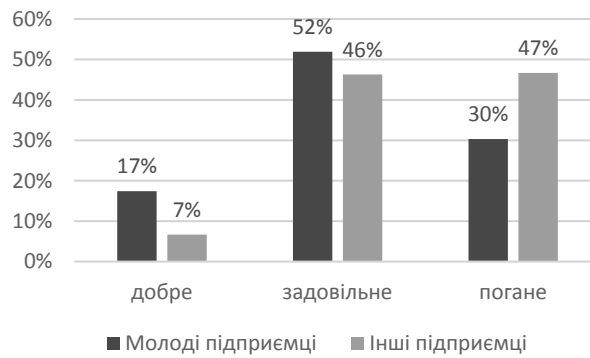


Рис. 133. Оцінка загальнооекономічного середовища



9.7 Висновки

- Дві третини опитаних підприємців до 35 років – це фізичні особи підприємці. Серед старших підприємців така форма власності, як ФОП, зустрічається вдвічі рідше.
- Молоді підприємці частіше від решти повідомляють про впровадження інновацій у маркетинг та у процеси управління підприємством. Також вони частіше користуються соціальними мережами як інструментом для просування своїх товарів або послуг.
- Низький попит – це основна перешкода для розвитку МСП, керівниками яких є молоді підприємці, як і для МСП із старшими керівниками. Однак частка молодих підприємців, що повідомляють про цю проблему, менша, ніж відповідна частка решти підприємців.
- Три основні заходи державної політики для сприяння бізнесу, яких очікують молоді підприємці, – це створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, спрощення податкового адміністрування та дерегуляція.
- Молоді підприємці частіше за решту вважають за необхідне підтримувати неформальні зв'язки із органами влади. Разом з цим, вони частіше готові звертатися до приватного та громадського сектору (юристів, консультантів, бізнес-асоціацій та громадських організацій) із питаннями, що стосуються ведення бізнесу.
- Молоде покоління підприємців в цілому краще оцінили як поточне загальнооекономічне середовище для ведення бізнесу, так і фінансово-економічну ситуацію власних підприємств, ніж інші підприємці.

10. Гендерний аспект підприємництва

10.1 Жінки та чоловіки серед керівництва МСП

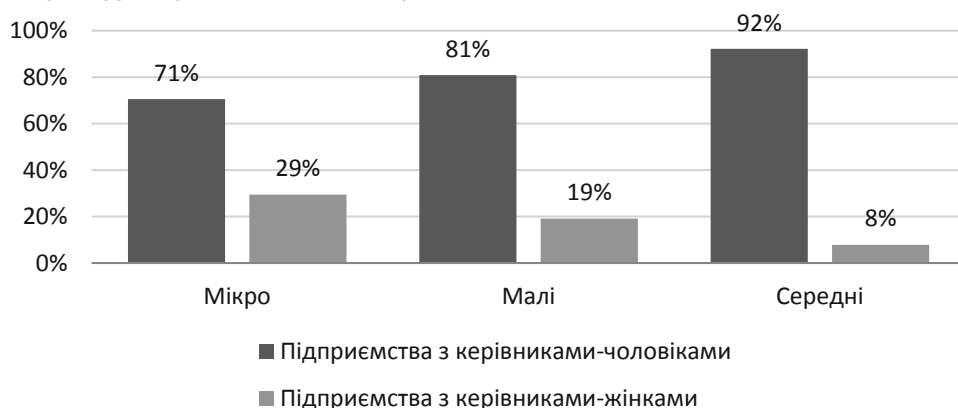
Для комплексного розуміння сучасних тенденцій розвитку малого і середнього бізнесу необхідно розглянути і гендерний аспект підприємництва в Україні. Результати цього дослідження показали, що керівниками 76% опитаних МСП є чоловіки, а у 24% – жінки.

Між МСП, керівниками яких є жінки, та тими, керівниками яких є чоловіки, спостерігаються деякі відмінності – зокрема, у розмірі, формі власності та у секторі діяльності. Насамперед, ці підприємства відрізняються за розміром. 71% мікропідприємств – з керівниками чоловіками, а у 29% керівниками є жінки. Частка керівників-чоловіків зростає серед малих підприємств: 81% з них очолюють чоловіки, а 19% – жінки.

В середніх підприємствах різниця є найбільшою, адже 92% підприємств середнього розміру очолюють чоловіки, і лише 8% – жінки. Тобто що більшим є підприємство, тим менша ймовірність того, що його керівник буде жіночої статі. Якщо керівником підприємства є жінка, то з більшою ймовірністю це буде мале або ж мікро-підприємство.

Це можна частково пов'язати із віком управлінців, адже середній вік жінок-керівниць бізнесу – 43 років, що менше за середній вік чоловіків-управлінців – 45. Також це можна пояснити обмеженою доступністю можливостей ведення бізнесу для жінок, спричиненою соціальними та економічними факторами.

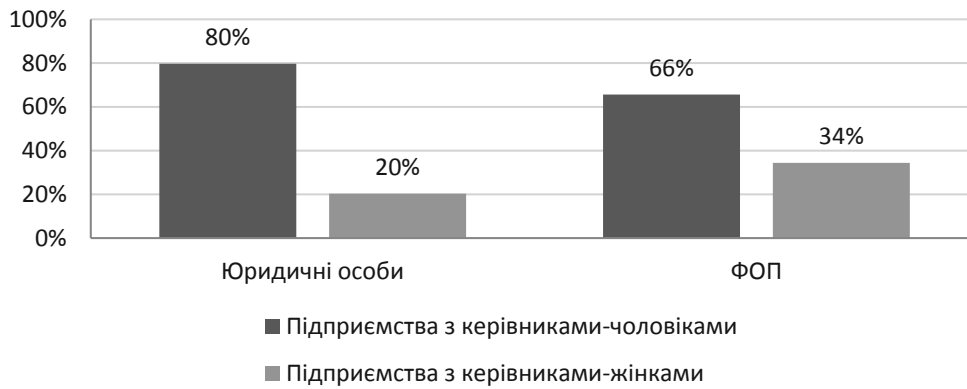
Рис. 134. Співвідношення розміру підприємств та статі керівника МСП, % опитаних



З точки зору форми власності підприємств також прослідковуються деякі відмінності між МСП, керівниками яких є жінки, та тими, якими керують чоловіки. У цьому випадку тенденція подібна до тієї, яка складалася із розміром підприємств. 80% підприємств-юридичних осіб – це МСП з чоловіками-керівниками, і лише 20% мають керівників-жінок. Серед підприємств, що працюють у формі ФОП, МСП з чоловіками-керівниками складають 66%, тоді як МСП з жінками-керівниками – 34%.

Окрім вже зазначених вище гіпотез, також можна додати припущення, що ця відмінність пов'язана з пошуком жінками можливості поєднувати роботу, сім'ю та інші види діяльності: ймовірно для них варіант роботи як фізичної-особи підприємця чи самозайнятості є більш можливим або доступним, ніж, наприклад, управління більшим підприємством.

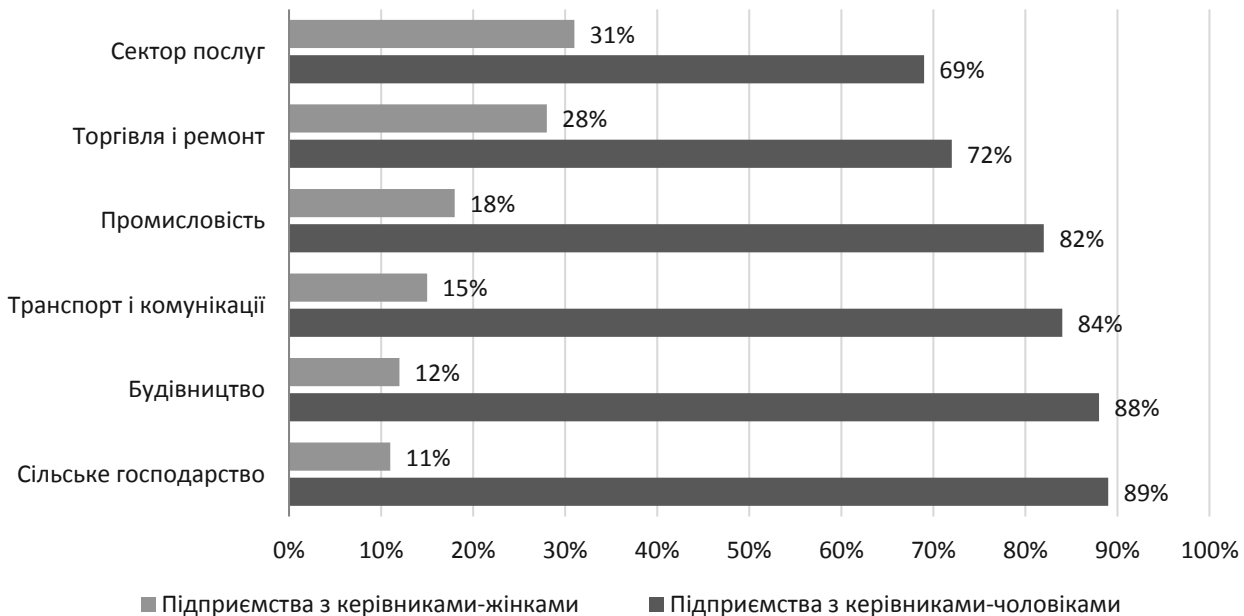
Рис. 135. Співвідношення форми підприємств та статі керівника МСП, % опитаних



МСП, керівниками яких є чоловіки, і в яких – жінки, також відрізняють частково за сектором діяльності. Найбільша різниця між МСП, де керівники належать до різних ґендерних категорій, – агросекторі. Так, у 89% сільськогосподарських підприємств керівниками є чоловіки, і, відповідно, лише в 11% – жінки. Також дуже значно відрізняються частки МСП із керівниками-чоловіками та керівниками-жінками у секторі будівництва, промисловості, транспорті і комунікаціях.

У такому виді діяльності, як торгівля і ремонт, а також в секторі послуг різниці є меншими. У сфері послуг (включаючи ІТ-сектор) підприємства на чолі з жінками складають 31%, а з чоловіками – 67%. У галузі торгівлі та ремонту МСП з жіночим керівництвом становлять 28%, а з чоловічим – 72%. Отож, маємо підстави стверджувати, що між статтю керівника МСП та галуззю його діяльності є деякий зв'язок. Бізнес із керівниками-жінками більше зосереджений у секторі послуг і торгівлі, аніж у промисловості, будівництві та сільському господарстві.

Рис. 136. Співвідношення галузей діяльності і статі керівника МСП, % опитаних

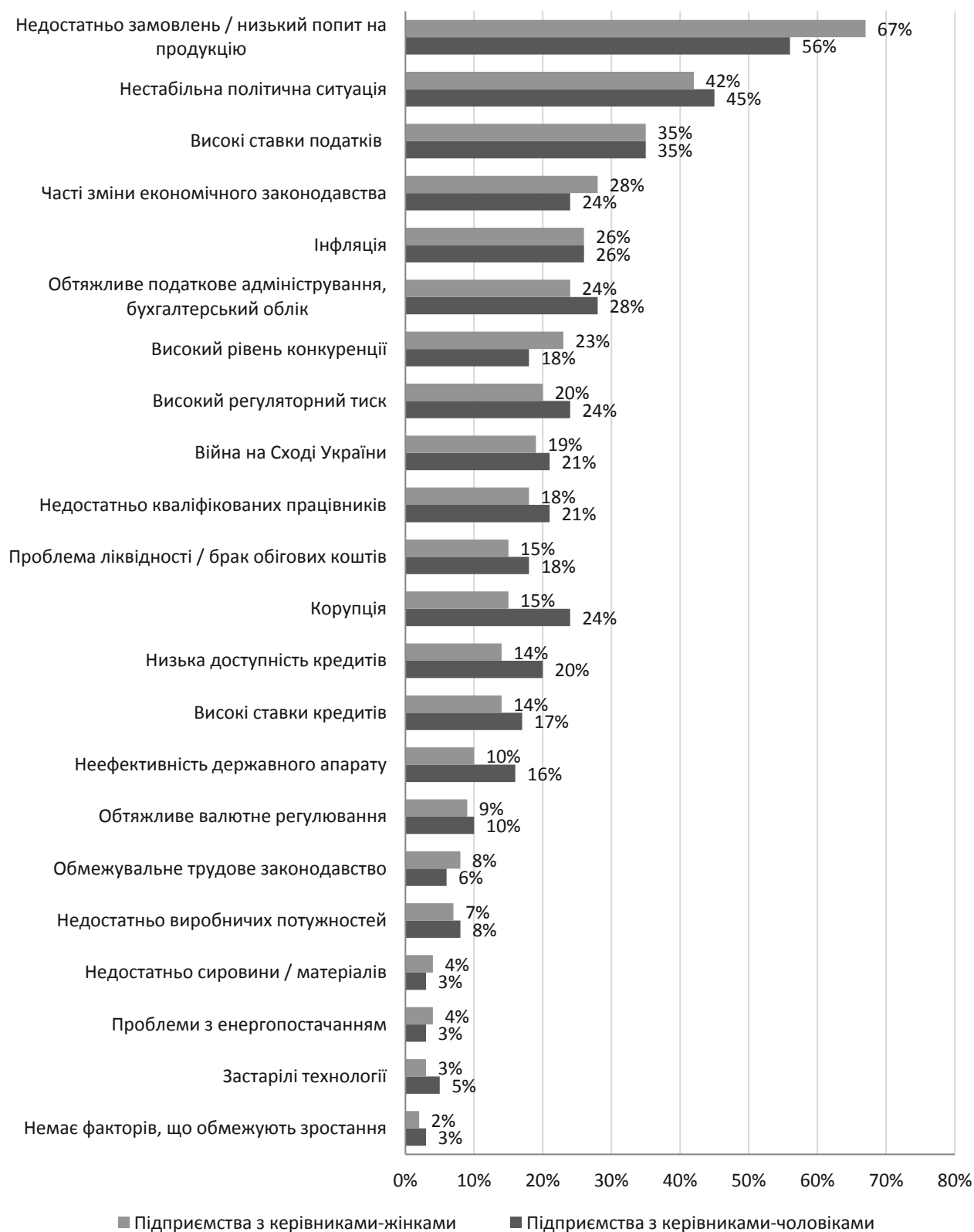


10.2 Фактори, що обмежують зростання МСП

Між підприємствами, які очолюють жінки, і тими, які очолюють чоловіки, немає істотної різниці з точки зору рейтингу факторів, які перешкоджають розвитку бізнесу, проте існує деяка відмінність у тому, яка частка МСП вказує на ту чи іншу перешкоду. Основним обмеженням для МСП обох категорій є недостатність попиту, проте у підприємствах з

керівниками-жінками ця перешкода є більш вагомою для бізнесу – її зазначає 67% респондентів, тоді коли на МСП з керівниками-чоловіками ця частка менша: 56%.

Рис. 137. Рейтинг перешкод зростання МСП співвідносно статі його керівника, % опитаних



Наступні за рейтингом щодо актуальності обмеження майже однаково турбують бізнес обох категорій. Це такі перешкоди як: нестабільна політична ситуація (МСП керівників-чоловіків – 45%, жінок – 42%), високі ставки податків (і МСП керівників-чоловіків, і жінок – 35%), інфляція (по 26%). Проте, в оцінках проблем зі змінами законодавства і з конкуренцією різниця помітніша. Наприклад, така перешкода, як висока конкуренція, важлива для 23% МСП, які очолюють жінки, та для 18% тих, які очолюють чоловіки.

Деякі інші обмеження, навпаки, з невеликим відривом більш важливі для підприємств, які очолюють чоловіки. Це, наприклад, високий регуляторний тиск, недостатність кваліфікованих працівників, корупція, проблеми з кредитуванням, неефективність державного апарату.

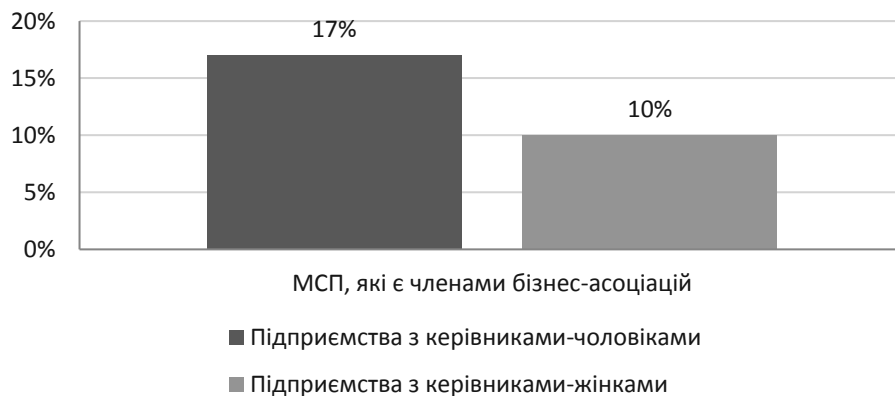
Отже, можна зробити висновок, що для зростання бізнесу на чолі з керівниками-жінками більш суттєвими є проблеми, пов'язані із збутом товарів чи послуг та з конкурентною боротьбою. Вони ж є важливими і для МСП керівників-чоловіків, але про них повідомляють менші частки респондентів, що представляють ці МСП. Проте для МСП з керівниками-чоловіками суттєвішими є проблеми, що стосуються бюрократичних питань, кредитування та корупції.

Це може бути пов'язаним і з віком керівника (як було зазначено вище, середній вік жінок на чолі МСП дещо нижчий за середній вік чоловіків), і з масштабами самого підприємства (було зазначено, що МСП на чолі із жінками мають дещо менші розміри). А також це може мати зв'язок із ґендерними відмінностями у галузях діяльності підприємства.

10.3 Членство в бізнес-асоціаціях та готовність платити за консультації

Як показують відповіді учасників опитування, ні очікуваними реформами, ні оцінкою фінансового становища підприємства керівників-чоловіків і керівників-жінок майже не відрізняються. Але, наприклад, членами бізнес-асоціацій є 17% МСП під керівництвом чоловіків і лише 10% з тих МСП, які очолюють жінки.

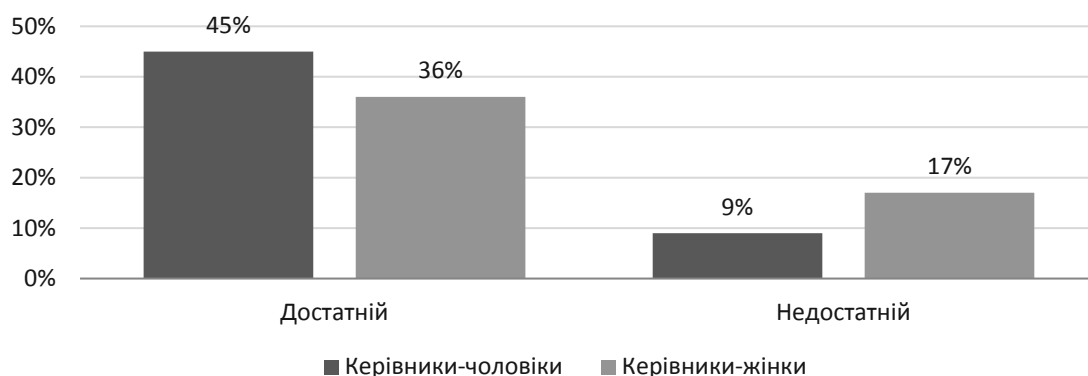
Рис. 138. Членство МСП у бізнес-асоціаціях за статтю керівників, % опитаних



Оцінка керівниками МСП власних навичок, способи підвищення цих навичок та готовність платити за консультації – це питання, які показують професійний рівень управлінців та їхній підхід до розвитку одного із найважливіших ресурсів свого бізнесу: власної кваліфікації як управлінця. Для аналізу МСП з огляду на ці питання з усіх опитаних було відібрано лише керівників підприємств.

Зокрема, керівники-чоловіки більш впевнені у своїх управлінських навичках: частка керівників-чоловіків, які зазначають, що рівень цих навичок у них цілком достатній, становить 45%, а це на 9 відсоткових пунктів більше за частку такої ж відповіді серед керівників-жінок (36%). 17% управлінців-жінок вважають, що їхні навички не є достатніми, тоді коли серед управлінців чоловіків відповідна частка становить лише 9%. Таку відмінність можемо пов'язувати з наявністю різного досвіду керівництва залежно від розміру підприємства.

Рис. 139. Оцінка керівниками МСП свого рівня навичок управлінця, % МСП



Поряд із цим запитанням є доцільним розглянути розподіл відповідей лише керівників МСП обох статей на питання про те, як вони вдосконалюють свої управлінські знання. Частки управлінців-чоловіків та управлінців-жінок, які повідомили про те, що не підвищують своїх знань, а також частки тих, що підвищують знання через здобуття освіти, майже не відрізняються. Також обидві групи респондентів однаково велику увагу приділяють важливості співпраці з іншими досвідченими менеджерами (чоловіки-керівники – 35%, жінки – 36%).

А от у розподілі вибору варіанта «читання професійної літератури» різниця є, адже його частіше обирають керівники-жінки (50%), тоді коли серед чоловіків – 41% респондентів. Це ж стосується професійного розвитку через відвідування семінарів (жінки – 30%, чоловіки – 22%) і проходження онлайн-курсів (жінки – 16%, чоловіки – 11%). Отже, можна стверджувати, що існує деякий зв'язок між способом підвищення управлінських знань і статтю керівника. Це може бути пов'язано з відмінностями щодо в оцінці власних навичок як управлінця, описаними вище, та із структурними характеристиками МСП, які очолюють представники різних ґендерних груп: частина жінок, які керують МСП меншого розміру або є самозайнятими чи працюють як ФОП, вкладають зусилля у професійний розвиток задля розвитку свого бізнесу, що проявляється у частішому використанні окремих шляхів здобуття нових знань.

Рис. 140. Розподіл відповідей за статтю керівника МСП на питання про способи підвищення знань щодо управління, % МСП

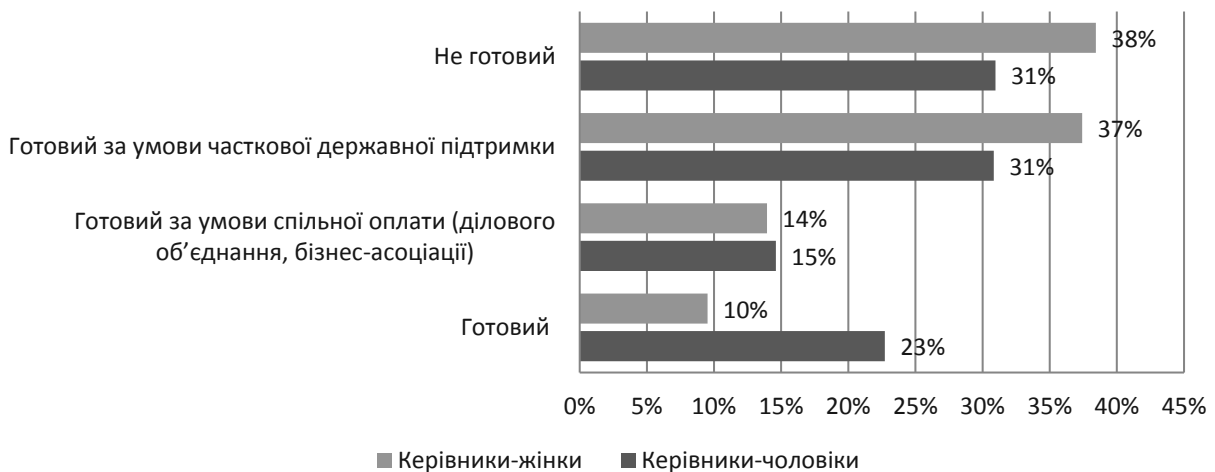


Відповіді керівників МСП-жінок та керівників-чоловіків на запитання про те, чи готовий бізнес платити за консультації (щодо виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів тощо), також деякою мірою відрізняються. Так,

керівники-жінки більшою мірою вважають, що бізнес не готовий платити за такі консультації (38%), ніж керівники-чоловіки (31%), тоді як керівники-чоловіки висловлюють більшу готовність сплачувати за консультації самостійно, без будь-якої допомоги від держави чи підприємницького середовища.

Натомість керівники-жінки більш готові платити за консультації з розвитку бізнесу за умови, що держава або місцева влада компенсує частину витрат, ніж керівники-чоловіки. Цей варіант оплати за консультації підходить 37% опитаних жінок, які очолюють МСП, та 31% опитаних чоловіків, які є керівниками МСП. Приблизно однакові частки управлінців-чоловіків (15%) та управлінців-жінок (14%) готові оплачувати такі консультації за умови спільної оплати в рамках ділового об'єднання.

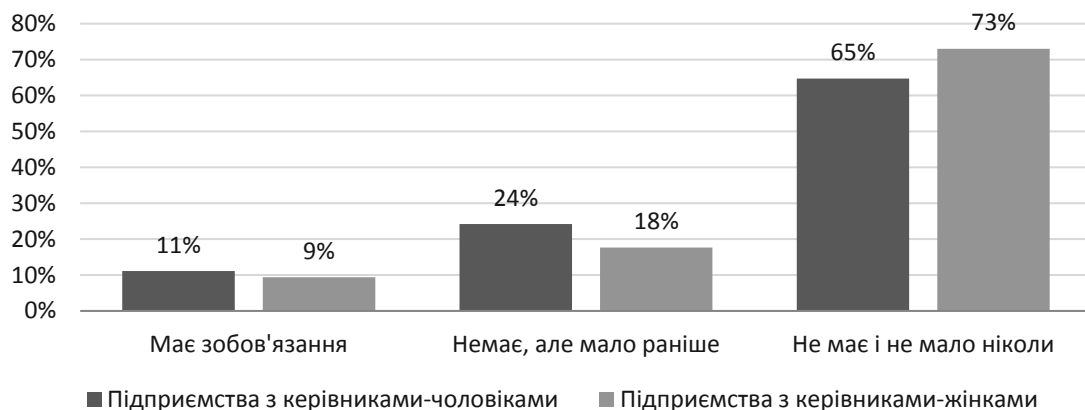
Рис. 141. Розподіл відповідей за статтю керівників МСП на запитання про те, чи готовий бізнес платити за консультації, % МСП



10.4 Фінансування діяльності підприємств

Взяття позики – це один із способів залучення фінансування для діяльності підприємства. МСП під керівництвом чоловіків частіше, ніж МСП під керівництвом жінок беруть на себе кредитні зобов'язання.

Рис. 142. Розподіл відповідей МСП за статтю керівника на запитання про наявність кредитних зобов'язання перед банком, % опитаних



Зокрема, одне з чотирьох МСП, керівниками яких є чоловіки, (24%) повідомляє про те, що раніше мало кредитні зобов'язання. Серед підприємств, які очолюють жінки, відповідна частка менша: 18%. З іншого боку, представники МСП під керівництвом жінок частіше (73%), ніж МСП під керівництвом чоловіків (65%) вказують, що ніколи не мали таких зобов'язань.

10.5 Інновації та маркетинг

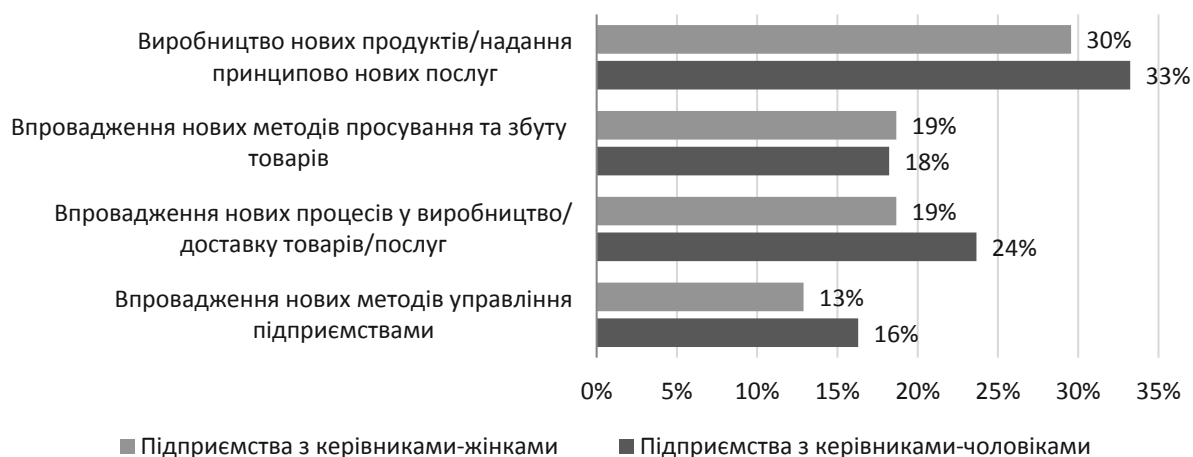
Важливим для комплексного аналізу гендерного аспекту підприємництва є розгляд кроків підприємств, спрямованих на посилення конкурентоздатності на ринку. Це, зокрема, інновації на підприємстві та просування товарів чи послуг.

57% опитаних МСП з керівниками-чоловіками впроваджували інновації, тоді як бізнес під керівництвом жінок впроваджував їх майже такою ж мірою: про це повідомили 52% цих МСП.

Проте, з результатів опитування бачимо, що МСП, які очолюють чоловіки, як правило, дещо частіше впроваджували інновації у різних сферах, таких як виробництво, доставка, асортимент товарів чи послуг, а також управління підприємством. Різниця у частках МСП з керівниками-жінками та МСП з керівниками-чоловіками, що втілювали зазначені інноваційні заходи, знаходиться в межах 6-10 відсоткових пунктів.

Щодо застосування інновацій у просуванні товарів й надання послуг – то тут підприємства двох категорій майже не відрізняються.

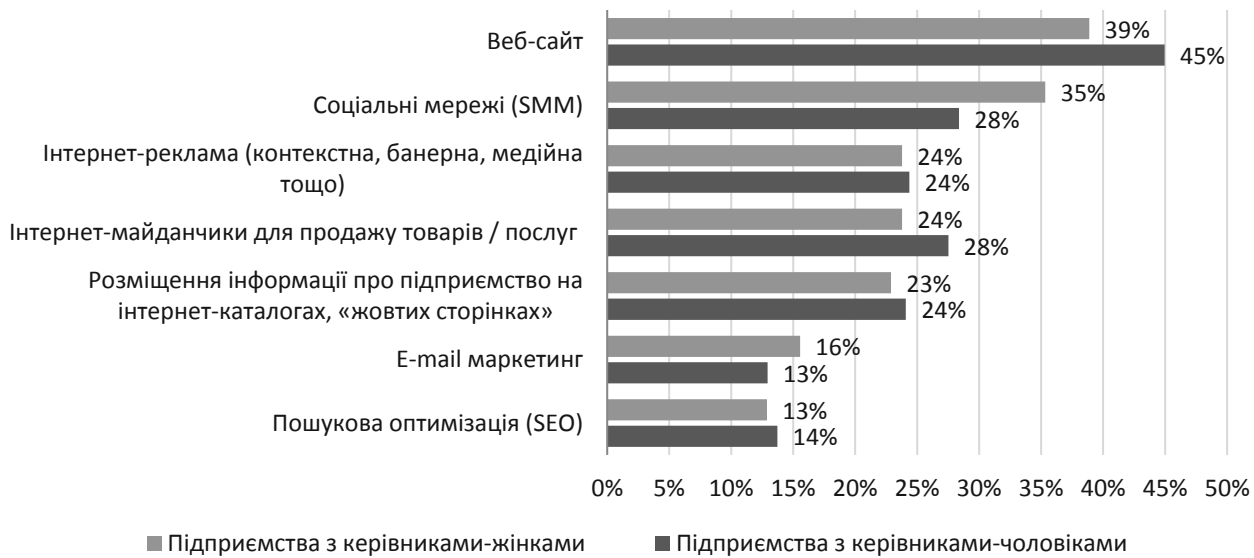
Рис. 143. Інноваційні заходи, що впроваджувались на підприємстві. Порівняння за статтю керівника МСП, % опитаних



Між МСП, які очолюють жінки, та МСП, які очолюють чоловіки, спостерігаються деякі відмінності у використанні онлайн-інструментів для просування свого бізнесу. Зокрема, МСП на чолі з керівниками-чоловіками частіше використовують веб-сайти для просування товарів чи послуг та Інтернет-майданчики для їх продажу, ніж МСП з керівниками-жінками (різниця склала 6 і 4 відсоткових пункти відповідно).

З іншого боку, використання соціальних мереж для потреб бізнесу є більш популярним серед МСП на чолі з жінками. Таким каналом комунікації користуються 35% цих підприємств, тоді коли серед МСП на чолі із чоловіками – 28%. Різницю можна пояснити знову ж таки особливістю бізнес-діяльності і розміром підприємств з керівниками чоловіками або ж жінками, адже соціальні мережі, наприклад, частіше є головним інструментом для меншого бізнесу, ніж для більшого. Також це стосується роздрібної торгівлі і надання різних послуг, де частка МСП під керівництвом жінок більша ніж, зокрема, у секторі промисловості. У використанні інтернет-каталогів, SEO та e-mail маркетингу ці дві категорії МСП суттєво не відрізняються.

Рис. 144. Використання інтернет-комунікацій для просування товарів або послуг МСП залежно від статі керівника, % опитаних



10.6 Висновки

- МСП під керівництвом жінок складають четвертину від усіх опитаних МСП.
- Частка жінок-керівників МСП зростає із зменшенням розміру МСП.
- Частки підприємств на чолі із жінками найбільші у секторах послуг та торгівлі.
- Брак попиту є основною перешкодою для підприємств обох категорій, але про цю проблему частіше повідомляють МСП, керівниками яких є жінки.
- Чоловіки, які є керівниками МСП, краще оцінюють свій рівень управлінських навичок, ніж жінки-керівники МСП, та висловлюють більшу готовність самостійно оплачувати консультації із розвитку бізнесу. Жінки-керівники МСП частіше від чоловіків читають професійну літературу та відвідують семінари для того, щоб підвищувати свою кваліфікацію як управлінців.
- МСП під керівництвом чоловіків частіше, ніж МСП під керівництвом жінок беруть на себе кредитні зобов'язання.
- МСП на чолі із чоловіками також частіше повідомляють про запровадження інновацій у діяльність підприємства, зокрема у виробництво нових продуктів чи надання нових послуг, про впровадження нових процесів у виробництві чи послугах, а також про використання нових методів управління підприємством.
- МСП, які очолюють жінки, частіше, ніж МСП, які очолюють чоловіки, користуються соціальними мережами як каналом для просування свого бізнесу. Натомість МСП на чолі з чоловіками більшою мірою користуються такими онлайн-інструментами як веб-сайт та Інтернет-майданчики.

11. Опис вибірки

11.1 Загальна (генеральна) та досліджувана (вибіркова) сукупність

Загальну (генеральну) сукупність дослідження складають підприємства та фізичні особи-підприємці усіх регіонів України (крім тимчасово окупованих територій АР Крим, м. Севастополя, Донецької та Луганської областей).

Відповідно до ст.62 Господарського кодексу України, підприємство (підприємці-юридичні особи) – це «самостійний суб'єкт господарювання, створений компетентним органом державної влади або органом місцевого самоврядування, або іншими суб'єктами для задоволення суспільних та особистих потреб шляхом систематичного здійснення виробничої, науково-дослідної, торговельної, іншої господарської діяльності в порядку, передбаченому цим Кодексом та іншими законами».

Громадянин визнається суб'єктом господарювання (фізичною особою-підприємцем) у разі здійснення ним підприємницької діяльності за умови державної реєстрації його як підприємця без статусу юридичної особи (ст. 128 ГК України).

До досліджуваної сукупності належать усі офіційно зареєстровані підприємства та фізичні особи-підприємці, які відповідають наступним критеріям:

- 1) вели активну господарську діяльність протягом досліджуваного періоду, тобто подавали податкову звітність і працювали принаймні протягом одного кварталу 2016 р.;
- 2) працювали з метою отримання прибутку, тобто не були неприбутковою організацією, політичною партією, тощо.

За даними Державної служби статистики України, станом на 2015 рік загальна кількість суб'єктів господарювання становила 1 974 439 одиниць, з них 343 561 підприємств-юридичних осіб та 1 630 878 фізичних осіб-підприємців.

11.2 Вибіркова сукупність

Кількісне соціологічне опитування проводилось у листопаді 2016 – лютому 2017 року. Опитування було проведено за репрезентативною вибіркою 1800 суб'єктів господарювання, з наступним розподілом між підвибірками:

- підприємства – 1300 респондентів;
- фізичні особи-підприємці – 500 респондентів.

Вибірка відображає фактичну структуру загальної сукупності за регіонами, галузями та розміром підприємств. Побудова вибірки базувалася на статистичній інформації Державної служби статистики України, в тому числі на даних Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України.

Для визначення мінімального розміру вибірки застосовувалася наступна формула:

$$n = \frac{z^2 pq N}{\Delta^2 N + z^2 pq}$$

де:

- n – мінімальний розмір вибірки;
- z – значення нормальної стандартної координати для потрібного рівня довіри (становить 1,64 для рівня довіри 90%);
- p – пропорція від сукупності (для найбільшої варіативності – 0,5);

- $q = 1-p$;
- N – розмір сукупності;
- Δ - точність розрахунків (визначена на підставі заданої точності на рівні 5%).

Відбір МСП здійснювався у три етапи. На першому етапі підприємства були згруповані за трьома основними параметрами стратифікації: розмір підприємства (кількість працівників), сфера економічної діяльності та регіон. Групування фізичних осіб-підприємців здійснено на основі регіонального розподілу. На другому етапі здійснювалося включення МСП до вибірки на підставі критеріїв, що визначають цільову сукупність. Додатково, через необхідність достатньої кількості даних для регіонів-партнерів проекту, для Вінницької, Київської, Львівської, Тернопільської та Херсонської областей було підвищено квоту МСП у вибірці. У всіх п'яти областях було проведено від 75 і більше інтерв'ю. На третьому етапі здійснювався випадковий відбір потрібної кількості підприємств та фізичних осіб-підприємців в межах кожної групи відповідно до її розміру.

Кількість опитаних

Всього було опитано 1851 підприємство. Розподіл між підвибірками був таким:

- підприємства – 1324 респонденти;
- фізичні особи-підприємці – 527 респондентів.

11.3 Класифікація МСП за розміром

МСП (1851), які взяли участь в опитуванні, були розподілені на категорії за розміром, що ґрунтувалися на кількості зайнятих на підприємстві³⁷. При аналізі було отримано таке наповнення цих категорій:

- 1245 МСП (67,3% від вибірки) у першій категорії (до 10 осіб). Для цілей аналізу ці підприємства будуть класифікуватися як мікропідприємства.
- 324 у другій (17,5%) категорії – від 11 до 50 осіб. Такі підприємства будуть класифікуватися як малі підприємства.
- 282 (15,2%) у третій категорії – від 51 до 250 осіб. Ці підприємства будуть класифікуватися як середні.

Відповідний розподіл повторює розподіл підприємств за розміром в опитуванні «Щорічна оцінка ділового клімату» 2015 року (у 2015 році мікропідприємства становили 67,4% вибірки, малі підприємства – 18,7%, а середні – 13,9%).

11.4 Організаційна форма МСП

Всього було опитано 527 фізичних осіб-підприємців. Вони становлять 28,5% від усіх опитаних. Решта опитаних – це підприємства-юридичні особи. Найбільшими серед юридичних осіб є частки товариств з обмеженою відповідальністю (711 респондентів або 38,4%) та приватних підприємств (310 або 16,7% респондентів). Детальний розподіл підприємств, які взяли участь в опитуванні, за організаційно-правовою формою вказаний у таблиці:

Таблиця 38. Організаційно-правова форма опитаних підприємств

Організаційно-правова форма	Кількість	Відсоток від усіх опитаних
Фізична особа-підприємець	527	28,5%
Приватне підприємство	310	16,7%
Державне підприємство	83	4,5%

³⁷ Господарський кодекс України класифікує підприємства за розміром та обсягом річного доходу. У цьому звіті категорії підприємств (мікропідприємства, малі підприємства та середні підприємства) було визначено лише на підставі розміру (тобто кількості працівників).

Організаційно-правова форма	Кількість	Відсоток від усіх опитаних
Товариство з обмеженою відповідальністю	711	38,4%
Акціонерне товариство	42	2,3%
Комунальне підприємство	71	3,8%
Колективне підприємство	19	1,0%
Фермерське господарство	41	2,2%
Дочірнє підприємство	7	0,4%
Повне товариство	5	0,3%
Товариство з додатковою відповідальністю	4	0,2%
Кредитна спілка	5	0,3%
Споживче товариство	8	0,4%
Інші організаційно-правові форми	18	1,0%
Всього	1851	100,0%

Практично усі опитані ФОП належать до мікропідприємств. Так, 97,5% фізичних осіб-підприємців (514 респондентів) працевлаштовують до 10 працівників. Частки ФОП із більшою кількістю працівників значно менші: у 12-ти з них (2,3%) працюють від 11 до 50 осіб, і лише у одній фізичної особи-підприємця (0,2%) – від 51 до 250 осіб.

Серед підприємств, які є юридичними особами, 731 (55,2%) – це підприємства, де зайняті до 10 осіб. На 312 підприємствах (23,6%) працюють від 11 до 50 осіб, а на 281 (21,2%) – від 51 до 250.

Таблиця 39. Розподіл підприємств за розміром та організаційно-правовою формою

Організаційно-правова форма	Мікро-підприємства (1-10 осіб)	Малі підприємства (11-50)	Середні підприємства (51-250)	Всього
Фізична особа-підприємець	514 (97,5%)	12 (2,3%)	1 (0,2%)	527 (100,0%)
Юридична особа (приватне підприємство та інші)	731 (57,1%)	312 (23,6%)	281 (21,2%)	1324 (100,0%)
Всього	1245 (67,3%)	324 (17,5%)	282 (15,2%)	1851 (100%)

11.5 Регіон проведення опитування

Для кожного регіону України була розрахована квота, пропорційно до кількості суб'єктів підприємницької діяльності за даними державної статистики (генеральна сукупність). Квоти для пілотних регіонів програми USAID ЛЕВ були збільшені (у Вінницькій, Київській, Львівській, Тернопільській та Херсонській областях). В результаті в кожному регіоні було опитано від 39 до 193 МСП. У таблиці вказано кількість опитаних підприємств та фізичних осіб-підприємців у кожній області:

Таблиця 40. Кількість опитаних у регіонах

Регіон	Кількість опитаних фізичних осіб-підприємців	Кількість опитаних підприємств	Всього
Вінницька область	26 (29,5%)	62 (70,5%)	88 (4,8%)
Волинська область	16 (36,4%)	28 (63,6%)	44 (2,4%)
Дніпропетровська область	31 (22,6%)	106 (77,4%)	137 (7,4%)

Регіон	Кількість опитаних фізичних осіб-підприємців	Кількість опитаних підприємств	Всього
Донецька область	19 (22,9%)	64 (77,1%)	83 (4,5%)
Житомирська область	16 (29,6%)	38 (70,4%)	54 (2,9%)
Закарпатська область	16 (38,1%)	26 (61,9%)	42 (2,3%)
Запорізька область	24 (32,9%)	49 (67,1%)	73 (3,9%)
Івано-Франківська область	16 (28,6%)	40 (71,4%)	56 (3,0%)
Київська область	32 (27,6%)	84 (72,4%)	116 (6,3%)
Кіровоградська область	16 (34,0%)	31 (66,0%)	47 (2,5%)
Луганська область	7 (17,9%)	32 (82,1%)	39 (2,1%)
Львівська область	26 (24,5%)	80 (75,5%)	106 (5,7%)
Миколаївська область	15 (28,3%)	38 (71,7%)	53 (2,9%)
Одеська область	24 (23,3%)	79 (76,7%)	103 (5,6%)
Полтавська область	20 (31,2%)	44 (68,8%)	64 (3,5%)
Рівненська область	16 (35,6%)	29 (64,4%)	45 (2,4%)
Сумська область	16 (38,1%)	26 (61,9%)	42 (2,3%)
Тернопільська область	26 (34,2%)	50 (65,8%)	76 (4,1%)
Харківська область	28 (25,9%)	80 (74,1%)	108 (5,8%)
Херсонська область	25 (33,3%)	50 (66,7%)	75 (4,1%)
Хмельницька область	15 (25,9%)	43 (74,1%)	58 (3,1%)
Черкаська область	18 (29,0%)	44 (71,0%)	62 (3,3%)
Чернівецька область	17 (38,6%)	27 (61,4%)	44 (2,4%)
Чернігівська область	16 (37,2%)	27 (62,8%)	43 (2,3%)
м. Київ	46 (23,8%)	147 (76,2%)	193 (10,4%)
Всього	527 (28,5%)	1324 (71,5%)	1851 (100,0%)

11.6 Види діяльності підприємств

Вибірка контролювалася за видом діяльності підприємства. Більшість опитаних МСП, працюють у сфері послуг (36,2%), зокрема 5,5% у сектор інформаційних технологій, торгівлі (25,7%) або промисловості (16,9%). Також серед опитаних представлені МСП, які працюють у сільському господарстві (10,4%), транспорті та зв'язку (7,1%) і будівництві (3,7%).

Найбільше фізичних осіб-підприємців працюють у сфері торгівлі та ремонту (209 ФОП або 39,7%) та у сфері послуг за виключенням ІТ-сектору (138 ФОП або 26,2%). Частка ФОП, які працюють у секторі ІТ, складає 11%, а тих, що зайняті у сфері промисловості, становить 10,1%. Частки ФОП, зайнятих в інших галузях – ще менші.

Серед підприємств-юридичних осіб найбільша частка опитаних припадає на сферу послуг – без ІТ-сектору ця сфера налічує 430 МСП (32,5% від усіх юридичних осіб у вибірці). 266 підприємств-юридичних осіб (20,1%) працюють у секторі торгівлі та ремонту, і майже стільки ж (260 або 19,6%) – це промислові підприємства.

Найбільш поширеними видами діяльності для мікропідприємств-юридичних осіб є сфера послуг (33,8% або 248 підприємств, що не включає ІТ-сектор) і сфера торгівлі та ремонту (24,8% або 181). Робота у сфері промисловості менш поширена серед мікропідприємств: у цьому секторі працює усього 14,4% таких підприємств (105).

Найбільша частка опитаних малих підприємств-юридичних осіб, є сфера послуг (за виключенням ІТ-сектору): в цій сфері працюють 95 малих підприємств (або 30,4%). Дещо меншою є частка малих підприємств, які працюють у промисловості (26,9%), та торгівлі і ремонті (18,9%).

Більшість підприємств-юридичних осіб середнього розміру працює у сфері послуг (31,3% або 88 підприємств, що не включає ІТ-сектор). Також з-поміж середніх підприємств досить часто трапляються промислові (25,3%) та сільськогосподарські (22,4%) підприємства.

Таблиця 41. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою (кількість та частка)

Сектор	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи	Всього
Сільське господарство	23 (4,4%)	170 (12,8%)	193 (10,4%)
Промисловість	53 (10,1%)	260 (19,6%)	313 (16,9%)
Будівництво	13 (2,5%)	55 (4,2%)	68 (3,7%)
Торгівля та ремонт	209 (39,7%)	266 (20,1%)	475 (25,7%)
Послуги (за виключенням ІТ-сектору)	138 (26,2%)	430 (32,5%)	568 (30,7%)
ІТ-сектор	58 (11,0%)	44 (3,3%)	102 (5,5%)
Транспорт та зв'язок	33 (6,3%)	99 (7,5%)	132 (7,1%)
Всього	527 (100%)	1324 (100%)	1851 (100%)

Таблиця 42. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою та розміром (кількість та частка)

Сектор	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи			Всього
	Усі ФОП	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства	Усі опитані
Сільське господарство	23 (4,4%)	82 (11,2%)	25 (8,0%)	63 (22,4%)	193 (10,4%)
Промисловість	53 (10,1%)	105 (14,4%)	84 (26,9%)	71 (25,3%)	313 (16,9%)
Будівництво	13 (2,5%)	23 (3,1%)	17 (5,4%)	15 (5,3%)	68 (3,7%)
Торгівля та ремонт	209 (39,7%)	181 (24,8%)	59 (18,9%)	26 (9,3%)	475 (25,7%)
Послуги	138 (26,2%)	247 (33,8%)	95 (30,4%)	88 (31,3%)	568 (30,7%)
ІТ-сектор	58 (11,0%)	32 (4,4%)	9 (2,9%)	3 (1,1%)	102 (5,5%)
Транспорт та зв'язок	33 (6,3%)	61 (8,3%)	23 (7,4%)	15 (5,3%)	132 (7,1%)
Всього	527 (100%)	731 (100,0%)	312 (100,0%)	281 (100,0%)	1851 (100%)

11.7 Форма власності

Більшість МСП, які взяли участь в опитуванні (86,2% або 1596 МСП), знаходяться виключно у приватній власності фізичних або юридичних осіб з України. Наступна за кількістю група підприємств – це виключно державні підприємства, тобто ті, які знаходяться лише у державній власності, (8,5% вибірки або 157 МСП). 2,4% (44 МСП) знаходяться у приватній власності виключно фізичних або юридичних осіб-іноземців. Ще 40 МСП (2,2%) знаходяться у приватній власності українських та іноземних фізичних або юридичних осіб. Також у вибірку потрапили МСП зі змішаною формою власності: 0,2% (3 МСП) перебувають у спільній власності держави та українських фізичних або юридичних осіб, а 0,6% (11 МСП) не вказали, до якої форми власності належить підприємство.

11.8 Збір та аналіз даних

Всі дані було зібрано методом структурованих особистих інтерв'ю, проведених досвідченими інтерв'юерами відповідно до розробленого і попередньо перевіреного опитувальника (анкети). Всі інтерв'ю були проведені з керівництвом підприємства (директор, заступник директора, головний бухгалтер) або її власником.

На етапі аналізу даних контролювалася кількість спостережень для кожного параметра.

У разі якщо кількість спостережень була недостатньою для забезпечення належного рівня точності даних у відповідності до статистичних вимог, які застосовуються у вибіркових дослідженнях, то такі спостереження в обрахунках не використовувалися.

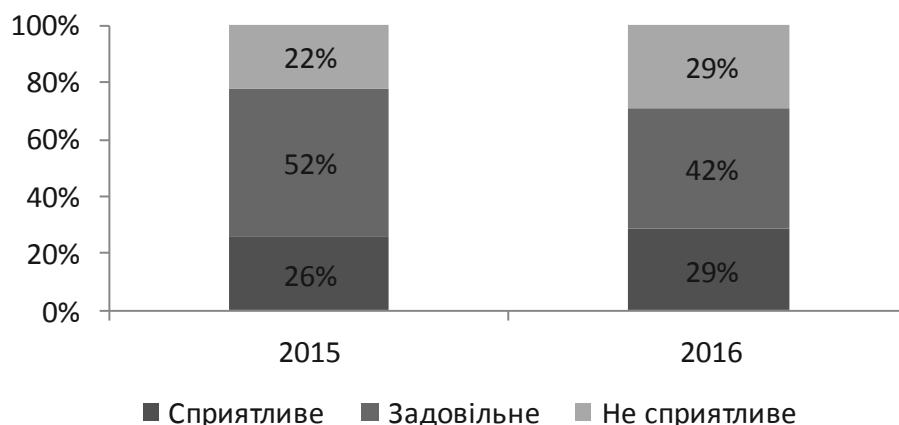
12. Опитування експертів: основні результати

У цьому розділі представлено основні результати опитування експертів. Опитування проводилося паралельно з опитуванням керівників МСП у грудні 2016 - січні 2017 років. Методом глибинного інтерв'ю було опитано 84 експерти з усіх регіонів України. У кожному регіоні учасниками опитування стали два представники місцевих органів влади чи регіональних підрозділів центральних органів виконавчої влади, причетні до економічного розвитку, регуляторної політики, зовнішньоекономічної діяльності, а також один представник експертного середовища з недержавного сектору. Решта експертів представляли центральні органи влади в Києві. Експерти оцінювали ділове середовище у своєму регіоні або в країні в цілому, пріоритетні заходи та завдання державної політики, основні проблеми та перешкоди розвитку економіки регіонів, вплив освітнього та людського потенціалу на розвиток МСП, децентралізацію та створення індустріальних парків. У додатку до цього розділу представлено опис ділового середовища, проблем та заходів для покращення умов ведення бізнесу й розвитку МСП у кожному регіоні на основі аналізу відповідей експертів. Звертаємо увагу, що в цьому розділі використано термінологію експертів, які брали участь у глибинних інтерв'ю. Усі висновки побудовано виключно на відповідях експертів.

12.1 Ділове середовище

Поточна оцінка ділового середовища. Оцінки ділового середовища експертами у 2016 році порівняно з 2015 роком погіршилися, значення відповідного індексу зменшилося з +0,04 у 2015 до 0,00 у 2016 році. Це відбулося за рахунок збільшення частки тих, хто вважає ділове середовище несприятливим (з 22% до 29%). Водночас незначно зросла частка експертів, які вважають ділове середовище сприятливим – з 26% до 29%. Зазначимо, що за результатами опитування керівників МСП відповідні індекси мали від'ємне значення – оцінки ділового середовища тут значно більш песимістичні.

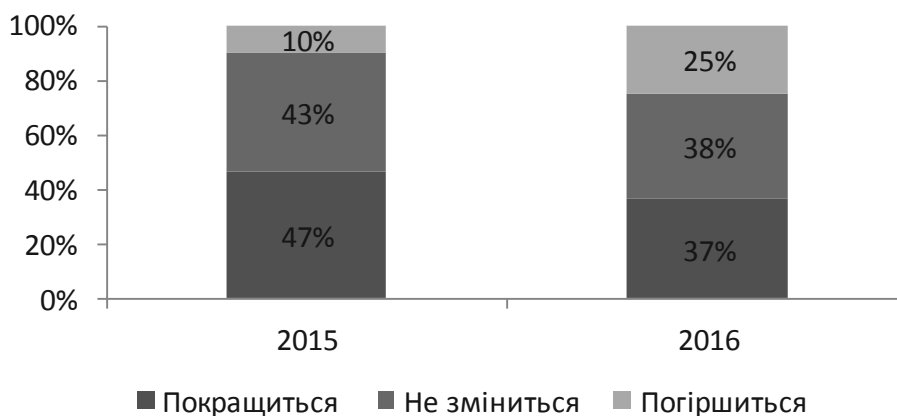
Рис. 145. Оцінка ділового середовища (2015-2016 та 2016-2017 роки)



Негативні оцінки бізнес-середовища частіше давали експерти східних та південних областей України. В якості проблем, які перешкоджають розвитку малого та середнього бізнесу, респонденти називали загальну макроекономічну ситуацію в Україні, в тому числі інвестиційний клімат, нестабільну законодавчу базу, значне податкове навантаження та складне його адміністрування. Водночас експерти відзначили відкритість державних органів у сприянні розвитку бізнесу.

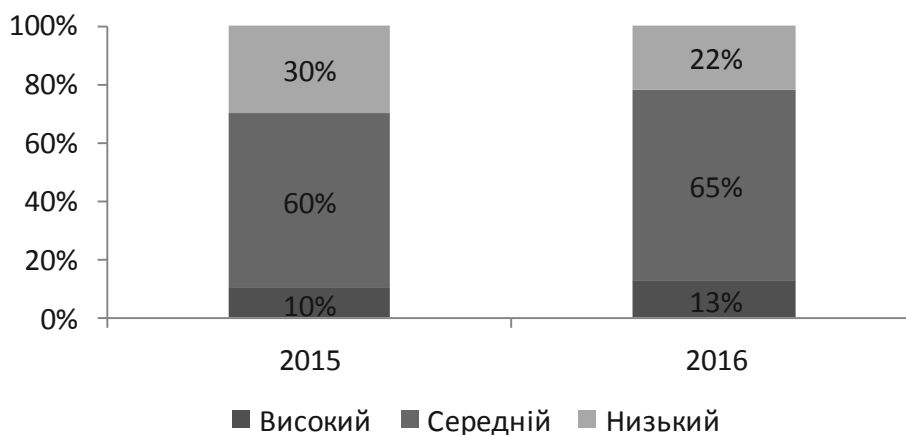
Очікувані зміни ділового середовища. У 2016 році очікування експертів щодо змін ділового середовища погіршилися: значення відповідного індексу зменшилося і становило +0,12 (порівняно з +0,37 у 2015 році). Це відбулося за рахунок значного зростання – з 10% до 25% – частки «песимістів» й одночасного скорочення частки «оптимістів» – з 47% до 37%. Порівняно з керівниками МСП, експерти демонструють значний оптимізм в оцінках змін ділового середовища (відповідний індекс для МСП становив -0,1 в 2015 році та -0,05 в 2016 році).

Рис. 146. Очікування змін ділового середовища для МСП (у 2016/17 році)



Ділова активність МСП. Експерти позитивно оцінюють ділову активність в секторі МСП. Якщо у 2015 році 30% опитаних вважали її низькою, а 10% – високою, то в 2016 році частка «песимістів» скоротилась (до 22%), а «оптимістів» зросла (до 13%). Значення індексу ділової активності зросло з -0,20 до -0,09.

Рис. 147. Оцінка ділової активності у 2016 та 2015 році



Експерти вважають, що малі та середні підприємства пристосувалися до існуючих економічних умов, проте зростання мінімальної заробітної плати, підняття тарифів на енергоносії та низька купівельна спроможність населення перешкоджають активізації бізнесу.

12.2 Географічне розташування та інфраструктура.

За результатами експертного опитування, переважна більшість респондентів (82%) вважають, що географічне розташування їхнього регіону сприятливе для економічного розвитку. Винятком є представники Донецької та Луганської областей, які дотримуються протилежної думки. Основна причина – близькість окупованих територій та військові дії. Представники Сумської та Харківської областей також вважають, що географічне розташування їх регіонів не сприяє економічному розвитку. Основні причинами цього експерти називають велику відстань до кордонів з ЄС та значний рівень тіньової економіки.

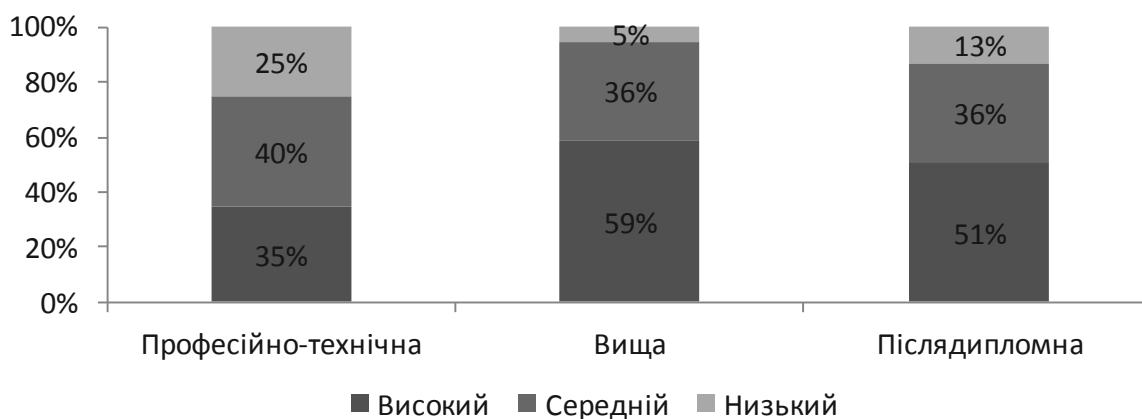
Природно-ресурсний потенціал свого регіону вважають високим дві третини респондентів (67%), середнім – 28%, низьким – 13%. Водночас частина опитаних дає неоднозначні оцінки: експерти ставлять під сумнів користь природно-ресурсного потенціалу для малих та середніх підприємств, зазначаючи, що більшість природних ресурсів доступна лише великому бізнесові. Найгірші оцінки природно-ресурсного потенціалу свого регіону дали експерти Рівненської та Волинської областей.

Рівень розвитку інфраструктури більшість експертів (59%) вважає є недостатнім. Проблемами, що перешкоджають розвитку інфраструктури, є низька якість та значна зношеність її об'єктів, які потребують оновлення. Експерти також вказують на проблему монополій на ринку енергетики.

12.3 Освіта

У цілому експерти наголошують на невідповідності напрямків підготовки та кількості випускників попиту на ринку праці. 69% опитаних вважають, що напрямки підготовки фахівців лише частково відповідають економічним потребам їхнього регіону, 16% – зазначають, що випуск спеціалістів не відповідає регіональному попиту і лише 15% вказують на повну відповідність між попитом та пропозицією спеціалістів.

Рис. 148. Оцінки рівня освіти в регіонах у 2016 році



До основних проблем освіти експерти відносять недостатню кількість технічних спеціальностей, непопулярність та слабкий розвиток професійно-технічних закладів, надлишок спеціалістів суспільно-наукових напрямків та перевагу теоретичних знань над практичними навичками.

Оцінки експертами рівня розвитку професійно-технічної освіти у 2016 році погіршилися. Високо оцінюють її рівень 35% опитаних (39% у 2015 році), середню оцінку дають 40% респондентів (47% у 2015 році), низьким рівень професійно-технічної освіти вважають 25% (14% у 2015 році).

Рівень вищої освіти у 2016 році був оцінений експертами гірше, ніж у попередньому році. Водночас він залишається високим – так вважають 59% респондентів (62% у 2015 році). Середню оцінку рівню вищої освіти дали 36% опитаних (37% у 2015 році), низьку – 5% (1,3% у 2015 році).

Оцінки післядипломної освіти у 2016 році покращилися: 51% респондентів вважають рівень післядипломної освіти високим (42% у 2015), 36% – середнім (42% у 2015), 13% – низьким (15% у 2015).

12.4 Думка експертів про ставлення бізнесу до держави: ворог, перешкода чи партнер

Відповідно до результатів опитування, 46% експертів вважають, що держава є перешкодою або обмеженням для розвитку бізнесу, а 21% дотримується думки, що бізнес бачить у державі ворога. Лише 17% вважають, що держава є партнером бізнесу. До основних причин слабкої довіри бізнесу до держави експерти відносять відсутність стабільності правового поля та фіскальний і регуляторний тиск на бізнес.

До державних органів з найнижчим рівнем довіри експерти відносять ДФС та органи судової влади. Найбільшою довірою підприємців, за оцінками експертів, користуються ДРСУ та місцеві органи влади. Респонденти вважають, що загалом регуляторним органам бізнес довіряє більше, ніж контролюючим.

Усі експерти погоджуються, що місцева влада повинна брати участь у діалозі та сприяти формуванню відносин довіри між бізнесом і державою. Адже формування партнерських відносин з бізнесом є прямим обов'язком влади й саме МСП, за словами експертів, є основним джерелом наповнення бюджету.

12.5 Корупція

Українські підприємці схильні уникати реальних перевірок і тому дають хабарі особам, що їх здійснюють, – так вважає більшість експертів (58%). Половина з них називає це явище масовим, зазначаючи, що корупція є гострою проблемою для української економіки. Проте частина експертів вважають хабарництво шляхом вирішення проблем бізнесу.

Майже 70% респондентів вважають, що корупцію можна подолати. Серед шляхів вирішення цієї проблеми пріоритетними експерти вважають зміну інституційного середовища (в т.ч. регуляторної політики), що мінімізує можливості корупції (29%), та введення більш жорстких санкцій до тих хто бере хабар (16%). Водночас чверть опитаних вважають, що вирішення проблеми корупції лежить у площині свідомості та менталітету.

Експерти вважають, що українському малому та середньому бізнесу притаманна протилежні якості. З одного боку, це соціальна інертність та слабка відповідальність навіть пасивність, а з іншого, — адаптивність та ризиковість. Оцінки експертів потреби бізнесу в державній підтримці є різними: частина експертів вважає, що державна підтримка є необхідною для бізнесу у теперішніх умовах, за словами інших – бізнес сьогодні є цілком самостійним й не потребує спеціальних заходів підтримки з боку держави.

12.6 Децентралізація

Серед експертів немає однозначної думки щодо змін повноважень органів місцевої влади внаслідок реформи децентралізації: 52% опитаних вважають, що змін в повноваженнях місцевих органів влади щодо розвитку сектору МСП не відбулося, 48% – дотримуються протилежної думки.

Лише 16% експертів вказують на результативність реформи децентралізації для малого та середнього бізнесу, що фактично проявляється у спрощенні регуляторних процедур. Двоє з трьох експертів вважають, що подальший процес децентралізації матиме успіх у вирішенні низки проблем МСП, основними з яких є питання оподаткування та доступу до ресурсів.

12.7 Розвиток МСП

У ході опитування експертів просили написати у довільній формі про основні проблеми розвитку МСП та запропонувати шляхи їх вирішення. Основними перешкодами розвитку МСП – за результатами аналізу відповідей експертів – є жорстке регулювання дозвільних процедур, податковий тягар та складність доступу до фінансових ресурсів. Це проблеми, які найчастіше вказували респонденти.

Рис. 149. Оцінка проблемності регуляторних процедур для малого та середнього бізнесу (2016/17 рік)



Окрім цього серед проблем розвитку МСП експерти вказали відсутність достатнього фінансово-кредитного забезпечення, стан невизначеності в країні, надмірне податкове навантаження, нестабільність законодавства, низький рівень компетентності керівників МСП, падіння рівня купівельної спроможності населення, корупцію, складність доступу до ресурсів, ускладнення процедур відкриття бізнесу, складність при оформленні землекористування, нестабільність кредитної системи, недостатність кадрового забезпечення та несприятлива фінансово-кредитна й фіскальна політика держави.

Найбільш проблемними регуляторними процедурами експерти називають підключення до електромереж та процедури, пов'язані з регулюванням землекористування. Найпростішими для бізнесу, на думку респондентів, є процедура реєстрації та постановки на облік підприємства.

Більше 80% опитаних стверджують, що виконавча влада та органи місцевого самоврядування здійснюють підтримку малого і середнього бізнесу в їхньому регіоні. Вони вказують, що згідно з прийнятими стратегіями розвитку МСП, на місцевому рівні проводяться навчальні заходи – семінари, тренінги, консультації, працюють центри надання адміністративних послуг, а також підприємства отримують відшкодування відсотків по кредитах.

На думку експертів, пріоритетами політики у 2017 році мають стати подальший процес дерегуляції бізнес-середовища, зменшення навантаження на бізнес та фінансова допомога підприємствам. Експерти відзначають, що високий потенціал для розвитку малого та середнього бізнесу в їхніх регіонах, мають аграрний сектор, а також галузі переробної промисловості, туризму та інформаційних технологій.

12.8 Індустріальні парки

Більшість опитаних (53%) вважають індустріальні парки в Україні доцільними в контексті розвитку бізнесу, оскільки вони створюють можливості для залучення інвестицій та створення нових робочих місць. Разом з тим 27% експертів ставлять під сумнів ефективність функціонування індустріальних парків, вказуючи на відсутність належного фінансового забезпечення парків та потенційне поле для корупційних схем.

Респонденти не зійшлися у поглядах щодо фактичного впливу чинних індустріальних парків на ділове середовище в регіонах, натомість експерти регіонів, в яких лише планується створення таких парків, загалом мають оптимістичні очікування.

Фактором, який гальмує створення нових індустріальних парків, за словами експертів, є недосконалість законодавства, значна тривалість процедури погодження з центральною владою та недостатність повноважень місцевої влади.

13. Фокус-групи: основні результати

У цьому розділі представлено результати фокус-групових дискусій серед представників МСП із п'яти пілотних регіонів Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні» та міста Києва. Тут узагальнено інформацію з групових дискусій, що стосуються найбільш актуальних проблем сектору МСП та ділового середовища. Це, зокрема, податкова система, довіра між бізнесом та державою, ставлення до підприємництва, боротьба з корупцією та інституційні зміни, що впливатимуть на створення сприятливого середовища для розвитку МСП.

У ході фокус-груп, що стосувалися податкової системи, учасники обговорювали систему оподаткування, процедуру сплати податків, основні проблеми з оподаткуванням, із якими стикаються представники бізнесу, та надавали рекомендації щодо податкової політики в Україні. Тема другої фокус-групової дискусії — тіньова економіка як фактор конкуренції в секторі МСП — включала опис портрету конкурентів на ринку, обговорення впливу офіційного та неофіційного ведення бізнесу на конкуренцію та можливі шляхи виведення бізнесу «з тіні». Предметом третьої фокус-групи були олігархи та реформи в країні. Тут учасники шукали відповіді на питання: хто такі олігархи в Україні, яка роль представників олігархічної еліти в просуванні чи гальмуванні реформ, як можна мінімізувати їхній негативний вплив на економіку та розвиток МСП країни. Вивчення довіри бізнесу до держструктур включає в себе розгляд таких питань: роль держави, взаємодія бізнесу з державними установами, неформальні зв'язки та корупція, довіра між бізнесом та державою, очікування від державної політики у сфері регулювання та підтримки бізнесу. Це тема четвертої фокус-групи, результати якої представлено в цьому розділі. З метою оцінки ставлення до підприємництва було проведено фокус-групу, де респонденти спробували сформулювати узагальнене уявлення про образ підприємця в країні.

Загалом у рамках «Щорічної оцінки ділового клімату» було проведено десять фокус-груп, у яких брали участь такі аудиторії: (1) представники МСП, (2) представники самозайнятої молоді, (3) представники молоді, яка не має власного бізнесу, (4) ветерани АТО, які завершили військову службу.

Теми, які обговорювалися у фокус-групах³⁸:

- Тіньова економіка як фактор конкуренції в секторі МСБ;
- Оцінка компетентності місцевих органів влади для проведення політики у сфері МСБ;
- Покращення якості бізнес-процесів на підприємствах: інновації та навички персоналу;
- Податкова система (податки та адміністрування податків, спрощений та загальний податковий режим);
- Ставлення бізнесу до держави та довіра між бізнесом і державою;
- Неформальні зв'язки та корупція;
- Просування експорту МСП;
- Переваги та недоліки підприємництва очима молоді, що планує започаткувати свою справу;
- Підприємництво як життєвий вибір: очима молоді, що планує започаткувати свою справу;
- Діловий клімат: очима молоді, що планує започаткувати свою справу;
- Перешкоди для зростання молодіжного бізнесу (молоді підприємці);
- Підприємництво як можливість для зайнятості ветеранів АТО;
- Олігархи та реформи;
- Імідж підприємця в суспільстві.

³⁸ Опис результатів інших фокус-груп буде доступний на сайті ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій» та сайті Програми USAID ЛЕВ.

13.1 Тема 1. Податкова система

Учасники фокус-груп обговорювали основні проблеми загальної та спрощеної систем оподаткування, говорили про розмір податків та податкове адміністрування, спілкування з представниками податкової служби та доступ до інформації про зміни, про те чим відрізняються підприємці, що сплачують та ухиляються від сплати податків, як впливає поведінка підприємців та вибір режиму оподаткування на конкурентоспроможність МСП.

1. Податки та адміністрування податків

На думку учасників фокус-груп, оподаткування не є простим та безперешкодним, адже постійні зміни на законодавчому та нормативному рівнях, високий рівень податкових навантажень та інші труднощі створюють несприятливе середовище для ведення бізнесу.

Розмір податків

Частина респондентів вважає розмір податків та зборів завеликим для свого бізнесу. Вони відзначають, що бізнесу важко сплачувати податки та збори такого розміру – це позбавляє їхній товар рентабельності (*«Якщо я заплачу всі податки, які від мене вимагається, чесно і по повній сумі, то я буду не конкурентний просто на ринку»*). Є респонденти, які вважають, що розмір податкових зобов'язань хоча й великий, проте все ж таки посильний для МСП й сплата податків є важливою частиною своєрідного «соціального договору» в суспільстві. Серед респондентів, які відзначають розмір податків як занадто високий, переважають підприємці, які знаходяться на загальній системі оподаткування. Натомість усіх респондентів турбує непрозорість процесу сплати податків, тобто вони не мають чіткого розуміння на що саме йдуть сплачені гроші. Наприклад, один із респондентів сказав: *«Для чого ми його сплачуємо? Заради чого? Як я можу на сьогоднішній день користуватися тими платіжками, що вже стільки років сплачую»*.

Більшість респондентів зазначають, що, незважаючи на скорочення ставки, зокрема, єдиного соціального внеску, сума, яку вони фактично сплачують, останнім часом зросла. Насамперед таке збільшення податків та зборів респонденти пов'язують з підвищенням мінімальної заробітної плати, що тягне за собою збільшення податкового навантаження. Це добре ілюструє цитата одного із респондентів: *«По факту виходить, що вони нічого не знижують»*.

Звернемо увагу на те, що МСП, які знаходяться на загальній системі оподаткування частіше, ніж ті, хто використовує спрощений режим оподаткування, вважають рівень податків та зборів високим для свого бізнесу. Вони апелюють до того, що ті, хто сплачує усі податки, має закласти їх суму у вартість товару. Таким чином, собівартість товару виходить вищою, ніж у тих, хто податки не платить, або платить не всі. **В результаті МСП, які працюють в законодавчому полі та сплачують усі податки, втрачають в конкуренції порівняно з «сірими» або повністю «тіньовими» підприємствами** (*«...підприємство стає нерентабельне, якщо закласти ті всі видатки у вартість товару, от і все»*). Опитані, які сплачують єдиний податок, вважають його посильним, але все одно, дуже високим. Такий рівень податків та зборів призводить до того, що підприємці реєструють не усіх робітників: *«якщо я оформлю всіх, хто в мене працює, то це... ну це буде мінус»*.

Податкове адміністрування

Усі респонденти скаржаться на відсутність чіткості та зрозумілості правил, за якими здійснюються податкові нарахування. Вони досить часто зустрічаються з двозначностями у законодавстві, вважають нормативні правила занадто складними для звичайного підприємця (*«Для спеціаліста ця інформація, для вузького кола»*). Також не меншою є проблема недоступності інформації. Респонденти одностайні в думці, що отримати однозначну відповідь та чіткі консультації від працівників податкової неможливо: *«...правил як це має поступово бути, чи щодо податкових чи інших законів немає і коли вони будуть невідомо»*. Тому, здебільшого, опитані використовують неформальні зв'язки та знайомства для отримання чіткої інформації. Ті ж, хто не мають подібних контактів, часто

припускаються помилок (при чому іноді не через власну неуважність та незнання, а через неналежну роботу податкових інспекторів) і відповідно потрапляють під санкції, виплачують штрафи. Цитування: *«Ти платиш-платиш все вчасно, потім в тебе все рівно вилазить якась недоплата, якась потім пеня, потім через рік приходиться лист, що тебе вже закривають»*.

Електронна система адміністрування податків є предметом меншої кількості скарг та обурень, та все ж частина респондентів незадоволена її роботою та вважає її «недопрацьованою»³⁹. Відповідно, ця ситуація тягне за собою збільшення часу, витраченого на процес адміністрування податків. Така даремна втрата часу викликає багато незадоволення у респондентів, адже вони могли б використати його на ведення власного бізнесу. Зі сплатою ПДВ ситуація є дещо простішою: підприємці, які сплачують ПДВ через електронні системи, не мають скарг, що *«...за ПДВ ніхто не бігає, ти здав електронну, перерахував гроші на електронний рахунок, провів податкові, декларація автоматично знялася...»*.

Окрім значних часових витрат, незадоволеність викликає кількість та складність документації, яку підприємці мають здавати. Процедура заповнення звітності не є простою, тому МСП потребують консультацій та допомоги. Проте, ще більше труднощів, на думку респондентів, спричиняє часта зміна податкового законодавства, що тягне за собою потребу у постійній адаптації до нових правил та умов. Тобто підприємець, засвоївши один спосіб заповнення звітності, невдовзі має звикати до іншого. Наглядно ілюструє наступні цитати: *«...ти то все зробив, приходиш до них стоїш в черзі дві години, а вони тобі потім кажуть: «вибачте в нас помінялося»*», *«Розумієте, як легко робити, якщо є воно за попередній період, воно все готове і в тебе є оборот, то ти собі просто відкриваєш те, що було, ти собі згадав»*.

Спілкування з працівниками податкових інспекцій також не викликає захвату у респондентів, на їхню думку податківці часто є некомпетентними та корумпованими (*«Вони за посаду заплатили і вони знають, що їх там ніхто з тої посади не змінить»*). Відповідно, МСП **не можуть отримати відповіді на всі необхідні запитання, натомість наражаються на необхідність здійснювати неофіційні платежі чи, так звані, добровільні пожертви**. *«Це сумісно, тобто, Україна та корупція – це єдине»*⁴⁰. Відвідування Центрів надання послуг платникам податків залишає більше негативних, ніж позитивних вражень у респондентів. Найбільше опитаних обурюють великі черги, а отже й великі витрати часу на відвідування таких центрів. Проте, залежно від регіону розміщення МСП, у скаргах підприємців виникають розбіжності. Так, респонденти однієї з областей зазначають, що попри постійне існування черг та некомпетентність персоналу, по-перше, довідки різного характеру легко та швидко отримувати, а по-друге, за необхідності центри можуть працювати у вихідні та святкові дні. Цитування: *«...в інших, навіть великих містах України, там були тільки певні дні приймання, ну потрапити майже неможливо було до реєстраторів. А у нас, у Вінниці, я вважаю, що це більш-менш у пристойному вигляді все»*.

Загалом на думку респондентів, процес сплати податків за останні декілька років майже не змінився. Як **про позитивне нововведення, частина респондентів зазначають про створення електронної системи оподаткування**. Все інше, на думку опитаних, ніяких змін не зазнало. Як і раніше, **досить частими залишаються випадки подвійного трактування законів працівниками податкової служби та вимоги певних дій, що не зазначені у законодавчих та інших регуляторних актах, наприклад оформлення підписки на газети**: *«в податкову ти зайшов, ти винуватий, «Буревісник» випишуй – все з Богом»*.

Респонденти найбільше наголошують на проблемах, що спричинені частими змінами вимог до тих чи інших процедур, зміною бланків. Вони зазначають, що правила змінюються та набувають чинності нові з такою швидкістю, що підприємець не встигає встежити за цим, бо *«міняються всякі ставки», «ти дієш ще по старій схемі», «можна щось пропустити»*. Відповідно, часті зміни та брак інформації спричиняють велику кількість помилок та штрафів. Проте, **причиною штрафів стає не тільки швидка зміна норм та недоступність інформації про нововведення, але й**

³⁹ Дані вносяться до роботи системи електронного адміністрування за результатами 2016 року включно.

⁴⁰ Переклад з російської, оригінал: «Это совместно, то есть, Украина и коррупция – это едино»

некомпетентність працівників податкової, які почасти самі припускаються помилок, за що доводиться пізніше сплачувати підприємцям, «...ну як людина має це вирішувати, якщо це помилка податкової інспекції». Загалом же, розмір штрафів не завжди є посиленням для підприємців, тож іноді така ситуація підштовхує МСП до думок про припинення власного існування. *«Штраф в будь-якому випадку велетенський»*⁴¹.

2. Спрощена податкова система

МСП часто зазначають про труднощі, які виникають під час сплати та адміністрування податків, зокрема про втрату великої кількості часу, неможливість адаптуватись під постійні зміни та високі ставки податкових зборів. Для полегшення процесу сплати та адміністрування податків для підприємств окремого типу було введено спрощену податкову систему. Попри те, що підприємці наголошують на дієвості цієї системи, вони також вказують на негативні сторони такого спрощення, які обмежують їхній бізнес.

Спрощену систему оподаткування респонденти оцінюють здебільшого як таку, що справді зменшує часові витрати та полегшує процес адміністрування і сплати податків. Також позитивним моментом підприємці вважають те, що завдяки спрощеній системі МСП більше не залежить від держави, а покладаються виключно на власні сили. *«Позитивні в тому, що люди є самозайнятими на сьогоднішній день, і ніхто від держави нічого не очікує, і в принципі вже люди самі пробують виживати».* Спрощену систему оцінюють як більш легку в питаннях оформлення звітності, а отже, вона доступна і для людей без спеціальної підготовки. Тобто, така система, як зазначають респонденти, *«допомагає людям, які не мають можливості найняти собі особу, яка буде вести документи обліку»*, тому вони можуть самостійно вирішувати справи, пов'язані з документацією. Як недолік цієї системи відзначають те, що вона не лояльна до юридичних осіб адже, на думку підприємців, за таких умов *«немає можливості вільно використовувати гроші, які знаходяться на рахунку»*. Також як недолік відзначають те, що: *«...береться податок з обороту, а не з чистого прибутку»*.

Використанню деякими підприємствами спрощеної системи для мінімізації оподаткування з метою обійти законодавство, респонденти надають негативну оцінку і вважають, що в державі має створюватися відповідний орган, який би контролював та знаходив подібні схеми. Проте, деякі респонденти заперечують застосування механізмів мінімізації оподаткування сьогодні оскільки: *«...зараз вводиться ЄСВ то й сенс втрачається, бо, фактично, що він в тебе найнятий на роботі, а що він підприємець, ти все рівно маєш платити»*. Майже однотайно респонденти підтримують думку про необхідність розширення переліку підприємств, які знаходяться на спрощеній системі оподаткування, та про зміну критеріїв, за якими можна отримати дозвіл на користування цією системою. *«От скажімо, для чого ввели для тих осіб, що здають в оренду приміщення 300 квадратів... я навіть не знаю чим вони керувалися, що міняє чи він на загальній, чи він на єдиному, здав – получив дохід»*.

Перехід на загальну систему оподаткування

Загальна система оподаткування здається складною чималій кількості підприємств. Адже через значну навантаженість різною документацією МСП витрачають забагато часу на оподаткування та припускаються помилок. Тому перехід зі спрощеної на загальну систему оподаткування здається їм важким процесом, що потребує адаптивного періоду та додаткових фінансових витрат. Усі респонденти вважають, що перехід зі спрощеної системи оподаткування на загальну спричинить чимало труднощів для підприємців. По-перше, збільшення рівня податків вимагатиме від МСП підвищення вартості своєї продукції, при цьому підприємець не матиме можливості належним чином обґрунтувати для свого покупця таке підвищення: «Люди звикли, що твій товар коштує стільки на ринку і ти вже не можеш підняти ціну, бо ти йому аргумент не можеш навести, що ти перейшов на іншу систему». По-друге, загальна система у порівнянні зі спрощеною є дещо важчою для заповнення,

⁴¹ Переклад з російської, оригінал: «Штраф в любом случае велетенский»

тож виникає необхідність наймати бухгалтера, що потягне за собою додаткові витрати, бо «...загальна система – це означає, що вона передбачає вже ведення бухгалтерії і самого бухгалтера». Для того, щоб подолати такі перешкоди, учасники опитування вказують на необхідність введення періоду, в який МСП матиме змогу поступово адаптуватися до нової системи оподаткування та налагодити свої справи, бо «Канікули якісь податкові мусять зробити, тобто то та сама спрощена система тільки назвуть її загальною». Але, перш за все, процес оподаткування за загальною системою має бути спрощений – такої думки дотримуються усі респонденти. Адже це надаватиме можливість підприємцю уникати різноманітних труднощів під час адміністрування, сплати податків та санкцій, які накладає податкова інспекція за помилки, припущені у звітності. Для того, щоб таке спрощення не стало джерелом зловживань, держава повинна вживати відповідних заходів, зокрема, підвищувати фінансову культуру підприємців: «...ось фінансову культуру прищеплювали б підприємцям від найбільш, так би мовити, від найбільш низького, в сенсі – від маленького, за оборотом»⁴².

Рекомендації щодо податкової політики

МСП здебільшого не дуже задоволені процесом адміністрування та сплати податків, тому дають низку порад, що могли б зробити систему оподаткування сприятливішою для ведення бізнесу.

Поради, які надавали учасники фокус-груп для покращення податкових умов, стосуються різних аспектів оподаткування – вони, на їх думку, зроблять систему оподаткування «більш справедливою». Наприклад, підприємці радять встановити податок розміром 3% з оборотного капіталу. Вони вважають, що такий крок зробить систему сплати податків більш справедливою, тому, що кожен МСП буде сплачувати посильну для себе суму, яка залежатиме від успішності його бізнесу («3% – інтереси того, хто мав 10 комбайнів по сусідству там буде враховано, з вас справедливо б взяли і з нього справедливо б взяли»). Інша порада від учасників фокус-груп – ввести податок «митний збір» для тих, хто продає імпортований товар, а також подолати практику «переступів» законів, тобто зробити умови такими, щоб абсолютно усі сплачували податки – це допоможе МСП втримати рентабельність на ринку. Цитування: «А так виходить я піднімаю ціну, сусідній магазин привозить з Польщі контрабанду, приходять до мене платити 1500, приходять до нього платити 700 гривень». Також, респонденти радять змінити спосіб нарахування податків з нерухомості. Зі слів одного з респондентів: «Якщо я ще сплачую за свій гараж, то я ще це, ну, може, зрозумію. Але чому бабуса має сплатити за сарайчик для курочок ту саму суму, яку я сплачую за гараж?».

Є поради, які стосуються такого важливого для юридичних осіб питання, як є зняття заборони на використання власних коштів, або встановлення якогось порогового значення, тобто суми з власного рахунку, яку юридичні особи можуть вільно використовувати. Наприклад: «...для юридичних осіб встановити ліміт якийсь, який би дозволив учасникам цього товариства використовувати кошти, які є на рахунку, на свій власний розсуд, без якихось там обмежень зі сторони держави».

Респонденти наголошують на тому, що держава повинна допомагати підприємцю в адмініструванні податків. Наприклад, виставляти йому податковий рахунок, тобто позбавити МСП необхідності заповнювати купу декларацій, звітів, іншої документації. Цитування одного респондента: «Виставлення рахунків – це дуже хороша ідея. Так само, як воно когось приходило колись». Податкова має надсилати їм чіткі рахунки із сумою, що має бути сплачена. Водночас такий рахунок має бути один, тобто потрібно об'єднати усі податки і виставляти підприємцю загальну суму, а розподілом сплачених коштів між окремими службами повинна займатися держава, а саме «...об'єднати ті всі податки в один, додати ці всі звіти теж в один. А вони там, ці інстанції, нехай самі там розбираються».

Також, респонденти зазначають про необхідність перетворення податкової на сервісно-консультаційну службу, адже наявна сьогодні ситуація створює проблеми недоступності інформації, що не влаштовує МСП, «...мені здається, що

⁴² Переклад з російської, оригінал: «...вот финансовую культуру прививала бы предпринимателям от самого, так сказать, от самого низшего уровня, от маленького в смысле, по обороту»

це така служба, яка повинна ще, насправді, вести, все ж таки, діалог. Це не комп'ютер перед тобою, який стоїть, і ти відправляєш»⁴³.

Респонденти вважають, що для подолання корупції необхідно зменшити частоту контактів МСП з інспекторами податкової служби. Такі контакти мають бути опосередковані комп'ютерною системою, в якій податкова зможе самостійно відстежувати рух товарів та капіталу МСП, *«...і щоб вони працювали з тою базою, а не відволікали працівників фірми від роботи», «Доки ми будемо з ними [податковими інспекторами] візуально зустрічатися, і вони нам будуть візуально перевіряти, доти і буде корупція».* Для полегшення ведення бізнесу потрібно також пом'якшити санкції, що вводяться за проступки. Тобто, перед тим, як виписувати штраф, податкова повинна зробити попередження підприємцю, вказавши на його помилки. Адже чимало МСП не доплачують необхідні суми у бюджет не з власного бажання, а через незнання, неухважність, а іноді навіть через помилки податкових інспекторів. *«Не зразу штрафувати і гроші забирати, а сказати: «ага, зафіксували, давайте це задекларуємо!»- каже один з респондентів.* Наголошують респонденти й на необхідності складання пам'яток для підприємців, де буде чітко зазначено, яких дій та сплат від них вимагає держава, *«...а тепер ось вам документ, ось вам пам'ятка, згідно з якою ви маєте тут сплатити податки».*

Інші питання, що обговорювалися

Найбільш важливими проблемами МСП вважають складність податкової звітності. *«Найголовніше те, що податкова система заважка для тих підприємців, для малого, середнього бізнесу, це завеликий тягар, це найбільша проблема на даний момент»,* необґрунтованість штрафних санкцій, *«...за якісь погрішності, так як ви, ми кажемо космічні, які просто вбивають те підприємство, люде»,* нестабільність законодавчих норм, *«...питання в цій владі, яка постійно експериментує. Двадцять п'ять років експериментують і пробують, а давайте ми так – не виходить, а давайте ми так будемо платити податки».* Респонденти дотримуються думки, що більшість реформ робляться в країні для великого бізнесу, адже МСП дуже важко підлаштовуються під усі зміни. *«Взагалі, завдання влади – знищити мілкий бізнес, щоб не було конкуренції», «В тому то й справа, що всі закони приймаються для великого бізнесу».*

Підприємці занепокоєні проблемою відтоку кадрів, адже багато людей через складність ведення бізнесу в Україні емігрує до інших країн. Стурбованість респондентів викликає також брак робочих місць для молоді, для вирішення цієї проблеми вони радять створювати спеціальні програми у центрах Служби зайнятості, які б могли допомагати випускникам ВНЗ отримати перше робоче місце. Респонденти вважають, що витрати на адаптацію нового працівника до роботи, держава повинна брати на себе, зокрема, вона може сплачувати заробітну плату за перший рік роботи молодих фахівців, *«для молодих спеціалістів, для тих дітей, які випустились з вишів, я би створювала ось ці робочі місця ... мені не потрібні, наприклад, якісь додаткові працівники, але, якщо держава сплачує, можливо, працівник за рік він би обріс вже роботою і, можливо, я б його залишила на цій роботі».*

Висновки

1. Учасники фокус-груп оцінюють розмір податкового навантаження як дуже високий, але для тих, хто знаходиться на спрощеній системі оподаткування, рівень податкового навантаження все ж є посильним. Проте, ймовірність збільшення суми, яку необхідно сплатити, викликає занепокоєння у всіх МСП. Багато питань виникає і з приводу того, куди йдуть сплачені гроші та яким чином вони використовуються. Проблематичними для підприємців є також часті та швидкі зміни законодавчих норм та правил, за якими мають сплачуватися податки, адже це потребує постійної адаптації. Труднощі через постійні зміни спричиняє також відсутність доступу до інформації про оновлення та можливості отримати консультації. Загалом, респонденти вважають процес

⁴³ Переклад з російської, оригінал: «мне кажется, что это такая служба, которая должна еще, действительно, вести, все-таки, диалог. Это не перед тобой компьютер, который стоит, и ты отправляешь»

оподаткування складним для себе, адже він потребує заповнення чималої кількості документації та ознайомленості з усіма нюансами податкової системи. Учасники фокус-групи зазначають, що через таке становище досить частими є помилки у сплаті податків, які спричиняють високі санкції та штрафи. На думку, респондентів процес сплати податків займає дуже багато часу через неналежну організацію роботи податкових служб. Саме спілкування з інспекторами не залишає у підприємців позитивних вражень через некомпетентність та корумпованість працівників податкових служб. Опитані зазначають, що ситуація з оподаткуванням не змінилася на краще впродовж останніх років у переважній більшості аспектів. Як позитивну зміну називають лише введення електронної системи оподаткування

2. Учасники фокус-груп оцінюють спрощену систему оподаткування здебільшого позитивно. Вони вважають, що така система, справді, зменшує часові витрати і полегшує оформлення звітності. Проте учасники опитування однакові в тому, що необхідно розширювати коло підприємств, які знаходяться на такій системі оподаткування. Адже чимало тих, хто потребує особливих умов, сьогодні знаходиться на загальній системі оподаткування. Щодо проблемних сторін спрощеної системи респонденти вказують на її нелояльність до юридичних осіб, що стає перешкодою для вільного використання власних коштів.

3. Учасники фокус-груп вважають, що при переході зі спрощеної на загальну систему оподаткування підвищуватиметься сума податків та зборів – це лякає більшість підприємств. Також проблематичним для себе опитані називають важкість заповнення документації у загальній системі. Відповідно, це спричинить необхідність наймати бухгалтера та потягне додаткові фінансові навантаження.

4. Учасники фокус-груп практично однаково стверджують, що держава повинна сприяти веденню малого та середнього бізнесу, створювати умови для існування підприємств. Вони хочуть запровадження справедливих податків та перенесення навантаження щодо податкового адміністрування на державу, зокрема, впровадити систему виписування податкових рахунків з боку держави, позбавити підприємця необхідності самостійно обраховувати суму податку. Серед пропозицій, які, на думку респондентів, сприятимуть розвитку малого та середнього бізнесу в країні, – зменшення контактів з інспекторами податкової, що допоможе знизити рівень корупції, та підвищення кваліфікації інспекторів до такого рівня, щоб вони могли легко надавати необхідні консультації та допомогу. Бажаним є і пом'якшення штрафних санкцій за помилки та зняття заборони використовувати власні кошти для юридичних осіб.

13.2 Тема 2. Тіньова економіка як фактор конкуренції у секторі МСБ

В ході проведення фокус-групового опитування підприємці мали змогу обговорити питання, які стосувались основних конкурентів їх бізнесу та висловити думку щодо впливу тіньової економіки в цілому та на їх підприємство зокрема.

Більшість респондентів зазначили, що майже не відчують конкурентного тиску з боку інших підприємств, відповідаючи на запитання: «Чи могли б ви сказати, хто є Вашим конкурентом: іноземні чи вітчизняні підприємства? Якого розміру – такого, як Ваші, більшого чи меншого?». Невелика частина респондентів, які відчують конкурентний тиск, зазначили, що це, здебільшого, вітчизняні підприємства одного з ними розміру, які, використовують у своїй діяльності недобросовісні методи конкуренції. До прикладу один з респондентів описує дії своїх конкурентів наступним чином: *«Просто вони недобросовісно ставляться до своєї праці. Вони не думають як дати якісний товар, ось в цьому і проблема»*.

До основних факторів, які збільшують рівень конкуренції, підприємці відносять цінову політику (1), якість обслуговування клієнтів та якість продукції/послуг (2), а також валютні накопичення при нестабільності гривні (3). Респонденти вбачали переваги власних підприємств в досвіді, гарній репутації, гнучкості, володінні всією необхідною

інформацією, індивідуальному підході до кожного клієнта, якості продукції, оперативності, відношенні до людей та наявності власної «фішки, як якесь своє ноу-хау».

Більшість респондентів дотримується думки, що знаходження в тіньовому секторі допомагає підприємству в питаннях конкуренції. До прикладу, один із респондентів сказав: *«А зараз по-іншому ніхто і не працює, за великим рахунком. Тому що, якщо ти будеш чесно працювати, в трубу вилетиш за дві секунди», «Звичайно, що допомагає. У них витрати менші. Вони можуть ціну меншу ставити через те, що податки менші»*. Однак частина опитаних дотримується думки, що знаходження «бізнесу у тіні», залежить від групи споживачів. Якщо споживачами є середні або великі організації, то знаходження бізнесу у тіні, може бути не лише не вигідним, а й завдати збитків та спричинити втрату клієнтів.

Представники мікропідприємств вказали, що не стикались особисто з конкурентами, які працюють в тіньовому секторі. Один з учасників фокус-групового обговорення вказав: *«в тіні навпаки великий бізнес, а в нас ... малий, середній»*. Проте, у якості виключення, респонденти згадали про ринок, на якому присутня певна доля тіньової економіки.

Дискутуючи над питанням, яке стосувалось шляхів виходу з тіньового сектору підприємств, респонденти одноголосно зазначили, що це запитання стосується не стільки бізнесу, скільки чергу повинне адресуватися до держави : *«Держава повинна почати з себе»*. Однак частина опитаних підприємців вважає, що «бізнес зі свого боку, об'єднуючись, може створювати якийсь тиск, диктувати свої умови, включати всі інструменти, які можуть бути цивільні, законні і впливати на державні структури, на які беруть документацію, тобто впроваджують ці правові акти. Тобто створювати тиск і виводити на світло якість, щоб хоча б бізнес почули, щоб ми могли сказати, що ми від себе зробили все».

Однак, не зважаю на таку можливість для об'єданого тиску, усі підприємці говорять, що необхідні заходи для виведення бізнесу із тіні, повинні вживатися державою. Серед таких важливих заходів підприємці називають: стабілізації валютного курсу (1), зменшення податків (2) тому, що: *«...немає сенсу платити податок на шкоду свою зарплату як на самого підприємця, так і по найманому працівнику»*; та врахування сезонності підприємницької діяльності при нарахуванні податків (3). Серед інших заходів вказують надання соціальних послуг населенню, в зв'язку з тим, що *«немає довір'я з тими грошима, чому він (підприємниць) має так багато платити, в той час коли в державі нічого не покращується. Те що вона (держава) робить це сприяє преференції для олігархів»*.

Висновки:

1. МСП відчувають тиск з боку недоброчесної конкуренції, спричиненою тими підприємцями, які ухиляться від сплати податків, використовують «сірі схеми» завезення товарів .
2. Учасники фокус груп, які представляють мікробізнес, висловлювали думки, що корені тіньової економіки ведуть до великого бізнесу, саме там найбільше зловживання та ухиляння від сплати податків, в той час як мікробізнес дотримується усіх вимог, за виключенням роздрібних ринків .
3. Основні сподівання на боротьбу з тіньовою економікою учасники фокус-груп покладають на докорінні зміни в державних органах влади та контролюючих органах.
4. Бізнес може об'єднуватися та відстоювати свої інтереси в боротьбі з недоброчесної конкуренцією.

13.3 Тема 3. Олігархи та реформи

Учасники фокус-груп обговорили питання, які стосувалися питань хто такі олігархи в країні, їх джерела доходу та вплив олігархів на реформи, які відбувається в країні.

Так, у відповідь на питання: «Чи все в Україні залежить від олігархів?», усі опитані зазначили, що про пряму залежність політики та економіки від олігархів. Вони пояснювали це наявністю в олігархів великих статків, які останні використовують з метою набуття політичної влади та використання її у своїх цілях. Загалом учасники фокус-групового обговорення, вказували, що олігархами є бізнесмени, які за допомогою грошей отримують політичну владу, або це «людина, яка спроможна впливати на зміни у владі». На думку опитаних, шляхами отримання прибутку олігархами є прийняття потрібних їм законів (1), «відмивання грошей» (2), створення монополії (3), наявність «доступу до дефіцитних ресурсів» (4), «нечесна боротьба з конкурентами» (5), використання «преференцій» (6), тощо.

Серед учасників фокус-груп склалася думка, що відомі нам українські олігархи є лише невеликою частиною людей, які грають на публіку, інша частина перебуває «за кулісами». Тому вони назвали лише декілька прізвищ людей, які для них є олігархами, зазначивши, що «це люди яких ми бачимо, а хто там насправді, ми не знаємо». Підприємці стверджують, що олігархами можуть бути лише представники великого бізнесу та політики, тобто «ті, хто нечесно через корупцію заробили гроші».

Щодо того чи сприяють олігархи в Україні реформам чи ні, відповіді були однаковими: «Для себе так, сприяють, у своїх інтересах», «Реформи - це що? Це встановлення правил гри. Мені здається, що тільки ті реформи, тільки ті зміни відбуваються, які допомагають встановити правила гри на тому високому якомусь, олігархічному рівні. І часто інтереси цього високого олігархічного рівня прямо суперечать пересічних, дрібних бізнесменів, не кажучи вже про громадян. Для простих людей – гальмують, а для себе – розвиваються».

Думки підприємців, щодо того, що потрібно зробити для зменшення впливу олігархів на політику та економіку, розділись. Так, одна частина стверджує про неможливість зміни теперішньої ситуації, а інша вважає, що треба відділити економічну владу олігархів від політичної завдяки проведенню низки реформ. Такими важливими реформами, на їх думку, є антикорупційна (1), судова реформа (2), та виборча реформа. Цитую: «Якщо олігархам втрачає контроль над судами, то виходить, що вони втрачають і владу»; «Зайшли гравці-монополісти. У нас немає однієї усталеної системи виборів, тому що у нас жодні вибори не проходили за тим же сценарієм, що і попередні»). Респонденти підтримували думку рівності дії закону для всіх без винятку.

Серед порад, які необхідно вжити найближчим часом, опитані підприємці назвали допомогу МСП, шляхом запровадження пільгового періоду або податкових канікул на декілька років для новостворених підприємств; стабілізацію валютного курсу; необхідність «структуризації» хабарів, бо «їх викоринити неможливо, а хоча б структурувати треба». А на перспективу «потрібно правильно виховувати своїх дітей. Бо в нас багато неосвічених людей».

Висновки:

1. Учасники фокус груп висловили думку, про те, що економіка та політика в Україні контролюється олігархічною елітою, з метою примноження особистих економічних благ.
2. Респонденти характеризували олігархів як власників великого бізнесу, які шляхом прийняття потрібних їм законів (1), «відмивання грошей» (2), створення монополії (3), наявності «доступу до дефіцитних ресурсів» (4), «нечесною боротьбою з конкурентами», отримують доходи.
3. Учасників фокус-групового обговорення дотримувались двох позицій щодо можливих змін ситуації. Одна частина не вбачає можливих варіантів змін. Друга частина респондентів покладала надію на проведення низки реформ, які б зруйнували стимули до корупції, та створили систему справедливого правосуддя.
4. Розвиток МСП, на думку учасників фокус груп, допоможе в зміні системи, а для цього необхідно створювати фінансові стимули для підтримки новостворених підприємств.

13.4 Тема 4. Довіра бізнесу до держави як інституту, що регулює економічну діяльність

Аналіз результатів опитування МСП в 2015 році показав, що рівень довіри МСП до держструктур достатньо низький, а образ самої держави складається досить негативний. Для кращого розуміння проблем у відносинах держави та бізнесу, в 2016 році питання формування довіри до держави, ролі держави в регулюванні економіки, основних проблем, з якими стикаються МСП при спілкуванні з представниками контролюючих органів, були обговорені з представниками МСП в фокус-груповому опитуванні.

1. Що таке держава та роль держави: очима підприємців

Щодо асоціацій з самим поняттям «держава», опитані розуміють її як «силу», «систему», «систему законів», «порядок», «регулювання». Це ті смисли, які підприємці вкладають в термін «держава», але на разі, цього не має на практиці. У образі держави учасники опитування вкладають не лише державний апарат та державні органи влади, вони зазначали, що це і «територія», і «кордони», і «населення», і «система управління». Проте, у цьому опитуванні, робився акцент саме на образі держструктур і взаємодії з ними бізнесу, тому у своїх відповідях про відносини з державою, респонденти мали на увазі саме державні органи. Один з респондентів зазначив, що державою повинні бути *«слуги народу, які мають обслуговувати нас, а не ми їх. [Держава] Повинна створювати умови для роботи, а не ставити палиці в колеса»*.

Також, щодо бажаного образу держави, підприємці висловили думку, що держава має працювати відповідно до певної стратегії або плану, а державні органи обов'язково мають бути адекватно структуровані. За словами учасників фокус-групового інтерв'ю: *«Держава - це механізм, який спрямований на перспективну роботу всіх складових частин, певна стратегія, всередині якої є механізми координації та контролю»*.

Асоціації, що виникають у підприємців при питанні про взаємини бізнесу з державою – це податки й проблеми пов'язані з оподаткуванням. Зокрема, представники бізнесу зауважили на такі проблеми: підняття мінімальної зарплати (1), виплат в пенсійний фонд (2). Частина учасників фокус-груп зазначили, що часто зіштовхуються з податковою інспекцією, інші з них -- мають справу з податковою опосередковано, наприклад, через бухгалтерів. Проте проблема, як вказують респонденти, полягає, зокрема, в тому, що дуже часто здійснюється неправильне нарахування податків: *«вони [податкова] трактують по-своєму, законодавство трактує по-своєму, а підприємці трактують по-своєму»*.

На питання з якими державними органами взаємодіють підприємства, окрім податкової, респонденти відповідали, що зіштовхуються час від часу із судом та прокуратурою.

Наступна асоціація з державними органами, що становлять проблему – це контролюючі органи, що здійснюють перевірки, зокрема пожежна інстанція, санепідемстанція. Взаємини бізнесу й держави учасники опитування охарактеризували переважно як «тіньові», «провокаційні», «заплутані», як такі, що мають забагато посередницьких структур. Наразі, для підприємців держава вважається перешкодою для бізнесу. На думку респондентів, ситуація, коли держава є помічником для бізнесу є неможливою, оскільки влада *«законодавчими, чи не законодавчими, легальними або нелегальними чином, намагається задавити дрібний бізнес. Але у них сама мета - не задавити бізнес, а таким способом набити кишені»*.

Окрім цього, інші причини, які роблять державу перешкодою для бізнесу – це неаргументовані відрахування (такі як підняття мінімальної заробітної плати тоді, коли, за словами респондентів, «економіка не піднялась»); корупція; постійні домовленості; підкупи. Тому, відповідаючи на запитання про асоціації з поняттям «державні органи», підприємці описували їх як «вимагачі», «злобні».

Представники бізнесу повторювали думку про те що політична влада і бізнес мають бути розділеними в країні. Цитування : *«Якщо людина стала при владі, вона не повинна керувати своїм бізнесом»*. Адже представники

великого бізнесу асоціюються з «великими акулами, які поїдають дрібне... великий бізнес і державні структури взаємопов'язані».

Учасники фокус-груп також звернули увагу на державну допомогу в збільшенні виробництва. Респонденти часто говорили, що: *«бізнес має більше виробляти, а держава – допомагати виробнику, у нас – податки з'їдають всі доходи»*. Щодо інших функцій держави, підприємці зауважують, що це і функція контролю, і підтримки. Наприклад, допомога при нововведеннях, які мають застосовуватись поступово, щоб бізнес встиг звикнути до нових умов. Тоді як у наших реаліях, на думку респондентів, це відбувається неочікувано.

2. Довіра між бізнесом та державою: інституційний зріз

Респонденти притримуються думки, що довіра це обов'язковий елемент для взаємин бізнесу й держави. Важливо зазначити, що мова йшла про взаємну довіра, адже за їх словами *«довіра [до держави] допомагає у важкі періоди економіки»*. Власне довіра, на думку опитуваних, робить бізнес впевненим, що влада здійснює правильні кроки. Тому респонденти вважають, що у підприємців є бажання працювати над існуванням цієї довіри.

Представники МСП, що брали участь в фокус-групі, погодилися з думкою, що бізнес сьогодні не довіряє державі. Якщо узагальнити їх зауваження, то серед причин недовіри можна назвати такі: непрозорість здійснення процедур в державних органах, адже держава *«не виправляє свої помилки»*; впроваджуються неаргументовані зміни; існують повсюдні домовленості; наявні подвійні стандарти.

В свою чергу, респонденти зазначали, що держава також недовіряє бізнесу: *«по-факту вона [держава] і є бізнес, чиновники – теж бізнесмени. І роблять вони такі закони, які знають, що всі будуть шукати як обходити»*.

Респонденти зауважили, що оцінка політичної ситуації та довіри пов'язані з негативним досвідом кожного окремого підприємства. Підприємства з нижчими фінансовими показниками довіряють державі менше. Не винятковою є ситуація, коли фінансово-благополучний бізнес не завжди довіряє державі. Проте наявність достатньої кількості спеціалістів, які *«загладжують кути роботи з державними органами»*, зменшує питання недовіри до держави. До того ж, говорячи про зворотній зв'язок, респонденти зазначили, що підприємці з *«сліпою довірою»* до держави, навпаки, можуть бути менш успішними в своїх підприємницькій діяльності.

3. Що перешкоджає формуванню довіри

Одна з центральних проблем – збільшення загального податкового навантаження⁴⁴ непропорційно до росту економіки. Власне, представники МСП говорять, що вони готові платити податки, проте за розумних умов: *«Ми отримуємо більше прибутку - добре, ми більше щось відраховуємо. Коли у тебе прибуток зменшується, а чомусь податки збільшуються, то ти не бачиш якогось взаємозв'язку»*.

Для яскравішої ілюстрації проблеми учасниками опитування було наведено приклад Німеччини, де, на їх думку, люди знають куди йдуть їх податки, а це сприяє підвищенню довіри до держави: *«Податкова служба проходить зі звітом, кожен по своєму територіальному округу, і розказує жителям, організаціям, що зібрано стільки-то податків, гроші витрачені туди, туди і туди. У нас немає такої звітності»*.

Повертаючись до податкової інспекції, представники МСП зауважують, що одна з найбільших проблем – неналагоджена комунікація між двома сторонами у процесі оподаткування. Учасники фокус-груп описували досвід при якому їм в інспекції відповідали *«як хочете - так і робіть»*, націлюючись на те, щоб представники бізнесу зробили неправильно, і це дало можливість списати штрафи. Цю проблему, респонденти назвали «проблемою виконання планів», яка стосується не тільки податкової, а також пожежної інспекції. На думку опитаних, контролюючі інстанції стараються зробити все, щоб побільше зняти штрафів. Як тоді такі служби мають діяти? Відповідь МСП – виконання інспекціями ролі консультації, а не контролю.

⁴⁴ Під збільшенням податкового навантаження учасники фокус груп, головним чином, мали на увазі зростання розмірі єдиного соціального внеску в наслідок підвищення розміру мінімальної зарплати на 2017 рік.

Ще одна з перешкод у податковому адмініструванні - *«постійні зміни розрахунків сплати податків»*. Це одна з причин чому більшість представників бізнесу вважають державу перешкодою у веденні бізнесу. За словами респондентів, держава ставиться лояльніше до великого бізнесу: великі галузі, які дають великі прибутки, наприклад, фармацевтична галузь, будівництво, енергетика, алкогольний та цигарковий бізнес.

Як зазначають підприємці, інша значна перешкода для формування довіри бізнесу до держави – це двояке трактування законів: *«в одних підприємців [органи контролю] висували якісь вимоги, а до інших - ні. Це постійно відбувається...Ті, хто перевіряють – некваліфіковані, часто самі не знають що їм перевіряти, а що ні. А те, що пишуть із порушень - часто не є правдивим, безграмотність в державних органах»*. Зокрема, це пояснює чому підприємці стверджують, що повинен бути позадержавний незалежний орган, у якому можна було б отримати консультацію щодо проблем ведення бізнесу. Респонденти зазначали, що з цієї ж причини потрібно створювати товариство підприємців: *«великі спільноти, де були б незадоволені, незадоволені рішеннями державних органів, спільно вирішувати питання в судовому порядку. І це висвітлювати дуже голосно в ЗМІ»*.

На питання, хто конкретно обмежує розвиток бізнесу, респонденти зазначили і податкову інспекцію, і загалом виконавчу владу (в тому числі місцеву), також органи контролю, інспекції що ведуть перевірки та видають дозволи. Наразі проблеми з взаємодією саме з цими органами були найбільш релевантними для учасників фокус-групи, які зазначили, що *«контролюючі органи неадекватно діють по своїй формі – через хабарі, некомпетентність»*. Спрощенням складних і непрозорих процедур пов'язаних з цими органами, на думку респондентів, могли б бути перевірки рекомендаційного характеру, а не здійснювались з ціллю виконати «план на штрафування».

Підвищення хабарів є ще одним негативним чинником, який підсилює недовіру до державних органів. Корупція як явище на низовому рівні продовжує існувати, та «ставки» хабарів й «тарифи на послуги з врегулювання питань» зросли. Учасники фокус-груп повідомляли, що участь в тендерах через систему «Прозоро» є для них досить невідкритою, у якій *«все не прозоро»*. Нерідко респонденти вказували, що у ньому не можливо виграти тендер, якщо ти береш участь чесним способом: *«Підставні фірми. І в тендері виграє тільки той, хто меншу суму запропонує, неможливу в реалізації»*.

На прохання описати позитивні зміни, підприємці висловлювали думку, що в державних органах влади почали більш ввічливо, культурно розмовляти, а електронна звітність і централізована черга тепер економить час. Також учасники фокус-груп висловили думку, що, наразі, прокуратура швидше реагує на заяви про корупціонерів. Загалом, змін негативного характеру підприємці перераховують більше. До позитивних змін підприємці віднесли також, створення «Єдиного вікна». Також схвальними відгуками користуються у підприємців інші державні та комунальні установи, які допомагають з документами: *«в одному комплексі зібрані абсолютно всі послуги. Без черг, мінімум пакет документів - все за вас все роблять. «Центр послуг» - зареєструвати нерухомість, продати щось, купити. Ліцензію отримати, ФОП відкрити-закрити...»*.

4. Неформальні зв'язки та корупція: частина відносин бізнесу та держави

Важливість неформальних зв'язків з посадовими особами для успішного ведення бізнесу є високою. Підприємці зазначають, що такі зв'язки є іноді вирішальним фактором, що *«на дев'яносто відсотків може визначати успіх владнання справ»* пов'язаних з державними органами. Серед особливо важливих були зазначені зв'язки з податковою інспекцією, пожежною безпекою, санепідемстанцією.

«Список єдиних вимог щоб знати, що перевіряти», може пом'якшити проблему взаємодії бізнесу і контролюючих органів. Підприємці, що були учасниками фокус-групового інтерв'ю, вважають, що всі мають бути в рівних умовах. Зараз ситуація інша, підприємець несе відповідальність за свої дії, а чиновник ні. Тут підприємці посилались на міжнародний досвід. Так учасник однієї із фокус-груп, навів приклад Англії у якій, за його словами, відправляють *«до в'язниці майже на всіх рівнях чиновництва тих, хто дає і бере хабарі»*.

З респондентами було обговорено актуальну на час проведення фокус груп, проблему знесення МАФів. До цієї ситуації опитувані підприємці віднесли вкрай негативно, адже, на їх думку, це є яскравим прикладом коли *«крупний*

бізнес поїдає малий». А це в свою чергу, як зауважили респонденти, відбувається саме завдяки неформальним зв'язкам з державними органами, різними домовленостями.

Неформальні зв'язки на запитання *«чи вважає український бізнес допустимим такі неформальні зв'язки»* – опитані відповідають, що вважають вимушеною таку поведінку, й зазначають, що *«багато хто хоче від цього відійти»*. З іншого боку, на питання *«Чи полегшило б ведення справи відсутність корупції?»*, думки учасників фокус-групи розділились. Більша частина вважає, що це полегшило б їх діяльність, бо рівні умови дають більше можливостей, що дозволяє стати їм *«повноцінним учасником бізнес-процесів»*. Проте, окремі респонденти зазначили, що *«коли знаєш кому скільки треба віднести – то так все швидко вирішується»*. То як все ж відноситься бізнес до такого делікатного питання як корупція у бізнесі? Відповідь на це нам може дати думка, до якої згодом приходять спільно опитані: вони висловили прагнення за те, щоб *«окремі послуги»* були узаконені й існували відповідні ціни за різні терміни виконання оформлення, видання дозволів, реєстрації, тощо.

На запитання про те, хто виступає у відносинах бізнесу й державних органів ініціатором хабаря– підприємці відповіли, що виступають зазвичай обидві сторони. Якщо більш точно, то державні службовці ставлять умови, при яких не маєш іншого виходу, як кажуть респонденти *«змушують своєю бездіяльністю»*. Також опитані зауважили, що часто про необхідність хабаря кажуть не на пряму, а розглядають це як *«добровільний внесок»*. Наприклад, за словами одного з респондентів: *«...треба в податкову купити канцтоварів на вісім тисяч, допоможіть»*.

Загалом представники МСП вважають, що корупція – це і проблема, з якою треба боротися, і сам спосіб вирішення проблем. Ці дві сторони хабарництва, на їх думку, є взаємопов'язаними. Але в першу чергу, за словами респондентів, це саме проблема, з якою треба боротися. Корупція є незрозумілою для іноземних підприємців, що працюють в Україні. Так, в одній із дискусій, учасник навів приклад польського бізнесмена, який зазначив: *«якщо я роблю все чесно, правильно та плачу податки – чому я маю платити ще щось додатково?»*

З відповідей респондентів часто важко зрозуміти чому і за що доводиться давати хабарі. Але серед тих проблем, які іноді хабар вирішує для МСП, узагальнено опитані назвали: зменшення суми штрафів (1), отримання дозвільної документації (2), якісне виконання (3) та зменшення терміну виготовлення документів (4).

Єдиного ефективного інструменту для боротьби з корупцією підприємці так і не змогли назвати. Зокрема, учасники дискусій зазначали, що для подолання корупції потрібно змінити самих людей, змінити менталітет українців. Для цього, на їх думку, хорошим варіантом було б обрання прогресивної молоді на різні державні посади, а також жорсткий контроль посадових осіб і їх діяльності. Була також висловлена думка, про те, що контроль посадовців повинен бути не лише за їх доходами, а і за витратами.

5. Бізнес-асоціації, громадські організації та приватний сектор – як посередники у відносинах з державою

Підприємці регулярно звертаються до приватного (недержавного) сектора для захисту своїх інтересів у взаєминах з державою. Це юристи та адвокати, приватні консультаційні центри, бізнес-асоціації та громадські організації. Приватні консультаційні центри допомагають вирішити питання, які пов'язані з браком інформації або недостатнім рівнем компетенції підприємців через складність законодавчих та нормативних вимог, часті зміни вимог та процедур в конкретних випадках. Так, учасники дослідження звернули увагу на те, що часто такі приватні консультаційні центри засновуються колишніми державними службовцями, які справді компетентні у своїх сфері. Цитування одного з учасників фокус-групи: *«Відкрили своє консультаційні агентства, які допомагають вести бізнес, і кажуть, як правильно, коректно робити за нашим законодавством...це компетентні люди, які пішли з держорганів і тепер заробляють краще»*.

Підприємці зазначили, що часто звертаються до приватних адвокатів для захисту своїх інтересів, які порушені державними органами влади. В той час як до громадських організацій для вирішення таких питань звертаються вкрай рідко, адже, як зазначають учасники опитування – *«заплатив – отримав»*, а *«безкоштовні органи»* не в змозі надати

таку допомогу. Така ситуація пов'язана не стільки з недовірою до громадського сектору, скільки із загальною скептичністю щодо можливості у ефективної діяльності громадських об'єднань. Загалом, учасники опитування зазначили, що довіряють міжнародним організаціям, таким як ОБСЄ, Червоний хрест.

Бізнес-асоціації, на думку опитаних, можуть грати значну роль у вирішенні питань МСП. Один з учасників фокус-групи навів приклад щодо асоціацій: *«через зміну Закону про регуляцію туристичного бізнесу, наразі, самі представники створюють офіційно зареєстровану асоціацію, яка буде контролювати, регулювати та допомагати тур-бізнесу»*, адже, за словами респондентів - *«держава від цього відмовилась»*. Учасники фокус-групи зазначали, що основною перевагою таких асоціацій є добровільний характер об'єднання, які створюються з конкретною ціллю.

Що треба для відновлення довіри: різні пропозиції від підприємців

Відповідаючи на питання про те, якими мають бути відносини бізнесу і держави, підприємці робили акцент на прозорості і чесності. Основна думка -- повинні існувати однакові умови для всіх: *«ті, хто заробляють великі гроші, вони вміють так обходити податки, і так в офшори закидати гроші, що в підсумку, виходить велика несправедливість. Ті, хто заробляє мало - їх заклують податками, штрафами, хабарями... Закони повинні бути однакові для всіх, і в тому числі для наших можновладці. Закони мають писатися так, щоб було вигідно працюючій людині»*.

Одночасно з цим, були виражені думки щодо іншого боку проблеми. Зокрема, підприємці вважають, що менталітет українців (які *«не перестануть брати хабарі»*) формує політику держави. Проте, учасники фокус-групи зійшлись думками на тому, що і населення, і органи влади між собою пов'язані в процесі реформування, зміна в сторону прозорості обов'язково повинна бути взаємною. Думки респондентів щодо шляхів відновлення довіри бізнесу до нашої держави є дуже різними. Часто висловлювалась думка про те, що треба навести порядок. Для відновлення взаємодовіри не вистачає диктатури *«хазяїна»*, *«господаря»* держави. Тобто держава не виконує свої функції, вона слаба, тому не викликає довіри. Щоб аргументувати таку тезу, учасники фокус-групи наводили приклад Чилі – як країни, де економіку підняв диктатор. Зі слів респондентів, в Україні теж для появи цієї довіри необхідно, щоб держава виступала авторитетом. Цитування одного з учасників фокус-групи : *«..має бути хазяїн, який відновить виробництво, створить необхідні для цього реформи закони та умови»*.

Звичайно застосування інструментів, які притаманні для відкритого та демократичного суспільства, також очікується підприємцями. Для відновлення довіри потрібна прозорість в діях влади (1), публічна звітність (2) і відсутність безпідставних покарань за порушення (3). Також вагомим кроком буде реальна боротьба з корупцією, адже, за словами респондентів *«корупція і довіра до держави – несумісні речі»*. Стабілізація макроекономічних показників є важливими кроками, які необхідні для повернення довіри бізнесу до держави. На думку підприємців, це в першу чергу стабілізація курсу валют, відновлення виробництва. Окрім цього, побутувала думка про те, що у поверненні довіри до держави є бажання, щоб державні органи *«як мінімум, просто не заважали вести бізнес»*.

Повернення довіри до місцевої адміністрації, судів та Національного банку мають бути пріоритетними в політиці держави. Враховуючи тенденції сучасної ери інформаційних технологій, респонденти серед бажаних заходів для покращення взаємодії бізнесу й державних органів зазначали також важливість постійної онлайн-підтримки, яка: а) нівелювала б не кваліфікованість персоналу, й особистісний фактор у вирішенні питань; б) надавала б консультацію незалежно від місця перебування підприємця. Наприклад, один з підприємців зазначив: *«будь-які взаємодії з тією ж податковою, щоб можна було в онлайн-режимі поставити запитання. І кваліфіковані кадри могли відповісти. І щоб ця відповідь уже була однаковою для всіх»*.

На питання про можливу підтримку від громадських організацій, представники МСП відповідали, що вона була б доцільна для підтримки розвитку бізнесу загалом, наприклад, через розробку та просування законодавчих ініціатив, як то спрощення системи звітності й оподаткування, а також підтримку виробництва та промисловості. З іншого боку, представники МСП, що брали участь у фокус групах, досить скептично ставляться до реального потенціалу громадських чи міжнародних організацій змінити ситуації недовіри до держави. Також респонденти зауважили, що

такі громадські об'єднання можуть приносити користь розповсюджуючи інформацію публічно, допомагати у створенні об'єднань та продукувати законодавчі ініціативи.

Крім цього, з-поміж можливих кроків поліпшення взаємозв'язків держави і бізнесу, були названі ще, такі як: пільги для малого середнього бізнесу (1); зниження комунальних платежів (2); відміна вимоги до розміру мінімальної зарплати (3). В загальному, думки респондентів зійшлися на тому, що окремі кроки не будуть мати такий значний ефект, адже для зміни держави та відносин держава-бізнес має змінитись не одне покоління, зокрема і тих, хто знаходиться при владі. Так само і бізнес повинен, на думку учасників опитування, бути чесним, частина учасників фокус груп наголошували, що бути чесним можливо «якщо для цього створені умови». Ще одним із запропонованих способів відновлення довіри – була пропозиція створення *«контролюючого органу над контролюючими органами»*. Втім, більшість респондентів, після обговорення, зійшлися на думці, що і це не допоможе тому, що тут теж продовжуватиме грати роль менталітет українців та практика корупції. Тому учасники обговорення погодилися з тезою, що боротьба з корупцією є одною з центральних проблем сьогодні, а понесення однакового для усіх суттєвого покарання – може ефективніше сприяти її подоланню.

Висновки

1. Асоціації, що виникають у підприємців при питанні про взаємини бізнесу з державою – це податки й проблеми пов'язані з оподаткуванням, проблеми з контролюючими органами, що здійснюють перевірки, зокрема пожежна інстанція, санепідемстанція. Учасники фокус-групи описували відносини бізнесу й держави переважно як «тіньові», «провокаційні», «заплутані», як такі, що мають забагато посередницьких структур.
2. Респонденти дотримуються думки, що довіра – це обов'язковий елемент для взаємин бізнесу й держави і оцінюють ці відносини в країні як такі, що є недовірливими.
3. До основних причин недовіри бізнесу до держави відносяться: непропорційне до росту економіки збільшенні розміру податкового навантаження на малий бізнес через підвищення мінімальної зарплати, неоднозначне трактування законів та нормативних актів, а також створення таких умов, де корупція є єдиним шляхом вирішення справ з державними установами. Крім цього, бізнес вимагає створення лояльної системи оподаткування як до представників великого бізнесу, так і до представників малого бізнесу.
4. Ставлення МСП до неформальних зв'язків з представниками державних установ та корупції є неоднозначним. Часто учасники фокус груп осуджують таку форму відносин бізнесу з владою, при цьому не готові відмовитись від такої зручного способу вирішення питань.
5. Підприємці частіше звертаються до приватного сектору для захисту своїх інтересів у взаєминах з державою, а саме до юристів та адвокатів, приватних консультаційних центрів та бізнес-асоціацій.
6. Для відновлення довіри потрібна прозорість в діях влади, публічна звітність і відсутність безпідставних покарань за порушення.

13.5 Тема 5. Імідж підприємця

Один з важливих аспектів дослідження підприємництва в Україні – це вивчення ставлення суспільства до підприємця як такого. Для того, щоб сформувані узагальнення суспільних уявлень про образ українського підприємця, краще зрозуміти яким бачить підприємця суспільство, було додано блок питань на цю тему до різних тематичних фокус-груп по різних містах України, це дало можливість

Респонденти фокус-груп описали імідж підприємця неоднозначно. В більшості випадків, підприємці зійшлися на думці, що багато хто ставить до власників бізнесу із заздрістю або ж, як зазначали респонденти, *«ніби ти собі все*

це награвував». Якщо говорити про позитивні риси, на думку підприємців, образ підприємця асоціюється з «успішністю», «ризикованістю» та «амбітністю». Але, за словами респондентів, переважно їх не розглядають як агентів економічного прогресу чи тих, хто створює робочі місця. В той час як характеризують як тих, хто *«бере багато грошей, але мало платить»*. Також учасники фокус-групи зазначили, що про підприємців іноді думають наче їм пощастило і вони корупціонери, а також частина людей схильні до думки, що підприємці використовують інших.

З іншої ж сторони, багато респондентів говорили, що знову ж таки все залежить від людей та самих представників бізнесу. Якщо, наприклад клієнти задоволені твоєю роботою – вони будуть рекомендувати тебе іншим й оцінюватимуть позитивно твою діяльність. Тому на запитання чи впливає імідж підприємця на діяльність його бізнесу – респонденти відповіли, що це залежить від того, як підприємець поставиться до клієнта, і від того, який імідж сам собі створить. Загалом же, на думку опитаних, це не надто впливає на діяльність підприємства, хоча звісно грає свою роль. Цитування одного з учасників фокус-групи: *«Якщо чесно, мені не допомагає і не заважає... Мені не все одно, але сказати, що я прямо не сплю ночами через це.. До того ж, як правило, ті в кого поганий імідж - вони плювали на думку інших»*.

Як зазначили підприємці, хтось думає про них, що *«ти красавчик, якщо ще виживаєш в цій країні»*; що підприємці *«супер-герої нашого часу, які не зважаючи ні на що заробляють, виживають, створюють робочі місця і поповнюють казну»*, інші ж називають підприємців *«шкуродерами»* та *«куркулями»*. На їх думку, такі негативні конотації залишилися ще з часів СРСР: *«Це совок за нами тягнеться.. менталітет все одно не змінився ти в селі взяв землю, ти фермер – ти куркуль. І зараз дивляться, а ти чого на церкву нічого не здав? Ти ж фермер»*. Учасники опитування вважають, що, зокрема держава створює цей негативний образ підприємництва. Самі державні органи, на їхню думку, хочуть «втягти» побільше з підприємців, адже постійно вважають, що вони щось винні державі: *«Влада нас розуміє як таких мішків, з яких можна щось взяти»*. Разом з цим, респонденти відверто відповіли, що це характерна для людини риса є в обох сторін: *«Ну держава завжди думає, що ми мало їм платимо, ми завжди думаємо, що вони багато від нас хочуть. Так само підприємець думає, що працівник не допрацьовує, а працівник думає що йому мало платять»*

Якщо ж повертатися до ставлення громадськості загалом – то тут часто переважає неоднозначне відношення людей до підприємців. Деякі респонденти зазначали, люди бувають дуже різні: є ті, хто думають, що людина доклала зусиль щоб досягти чогось, а є люди, які самі бояться підприємництва, бояться відповідальності і бачать у цьому лише погані характеристики. Так один з учасників опитування зазначив: *«більшість людей, коли дивляться, що у людини щось виходить, потім починається: так, тобі ж легше. У тебе машина є. Ось у тебе гроші є. А хто тобі заважає встати о четвертій ранку, і лягти о першій годині ночі?»*

В цілому учасники опитування зауважували, що часто риси підприємництва загалом асоціюють з капіталістичним підходом, наприклад, іноді люди вважають, що підприємець і робота на нього - це експлуатація і мінімальні соціальні гарантії. З іншої ж сторони, це більші матеріальні можливості й спосіб досягти успіху. До того ж, за словами респондентів, підприємці в суспільстві – це ті, коштом яких продовжує існувати виробництво, впроваджуватися інновації, різноманіття вибору, можливість порівнювати послуги тощо. Але, на жаль, зі слів респондентів, можна зробити висновок що так підприємців розглядає на сьогодні незначна частина суспільства. Одна з причин більш негативного образу підприємці, на думку опитаних представників МСП – це загальний низький рівень життя: *«люди у нас погано живуть, і більшість заздрісно дивляться. У нас завжди так було, що в чужій кишені грошей більше здається»*.

Без особливого розуміння, за словами респондентів, ставляться до підприємців ті, хто ніколи не мали подібного досвіду: *«Будь-якого рівня - ті, хто не пройшов цей шлях навіть мінімально, як і раніше сприймає так, що підприємець всім винен - повинен платити зарплату, платити податки, утримувати вулиці і забезпечити порядок - якимось так. А ті, хто самі в цьому «варяться», ті просто один одному співчують»*. Таку думку підтримало багато респондентів, вони вважають, що це ,зокрема, через загальну «безграмотність» у фінансових

питаннях, адже не розуміють цілком скільки сьогодні підприємцю необхідно витратити. Тому частина суспільства, як зазначають підприємці, думають, що це заслуга батьків, або ти отримав «карт-бланш», на що респонденти зазначають: *«А хто заважає? Ставай поруч - отримуй такий же...коли у нас в Україні буде хоча б 60% -70% підприємців, тоді у нас імідж зміниться. Тобто ніколи»*

Ще один негативний образ, що часто пов'язують з підприємцями – це «корупціонери». Але, загалом представники МСП зауважили, що це скоріше стосується більшого бізнесу. Щодо того, чи залежить імідж від зав'язків із владою – то тут самі підприємці сказали, що мають таку думку: *«сам про багатьох підприємців так думаю. Бо зараз, реально, успішні підприємці ті, хто має відношення до влади.. я правда реально бачу, що ті, хто там в міській раді, то в них все добре виходить. Але це залежить від конкретної людини»*

Однак існує й позитивне сприйняття підприємця. Як влучно зауважили опитані, сам підприємець – це психологічний портрет, який з часом, на їх думку, теж змінюється: *«Раніше як говорили? Не розведеш - не проживеш. І тому подібні афоризми. А зараз, на мій погляд, йде вже в сторону більш партнерських відносин»*. До того ж, також представники МСП зауважили, що це ставлення залежить від вікових категорій. Зокрема, вони вважають, що більш молоде покоління, яке або пробувало займатись чимось, або має багато друзів і знайомих у сфері бізнесу – у них формується більш позитивний образ підприємця, ніж у людей старшого віку.

Висновки:

1. На думку учасників фокус-груп, однозначного образу підприємництва в суспільстві не має. Одна частина суспільства, за словами опитаних, відноситься до підприємців скептично та із заздрісно, інша частина -- розуміє, що в діяльності підприємців є дуже багато необхідних суспільству позитивних аспектів і й саме підприємці є рушієм економічного та суспільного розвитку.
2. Основна причина, на думку учасників дослідження, негативного ставлення до підприємців полягає в нерозуміння населенням витрат, які потрібних для ведення бізнесу, загальне фінансове неблагополуччя, і до того ж залишається сформований державою образ підприємця-спекулянта, який «постійно щось винен».
3. Поступово зі зміною поколінь, буде збільшуватися частка тих, хто не перебуває під впливом радянських стереотипів про «підприємців-спекулянтів», за умовами, коли сам підприємець також буде змінюватися, *«ставати чеснішими»*, ставлення до підприємництва безумовно буде позитивним.

Додаток 1. Аналіз даних

Для узагальнення отриманих в ході дослідження даних використовувалися наступні методи обробки інформації:

- Статистичний аналіз соціологічних даних;
- Побудова індексів та агрегованих показників (confidence/composite indicators);
- Розрахунок «ціни» дотримання регуляторного законодавства.

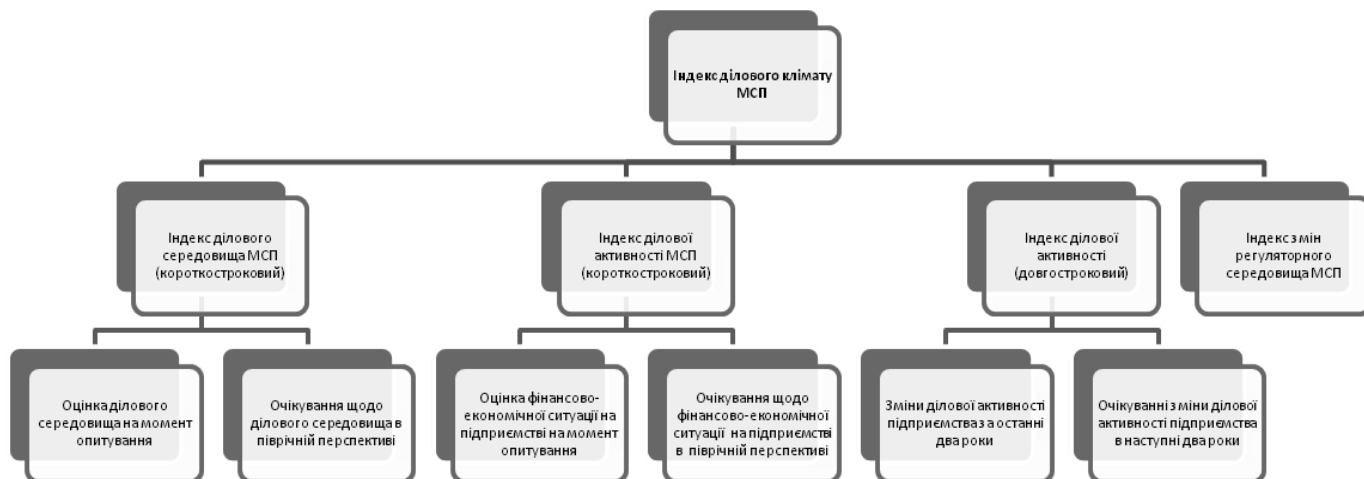
Індекси та агреговані показники (confidence/composite indicators);

Автори розробили ряд статистичних показників, або індексів, які узагальнюють різні характеристики сектору МСП, регуляторного клімату та ділового середовища.

Основним показником для національного рівня є *індекс ділового клімату*, який складається з чотирьох субіндексів: *індексу ділового середовища*, *Індексу ділової активності (короткостроковий)*, *індексу ділової активності (довгостроковий)* та *індексу змін регуляторного середовища*. Індекс ділового клімату обчислюється як середнє арифметичне значень субіндексів.

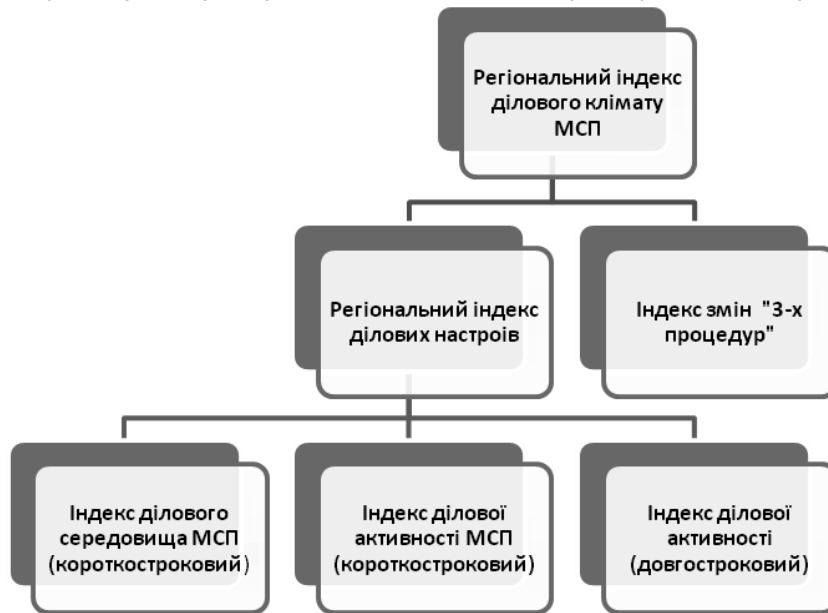
З 2016 року показники ділового клімату розраховуються для усіх областей України. При порівнянні стану ділового клімату в регіонах використовується *регіональний індекс ділового клімату*. Його відмінність від національного індексу ділового клімату полягає у тому, що до його складу замість індексу змін регуляторного середовища, включено *індекс змін «3-х процедур»* (Див. нижче).

Рис. 150. Система індексів, що використовується у «Щорічній оцінці ділового клімату» для національного рівня



Індекс ділової активності (короткостроковий) обчислюється як середнє арифметичне базового індексу оцінки фінансово-економічної ситуації на підприємстві на момент проведення опитування та базового індексу очікуваних змін фінансово-економічної ситуації через півроку.

Рис. 151. Система індексів, що використовується у «Щорічній оцінці ділового клімату» для регіонального рівня



Кожен із субіндексів, в свою чергу, обчислюється як середнє арифметичне базових індексів.

Зокрема, *Індекс ділового середовища* обчислюється як середнє арифметичне базового індексу оцінки ділового середовища на момент проведення опитування та базового індексу очікуваних змін ділового середовища через півроку.

Індекс ділової активності (довгостроковий) обчислюється як середнє арифметичне базового індексу змін ділової активності підприємства за минулі два роки з моменту проведення опитування та базового індексу очікуваних змін ділової активності на два роки.

Індекс змін регуляторного середовища обчислюється як середнє арифметичне таких базових індексів:

- Індекс змін в процесах та умовах реєстрації;
- Індекс змін в процесах та умовах, пов'язаних з користуванням приміщень;
- Індекс змін в процесах та умовах, пов'язаних з отриманням ліцензій;
- Індекс змін в процесах та умовах, пов'язаних з отриманням сертифікатів відповідності та санітарних висновків;
- Індекс змін у ситуації з перевітками;
- Індекс змін в процесах та умовах, пов'язаних з імпор্তними операціями;
- Індекс змін в процесах та умовах, пов'язаних з експортними операціями;
- Індекс змін в процесах та умовах адміністрування та сплати податків;

Індекс змін «3-х процедур» використовується при порівнянні змін регуляторного клімату в регіонах. Він описує зміни трьох процедур, з якими найчастіше зустрічаються підприємці. Ними є процедури пов'язані з реєстрацією, перереєстрацією та внесенням змін до реєстраційних документів, процедури пов'язані з перевітками та процедури пов'язані зі сплатою та адмініструванням податків. Індекс змін «3-х процедур» обчислюється як середнє арифметичне таких базових індексів:

- Індекс змін в процесах та умовах реєстрації;
- Індекс змін у ситуації з перевітками;
- Індекс змін в процесах та умовах адміністрування та сплати податків;

Рис. 152. Індекс змін регуляторного середовища МСП та його складові



Рис. 153. Індекс змін «3-х процедур» та його складові



Базові індекси обчислюються за методологією, яка використовується в дослідженнях ділових настроїв (Business Tendency Survey),⁴⁵ як різниця між часткою позитивних та негативних оцінок, переведених у формат від -1 до 1. Коли респондент відповідає, що показник збільшився, його відповідь зараховується як +1, вказівка респондент на незмінність показника – зараховується як 0, якщо ж у відповіді фіксується зменшення показника - то як -1. Наприклад, якщо зі 100 респондентів 20 вказали на покращання ділового середовища, 50 респондентів відзначили його

⁴⁵ OECD (2003), Business Tendency Survey – A Handbook, OECD

погіршення, і 30 констатували, що все залишилося без змін, то відповідне значення індексу буде -0,30. Додатне (від'ємне) значення індексу означає, що частка респондентів-«оптимістів», є більшою (меншою), ніж частка «песимістів». Кожний індекс більший за +0,09 або менший за -0,09 є статистично значущим і відрізняється від нуля з ймовірністю помилки 5%.

«Ціна» дотримання регуляторного законодавства

При обрахунках «ціни» дотримання регуляторного законодавства за основу бралася методика подібна до підходу, що використовувався у звітах, підготованих в межах консультативної програми Групи Світового банку в 2000-2011 роках в Україні⁴⁶ та звіту щодо стану бізнес середовища в 1999-2004 роках⁴⁷. Разом із цим, автори дослідження застосували процедури зважування даних, що дозволили більш точно та статистично відобразити ціну дотримання регуляторних вимог для МСП в середньому

Визначення ціни здійснювалося для наступних типів регулювань:

- Реєстрація підприємств у всіх необхідних інстанціях.
- Регулювання використання приміщень (включають будівництво та ремонт і перепланування).
- Ліцензування.
- Технічне регулювання продукції та послуг.
- Державного нагляду та контролю.

Визначена з дослідження ціна – ціна дотримання регулювання (ЦДР) складається з витрат, які МСП мали при проходженні основних регуляторних процедур – реєстрації, ліцензування, отримання сертифікатів відповідності, отримання санітарно-гігієнічних дозволів та державного нагляду (перевірок). При обрахуванні ЦДР враховувалося покриття зазначеними процедурами. Це можна зобразити наступною формулою:

$$\text{ЦДР} = \sum \left[\text{ЗВРП}_n * \frac{\text{Покриття}_n}{100\%} \right],$$

де ЗВРП_n (грн.) – загальна вартість проходження певної регуляторної процедури (реєстрації, ліцензування, отримання сертифікатів відповідності, отримання санітарно-гігієнічних дозволів та державного нагляду); покриття_n (%) – це відсоток компаній, що визнали принаймні один випадок проходження регуляторної процедури за поточний рік.

Загальна вартість кожної процедури (ЗВРП) складається з прямої вартості регулювань (ПВ) та непрямої вартості (НВ).

ПВ виконання будь-якої процедури включає кількість грошей, яку підприємство повинно під час цієї процедури заплатити (наприклад, отримання реєстраційного свідоцтва, ліцензії, іншого дозволу). Ця вартість включає як офіційні, так і неофіційні платежі:

- Прямі офіційні витрати складаються з офіційних зборів та мит, платежів за проведення експертизи та оцінки, нотаріальних платежів, платежів юристам або посередникам, штрафів тощо.

⁴⁶ Див. «Інвестиційний клімат в Україні: яким його бачить бізнес», Міжнародна фінансова корпорація, 2011
http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/fad199804b74511b924bb36eac26e1c2/IC_report_2011_ukr.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fad199804b74511b924bb36eac26e1c2

⁴⁷ Див. А. Паляниця «Дослідження бізнес середовища, Україна 2004», Київ 2004,
http://siteresources.worldbank.org/INTUKRAINE/Resources/Ukraine_CODB_2004_Ukr.pdf

- Неофіційні витрати складаються з “добровільних пожертв” та неофіційних платежів (хабарів).

Іноді підприємствам необхідно отримувати дозволи або виконувати вимоги декількох державних органів одночасно. З урахуванням цього, в анкеті було передбачено можливість відповіді окремо стосовно платежів у кожне відомство і по кожному типу. Додатково, через те що часто МСП не могли оцінити витрати за різними органами (напрямами) окремо, була передбачена можливість зазначити сумарну кількість коштів (часу), витрачених на проходження процедури (варіант «ЗАГАЛОМ»). Для обрахунку ЗВРП використовувалося усереднене значення даних, наведених у пункті «ЗАГАЛОМ». У випадку відсутності таких даних та за наявності відповідей окремо стосовно платежів у кожне відомство і по кожному типу загальна сума обраховувалася для кожного МСП окремо через створення нової змінної, після чого розраховувалося їх середнє. Лише ті МСП, що вказали хоча б один компонент, бралися до уваги в обрахунках (у випадку наявності пропущені значення приймалися за нулі).

НВ враховує кошти, пов’язані із затратами робочого часу працівниками підприємств. Спочатку будуть порашовані часові затрати (тривалість проходження процедури), які множаться на величину середньої заробітної плати за регіоном місця знаходження підприємства на момент проведення дослідження.

ЗВРП обраховувалася як сума середніх арифметичних даних (сума ПВ і НВ) для всієї вибірки.

Крім загальної вартості («ціни») дотримання регулювання опитування дозволяє визначити окремо ціни таких типів регулювань (як загальні, так і офіційні та неофіційні витрати):

1. Реєстрація підприємств у всіх необхідних інстанціях
2. Регулювання використання приміщень, що включають:
 - 2.1 Будівництво
 - 2.2 Ремонт та перепланування
3. Ліцензування
4. Технічне регулювання продукції та послуг (сертифікація та санітарно-гігієнічне регулювання)
5. Інспекції
6. Регулювання імпорту
7. Регулювання експорту.

Таблиця 43. Дані для розрахунку загальної вартості регуляторної процедури

#	v1	v2	v3	v4	v5	v6	v7	SUM	Пряма вартість	v8	v9	Непряма вартість
1	400	50	-99	-99	550	-99	1000	1000	1000	6	145	870
2	600	-99	-99	-99	100	-99	-99	700	700	4	300	1200
3	450	50	-99	-99	-99	-99	500	450	500	9	145	1305
4	325	300	-99	-99	-99	-99	600	625	625	12	225	2700
5	-99	-99	-99	-99	-99	-99	-99	-99	-99	1	300	300
6	-99	-99	-99	-99	-99	-99	-99	-99	-99	5	180	900
7	500	-99	300	-99	-99	-99	100	800	800	6	275	1650
8	-99	-99	-99	-99	1000	5000	-99	6000	6000	5	275	1375
9	350	-99	-99	-99	-99	-99	350	350	350	10	145	1450
10	2000	-99	1000	-99	500	550	4000	4050	4050	14	300	4200

- номер спостереження (1...i)

v1 – офіційні платежі

v2 – платежі за проведення експертизи та оцінки

v3 – витрати на нотаріальні посвідчення

v4 – платежі юристам та посередникам

v5 – добровільні пожертви

v6 – неофіційні платежі

v7 - ЗАГАЛОМ

v8 – тривалість (днів)

v9 – середня вартість одного робочого дня за регіоном ($= \frac{\text{середня заробітна плата за регіоном}}{\text{кількість робочих днів протягом року}}$)

-99 – пропущене значення (невідповідь)

У таблиці виділено створені змінні.

Змінна «SUM» розрахована як сума змінних v1, v2, v3, v4, v5, v6, пропущенні значення (-99) приймаються за нуль.

Змінна «Пряма вартість» обраховується як або значення змінної v7 (ЗАГАЛОМ), або значення змінної SUM (у випадку, якщо значення змінної v7 відсутнє або значення змінної SUM більше схоже на правду).

Змінна «Непряма вартість» = $v8 \cdot v9$

Для розрахунку ЗВРП обраховується середнє значення прямої вартості для всієї вибірки та середнє значення непрямої вартості для всієї вибірки, значення додаються (при підрахунку середніх пропущені значення (-99) ігноруються):

$$\text{ЗВРП}_n = \text{середнє}(\text{ПВ}_i) + \text{середнє}(\text{НВ}_i) = 1753,25 + 1595 = 3348,25$$

Таблиця 44. Дані для розрахунку "ціни" регулювання

ЗВРП ₁	П ₁	ЗВРП ₂	П ₂	...	ЗВРП _n	П _n
10000	52%	5000	30%	...	7000	22%

де П_n – покриття відповідною регуляторною процедурою.

«Ціна» державного регулювання розраховується наступним чином:

$$\text{ЦДР} = \text{ЗВРП}_1 \cdot (\text{П}_1 / 100\%) + \text{ЗВРП}_2 \cdot (\text{П}_2 / 100\%) + \dots + \text{ЗВРП}_n \cdot (\text{П}_n / 100\%) = 10000 \cdot 0,52 + 5000 \cdot 0,3 + \dots + 7000 \cdot$$

Додаток 2. Перешкоди для розвитку МСБ – точка зору експертів

Рис. 155. Перешкоди для розвитку МСБ за регіонами

Вінницька область

- відсутність кадрового забезпечення;
- відсутність фінансово-кредитного забезпечення;
- нестабільність правил введення бізнесу.

Волинська область

- наявність економічної кризи та інфляція;
- не ясність перспектив подальшого розвитку;
- відсутність кредитування

Дніпропетровська область

- податкове навантаження;;
- регуляторна політика;
- загальнодержавна політика

Донецька область

- недостатність фінансово-кредитних ресурсів;
- некомпетентність керівництва в економічних питаннях;
- нестабільність фінансової системи.

Житомирська область

- незрозумілість фінансово-кредитної політики влади;
- недостатньо компетентних працівників;
- процедури, які пов'язані із початком роботи.

Закарпатська область

- несприятлива фінансово-кредитна політика влади;
- неврегульованість законодавства;
- недостатньо професійних кадрів.

Запорізька область

- нестабільність законодавства;
- відсутність програм розвитку підприємств;
- перерозподіл нерухомого майна.

Івано-Франківська область

- несприятлива монетарна політика;
- підвищення тарифів і податків;
- падіння купівельної спроможності.

Київська область

- нестабільність нормативно-правового поля;
- адміністративне навантаження;
- підвищення тарифів на ЖКП.

Кіровоградська область

- надмірне державне регулювання підприємств;
- податкове навантаження на бізнес;
- високі кредитні відсоткові ставки.

Луганська область

- непередбачуваність законодавства;
- нестабільність податкового кодексу;
- корупцію.

Львівська область

- проблема доступу до місцевих ресурсів;
- складність податкового адміністрування;
- низька купівельна спроможність населення.

Миколаївська область

- низька купівельна спроможність населення;
- відсутність кредитування;
- несприятлива податкова політика.

Одеська область

- складність доступу до ресурсів (зокрема кредитних);
- відсутність діалогу з владою;
- корупція.

Полтавська область

- проведення антитерористичної операції;
- некомпетентність керівників МСБ;
- збільшення мінімальної заробітної платні.

Рівненська область

- велика ставка Єдиного соціального внеску;
- неможливість отримати кредити у вітчизняних банках;
- зростання рівня безробіття.

Сумська область

- відсутність кредитування;
- нестабільність валюти;
- ускладненість процедури відкриття бізнесу

Тернопільська область

- нерозвиненість лідерських якостей;
- недостатність фінансових ресурсів;
- непередбачуваність економічних умов.

Харківська область

- несприятливе законодавство;
- мораторії на перевірки;
- надмірний податковий тиск.

Херсонська область

- фінансово-кредитна політика держави;
- надмірний податковий тиск;
- нестабільність у країні.

Хмельницька область

- незрозумілість владою проблем МСБ;
- митні процедури;
- ускладнення процедури відкриття бізнесу

Черкаська область

- складність при оформленні землекористуванням;
- важкий доступ до кредитних ресурсів;
- недостатня обізнаність керівників МСБ.

Чернівецька область

- несприятлива законодавча база;
- нестабільність кредитної системи;
- зарегульованість.

Чернігівська область

- нестабільність в країні;
- недосконалість нормативно-правового регулювання;
- слабкість матеріально-технічної та фінансової складових.

м. Київ

- законодавчі перепони;
- відсутність фінансової підтримки;
- складність при оформленні землекористуванням.

У результаті опитування найгострішими проблемами розвитку МСБ в усіх регіонах України експерти визнали наступні: відсутність достатнього фінансово-кредитного забезпечення; стан невизначеності в країні, надмірне податкове навантаження, нестабільність законодавства, низький рівень компетентності керівників МСБ, падіння рівня купівельної спроможності населення, корупція, складність доступу до ресурсів, ускладнення процедур відкриття бізнесу, складність при оформленні землекористуванням, нестабільність кредитної системи, недостатність кадрового забезпечення та несприятлива фінансово-кредитна і фіскальна політика держави.

Прикордонні з ЄС регіони характеризуються, на думку опитаних експертів, наступними проблемами : складністю доступу до ресурсів, відсутністю достатнього фінансово-кредитного забезпечення, різким падінням купівельної спроможності населення, невизначеністю ситуації в країні, несприятливою державною політикою, недостатністю кадрового забезпечення та несприятливою законодавчою базою

У тимчасово окупованих регіонах, Луганській та Донецькій областях, найбільше проблем для розвитку МСБ виникають внаслідок нестабільності фінансової системи і податкового кодексу, недостатністю фінансово-кредитних ресурсів та некомпетентністю керівництва у економічних питаннях.

Регіони, які мають спільний кордон із Російською Федерацією – Чернігівська, Сумська та Харківська, визначаються нестачею необхідних фінансових ресурсів, надмірний податковий тиск та низька купівельна спроможність населення.

Додаток 3. Таблиці з основними результатами опитування МСП

Діловий клімат: зміна оцінок та нові очікування

Додаток. Таблиця 1. Регіональний Індекс ділового клімату

Область (регіон)	Індекс ділового середовища МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності (довгостроковий)	Індекс «3-х процедур»	Регіональний Індекс ділового клімату	
	Індекс	Індекс	Індекс	Індекс	Рейтинг	Індекс
Вінницька	+0,05	+0,22	+0,34	+0,37	1	+0,25
Волинська	-0,01	+0,08	+0,11	+0,29	9	+0,12
Дніпропетровська	-0,24	+0,08	+0,12	+0,36	15	+0,08
Донецька	-0,24	-0,08	+0,06	+0,30	23	+0,01
Житомирська	-0,16	-0,01	+0,11	+0,39	14	+0,08
Закарпатська	-0,10	+0,10	+0,08	+0,49	5	+0,14
Запорізька	-0,24	+0,03	+0,11	+0,35	19	+0,06
Івано-Франківська	-0,12	+0,08	+0,19	+0,35	8	+0,12
Київська	-0,09	+0,06	+0,17	+0,35	7	+0,12
Кіровоградська	-0,11	+0,14	+0,13	+0,26	12	+0,11
Луганська	-0,34	-0,04	+0,06	+0,32	24	0,00
Львівська	-0,06	+0,11	+0,32	+0,35	2	+0,18
Миколаївська	-0,24	0,00	+0,09	+0,30	22	+0,04
Одеська	-0,18	+0,07	+0,08	+0,33	16	+0,07
Полтавська	-0,22	+0,12	+0,18	+0,35	11	+0,11
Рівненська	-0,12	+0,14	+0,29	+0,39	3	+0,18
Сумська	-0,12	+0,01	+0,15	+0,39	13	+0,11
Тернопільська	-0,03	+0,08	+0,25	+0,37	4	+0,17
Харківська	-0,31	-0,03	+0,04	+0,28	25	0,00
Херсонська	-0,25	+0,03	+0,13	+0,31	20	+0,05
Хмельницька	-0,09	+0,09	+0,15	+0,38	6	+0,13
Черкаська	-0,17	+0,05	+0,12	+0,24	18	+0,06
Чернівецька	-0,21	0,00	-0,07	+0,46	21	+0,04
Чернігівська	-0,19	+0,07	+0,20	+0,35	10	+0,11
м. Київ	-0,26	+0,10	+0,14	+0,32	17	+0,07

Додаток. Таблиця 2. Регіональний Індекс ділових настроїв

Область (регіон)	Індекс ділового середовища МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності МСП (короткостроковий)	Індекс ділової активності (довгостроковий)	Регіональний Індекс ділових настроїв	
	Індекс	Індекс	Індекс	Рейтинг	Індекс
Вінницька	+0,05	+0,22	+0,34	1	+0,20
Волинська	-0,01	+0,08	+0,11	5	+0,06
Дніпропетровська	-0,24	+0,08	+0,12	15	-0,01
Донецька	-0,24	-0,08	+0,06	22	-0,09
Житомирська	-0,16	-0,01	+0,11	18	-0,02
Закарпатська	-0,10	+0,10	+0,08	10	+0,03
Запорізька	-0,24	+0,03	+0,11	20	-0,04

Івано-Франківська	-0,12	+0,08	+0,19	7	+0,05
Київська	-0,09	+0,06	+0,17	7	+0,05
Кіровоградська	-0,11	+0,14	+0,13	5	+0,06
Луганська	-0,34	-0,04	+0,06	25	-0,11
Львівська	-0,06	+0,11	+0,32	2	+0,12
Миколаївська	-0,24	0,00	+0,09	21	-0,05
Одеська	-0,18	+0,07	+0,08	15	-0,01
Полтавська	-0,22	+0,12	+0,18	10	+0,03
Рівненська	-0,12	+0,14	+0,29	3	+0,11
Сумська	-0,12	+0,01	+0,15	13	+0,01
Тернопільська	-0,03	+0,08	+0,25	4	+0,10
Харківська	-0,31	-0,03	+0,04	24	-0,10
Херсонська	-0,25	+0,03	+0,13	19	-0,03
Хмельницька	-0,09	+0,09	+0,15	7	+0,05
Черкаська	-0,17	+0,05	+0,12	14	0,00
Чернівецька	-0,21	0,00	-0,07	22	-0,09
Чернігівська	-0,19	+0,07	+0,20	10	+0,03
м. Київ	-0,26	+0,10	+0,14	15	-0,01

Перешкоди для діяльності та зростання МСП

Додаток. Таблиця 3. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за розміром та формою власності, % опитаних

	Усі опитані	ФОП	Юридичні особи	Мікро- підприємства усіх форм власності	Малі підприємства усіх форм власності	Середні підприємства усіх форм власності
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	3%	2%	2%	2%	4%
Недостатньо кваліфікованих працівників	20%	17%	22%	17%	30%	23%
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	59%	64%	56%	63%	55%	41%
Недостатньо сировини / матеріалів	4%	3%	4%	3%	2%	6%
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	17%	15%	18%	16%	20%	20%
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	44%	47%	43%	45%	43%	43%
Недостатньо виробничих потужностей	7%	5%	8%	7%	6%	9%
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	19%	19%	19%	18%	22%	18%
Складне податкове адміністрування	27%	22%	29%	23%	33%	38%
Війна на Сході України	20%	18%	21%	21%	20%	18%
Обмежувальне трудове законодавство	7%	8%	6%	6%	6%	7%
Корупція	23%	24%	22%	23%	23%	19%
Проблеми з енергопостачанням	4%	3%	3%	4%	3%	3%

	Усі опитані	ФОП	Юридичні особи	Мікро- підприємства усіх форм власності	Малі підприємства усіх форм власності	Середні підприємства усіх форм власності
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	23%	18%	25%	20%	27%	32%
Високі ставки податків	35%	29%	38%	32%	42%	39%
Застарілі технології	4%	3%	5%	4%	6%	7%
Високі ставки кредитів	17%	16%	17%	16%	18%	16%
Часті зміни економічного законодавства	26%	18%	29%	23%	30%	33%
Високий рівень конкуренції	19%	18%	20%	19%	23%	16%
Обтяжливе валютне регулювання	10%	12%	9%	10%	10%	6%
Інфляція	26%	27%	25%	27%	28%	20%
Неефективність державного апарату	14%	15%	14%	15%	12%	13%
Інше	1%	1%	1%	1%	2%	1%

Додаток. Таблиця 4. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за секторами, % опитаних

	Сільське госпо- дарство	Проми- словість	Будів- ництво	Торгівля та ремонт	Послуги (без ІТ)	ІТ сектор	Транспорт та комуні- кації
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	3%	0%	1%	3%	9%	2%
Недостатньо кваліфікованих працівників	23%	27%	24%	16%	19%	23%	18%
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	30%	58%	59%	72%	62%	41%	54%
Недостатньо сировини / матеріалів	3%	8%	0%	4%	2%	0%	2%
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	24%	23%	19%	20%	10%	10%	20%
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	44%	41%	51%	49%	42%	36%	50%
Недостатньо виробничих потужностей	15%	12%	0%	4%	7%	2%	8%
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	30%	21%	21%	21%	10%	10%	28%
Складне податкове адміністрування	40%	28%	31%	27%	24%	17%	30%
Війна на Сході України	15%	24%	16%	24%	18%	18%	20%
Обмежувальне трудове законодавство	9%	7%	3%	5%	7%	8%	8%
Корупція	21%	22%	32%	24%	20%	23%	26%
Проблеми з енергопостачанням	4%	5%	1%	4%	3%	2%	1%
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	26%	22%	22%	20%	25%	23%	23%

	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торівля та ремонт	Послуги (без ІТ)	ІТ сектор	Транспорт та комунікації
Високі ставки податків	47%	37%	41%	37%	30%	16%	40%
Застарілі технології	6%	8%	1%	3%	5%	2%	0%
Високі ставки кредитів	28%	19%	15%	17%	10%	15%	24%
Часті зміни економічного законодавства	27%	26%	34%	26%	25%	22%	24%
Високий рівень конкуренції	15%	17%	13%	23%	19%	18%	25%
Обтяжливе валютне регулювання	6%	12%	4%	13%	5%	21%	12%
Інфляція	19%	23%	26%	31%	28%	20%	20%
Неефективність державного апарату	18%	12%	19%	14%	14%	14%	15%
Інше	1%	1%	0%	1%	1%	2%	2%

Додаток. Таблиця 5. Динаміка перешкод, які обмежують зростання бізнесу (2016 та 2015 роки), % опитаних⁴⁸

	2016	2015	Зміна у 2016 порівняно із 2015 (відсоткових пунктів)	
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	59%	39%	+20	↑
Недостатньо кваліфікованих працівників	20%	13%	+7	↑
Високі ставки податків	35%	31%	+4	↑
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	23%	20%	+3	↑
Високий рівень конкуренції	19%	16%	+3	↑
Обмежувальне трудове законодавство	7%	3%	+3	↑
Часті зміни економічного законодавства	26%	23%	+3	↑
Високі ставки кредитів	17%	15%	+2	↑
Обтяжливе податкове адміністрування, бухгалтерський облік	27%	26%	+1	●
Недостатньо виробничих потужностей	7%	6%	+1	●
Застарілі технології	4%	4%	+1	●
Неефективність державного апарату	14%	14%	0	●
Проблеми з енергопостачанням	4%	3%	0	●
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	19%	18%	0	●
Обтяжливе валютне регулювання	10%	9%	0	●
Недостатньо сировини / матеріалів	4%	4%	0	●
Корупція	23%	23%	-1	●

⁴⁸ У таблиці подані округлені відсотки, тоді як різниця розрахована за точними значеннями. Через це можливі розбіжності у межах одного відсотка.

	2016	2015	Зміна у 2016 порівняно із 2015 (відсоткових пунктів)	
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	17%	18%	-1	●
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	3%	-1	●
Інше	1%	3%	-2	↓
Інфляція	26%	29%	-3	↓
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	44%	51%	-6	↓
Війна на Сході України	20%	28%	-8	↓

Додаток. Таблиця 6. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних

	Усі опитані	ФОП	Юридичні особи	Мікро-підприємства усіх форм власності	Малі підприємства усіх форм власності	Середні підприємства усіх форм власності
Не мають фінансових можливостей для розширення виробництва/надання послуг	44%	47%	43%	45%	46%	35%
Недостатньо виробничих потужностей	13%	14%	12%	13%	14%	12%
Отримують достатньо доходу	10%	14%	8%	9%	10%	15%
Складність отримання дозвільних документів, ліцензій (в т.ч. вартість)	13%	11%	13%	12%	16%	12%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання (в т.ч. вартість)	6%	6%	6%	5%	8%	6%
Політична нестабільність	32%	33%	31%	33%	30%	28%
Війна на Сході	18%	17%	18%	19%	18%	12%
Несприятлива економічна ситуація в країні	54%	56%	53%	57%	54%	41%
Високі ставки кредитів	19%	21%	18%	18%	22%	21%
Бракує інформації, як це зробити	4%	6%	3%	4%	2%	3%
Щоб не втратити контроль над процесами на підприємстві	4%	4%	4%	4%	6%	5%
Жорстка конкуренція	26%	23%	27%	25%	30%	27%
Щоб не втратити законодавчі переваги малого бізнесу (мораторій на перевірки, можливість не використовувати РРО)	9%	15%	7%	11%	7%	5%
Побоюються переходити на загальну податкову систему – доведеться сплачувати більше	15%	24%	11%	17%	10%	10%

	<u>Усі опитані</u>	<u>ФОП</u>	<u>Юридичні особи</u>	<u>Мікро- підприємства усіх форм власності</u>	<u>Малі підприємства усіх форм власності</u>	<u>Середні підприємства усіх форм власності</u>
Побоюються переходити на загальну податкову систему – з інших причин (труднощі в адмініструванні, облік, тощо)	10%	15%	8%	11%	7%	5%
Важко знайти нових працівників належної кваліфікації	22%	22%	23%	22%	32%	16%
Немає ринку на товари/послуги (немає попиту, низька купівельна спроможність у населення)	53%	55%	52%	56%	53%	38%
Заважає корупція	17%	15%	18%	17%	18%	17%
Інше	2%	1%	2%	1%	2%	4%

Додаток. Таблиця 7. Перешкоди, які обмежують зростання бізнесу (2016 рік) за секторами, % опитаних

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Проми- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торгівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без ІТ)</u>	<u>ІТ сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Не мають фінансових можливостей для розширення виробництва/надання послуг	42%	43%	46%	53%	41%	18%	45%
Недостатньо виробничих потужностей	20%	18%	4%	9%	13%	11%	14%
Отримують достатньо доходу	4%	13%	8%	10%	11%	24%	3%
Складність отримання дозвільних документів, ліцензій (в т.ч. вартість)	8%	13%	12%	18%	12%	5%	8%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання (в т.ч. вартість)	5%	9%	0%	8%	4%	2%	6%
Політична нестабільність	24%	30%	23%	39%	30%	27%	30%
Війна на Сході	13%	18%	15%	24%	15%	18%	12%
Несприятлива економічна ситуація в країні	32%	53%	54%	65%	53%	38%	61%
Високі ставки кредитів	30%	15%	0%	25%	13%	7%	30%
Бракує інформації, як це зробити	1%	5%	4%	5%	3%	2%	3%
Щоб не втратити контроль над процесами на підприємстві	4%	3%	4%	4%	6%	2%	2%
Жорстка конкуренція	24%	23%	19%	33%	20%	18%	36%

	<u>Сільське госпо- дарство</u>	<u>Проми- словість</u>	<u>Будів- ництво</u>	<u>Торівля та ремонт</u>	<u>Послуги (без ІТ)</u>	<u>ІТ сектор</u>	<u>Транспорт та комуні- кації</u>
Щоб не втратити законодавчі переваги малого бізнесу (мораторій на перевірки, можливість не використовувати РРО)	6%	5%	4%	16%	9%	5%	5%
Побоюються переходити на загальну податкову систему – доведеться сплачувати більше	24%	12%	0%	19%	12%	13%	14%
Побоюються переходити на загальну податкову систему – з інших причин (труднощі в адмініструванні, облік, тощо)	8%	5%	0%	12%	11%	18%	3%
Важко знайти нових працівників належної кваліфікації	15%	35%	23%	24%	20%	15%	18%
Немає ринку на товари/послуги (немає попиту, низька купівельна спроможність у населення)	30%	59%	54%	64%	54%	25%	47%
Заважає корупція	15%	13%	19%	25%	16%	4%	14%
Інше	2%	2%	0%	1%	2%	5%	3%

Дерегуляція

Додаток. Таблиця 8. На Вашу думку, як вплинули заходи дерегуляції у 2016 році на Ваше підприємство?

	Погіршилися	Не змінилися	Покращилися	Баланс позитив/негатив
Київська	25,2%	70,4%	4,3%	-21%
Черкаська	23,3%	70,0%	6,7%	-17%
Волинська	21,4%	69,0%	9,5%	-12%
Дніпропетровська	18,7%	73,9%	7,5%	-11%
Кіровоградська	17,4%	76,1%	6,5%	-11%
Вінницька	18,6%	73,3%	8,1%	-10%
Одеська	16,2%	77,8%	6,1%	-10%
Чернігівська	19,5%	70,7%	9,8%	-10%
Миколаївська	13,2%	83,0%	3,8%	-9%
Хмельницька	17,9%	73,2%	8,9%	-9%
Херсонська	18,3%	71,8%	9,9%	-8%
Запорізька	19,4%	69,4%	11,1%	-8%

	Погіршилися	Не змінилися	Покращилися	Баланс позитив/негатив
Луганська	18,4%	71,1%	10,5%	-8%
Сумська	14,6%	78,0%	7,3%	-7%
Івано-Франківська	14,3%	78,6%	7,1%	-7%
м. Київ	16,6%	73,8%	9,6%	-7%
Закарпатська	21,4%	61,9%	16,7%	-5%
Рівненська	15,9%	72,7%	11,4%	-5%
Харківська	16,0%	71,7%	12,3%	-4%
Чернівецька	13,6%	75,0%	11,4%	-2%
Полтавська	12,9%	75,8%	11,3%	-2%
Тернопільська	14,9%	71,6%	13,5%	-1%
Львівська	11,5%	74,0%	14,4%	3%
Донецька	15,9%	64,6%	19,5%	4%
Житомирська	5,7%	83,0%	11,3%	6%

Додаток. Таблиця 9.Індекс "проблемності" регуляторної процедури за регіоном (від 1 до 5, де 1 - "не було проблем", 5 - "значні проблеми")

	Реєстрація та постановка на облік	Регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщень	Регулювання пожежної безпеки	Ліцензування	Сертифікація (технічне регулювання)	Санітарно-гігієнічний контроль	Митне оформлення
Вінницька	1,59	1,90	2,00	2,34	2,30	2,08	2,19
Волинська	1,26	1,59	1,55	1,86	1,58	1,36	2,44
Дніпропетровська	1,86	2,06	2,18	2,46	2,58	2,27	2,46
Донецька	1,64	2,00	1,99	2,29	2,29	1,86	2,45
Житомирська	1,83	2,34	1,95	2,64	2,30	2,23	2,67
Закарпатська	1,38	1,91	1,76	2,27	2,42	1,90	1,81
Запорізька	1,67	1,72	2,22	2,25	2,36	1,94	2,58
Івано-Франківська	1,57	2,08	2,49	2,72	2,60	2,26	2,50
Київська	1,79	2,06	2,14	2,45	2,52	2,08	2,65
Кіровоградська	1,81	2,21	2,32	2,14	2,48	2,11	2,20
Луганська	1,94	1,96	2,14	2,61	2,19	1,93	2,19
Львівська	1,84	2,09	2,30	2,22	2,29	2,27	2,44
Миколаївська	1,53	1,69	1,95	2,10	1,94	1,55	2,85
Одеська	1,83	2,00	2,40	2,89	2,53	2,11	3,00
Полтавська	2,05	2,10	1,81	2,64	2,58	1,89	2,44
Рівненська	2,03	2,34	2,52	3,19	3,03	2,65	2,84
Сумська	1,74	2,11	2,22	2,38	2,30	1,96	2,45
Тернопільська	1,72	2,11	2,04	2,37	2,23	1,98	2,36

	Реєстрація та постановка на облік	Регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщень	Регулювання пожежної безпеки	Ліцензування	Сертифікація (технічне регулювання)	Санітарно-гігієнічний контроль	Митне оформлення
Харківська	1,91	2,06	2,39	2,40	2,46	2,09	2,62
Херсонська	1,75	1,94	1,86	1,80	2,09	1,92	1,77
Хмельницька	1,62	1,70	1,92	2,10	2,14	1,92	2,14
Черкаська	1,60	1,74	1,53	2,29	2,15	1,63	1,75
Чернівецька	1,78	2,08	2,25	2,47	2,16	1,72	2,17
Чернігівська	2,21	2,53	2,71	2,41	2,71	2,35	3,21
м. Київ	1,81	2,09	2,33	2,49	2,37	2,14	2,54
Україна	1,76	2,02	2,14	2,40	2,36	2,04	2,46

Додаток. Таблиця 10. Індекс "проблемності" регуляторної процедури за регіоном (від 1 до 5, де 1 - "не було проблем", 5 - "значні проблеми") (продовження)

	Адміні-стрування податків	Цінове регулювання	Валютне регулювання	Регулювання праці	Регулювання землеко-ристування	Підключення до електро-мереж	Підключення до каналізації та водовідведення	Регулювання зовнішньої реклами
Вінницька	2,28	2,59	3,28	2,16	2,75	2,19	2,08	1,73
Волинська	1,89	2,11	2,56	1,89	1,88	1,91	1,38	1,33
Дніпропетровська	2,51	2,56	3,14	2,51	2,78	2,62	2,41	1,76
Донецька	2,41	2,61	3,17	2,49	2,75	2,68	2,12	1,94
Житомирська	2,00	2,42	3,12	2,41	2,79	2,27	2,23	1,97
Закарпатська	2,18	2,45	2,83	2,34	2,50	2,71	2,23	1,75
Запорізька	2,10	2,67	3,25	2,25	2,83	2,11	2,04	1,65
Івано-Франківська	2,30	2,56	3,05	2,57	2,93	2,69	2,52	2,20
Київська	2,54	2,57	3,07	2,22	2,57	2,49	2,31	1,89
Кіровоградська	2,41	2,24	3,17	2,64	2,77	2,29	1,96	1,35
Луганська	2,49	3,22	3,22	2,49	2,42	2,60	2,27	1,83
Львівська	2,55	2,86	3,04	2,53	2,60	2,52	2,15	1,91
Миколаївська	2,00	2,34	3,48	2,19	2,45	2,33	1,91	1,89
Одеська	2,56	2,48	3,38	2,67	2,84	2,68	2,47	2,2
Полтавська	2,36	2,74	3,20	2,42	2,57	2,57	2,19	1,56
Рівненська	2,45	2,78	3,29	2,80	2,91	3,21	2,66	1,87
Сумська	2,15	2,39	2,83	2,05	2,70	2,16	2,04	2,00
Тернопільська	2,25	2,56	3,21	2,52	2,61	2,09	1,82	1,78
Харківська	2,39	2,50	3,13	2,62	2,92	2,53	2,31	2,02
Херсонська	2,25	2,41	2,49	2,35	2,25	2,29	1,86	1,89

	Адміні- стрування податків	Цінове регулю- вання	Валютне регулюва- ння	Регулю- вання праці	Регулювання землеко- ристування	Підклю- чення до електро- мереж	Підклю- чення до каналізації та водовідве- дження	Регулю- вання зовнішньої реклами
Хмельницька	2,28	2,57	3,11	2,21	2,64	2,18	1,58	1,55
Черкаська	2,31	2,41	2,98	2,09	2,64	1,88	1,66	1,43
Чернівецька	2,18	2,64	3,79	1,93	2,62	2,24	1,92	2,13
Чернігівська	2,29	2,95	3,64	2,70	3,29	2,97	2,67	2,21
м. Київ	2,57	2,56	3,30	2,47	2,62	2,44	2,41	2,23
Україна	2,36	2,57	3,16	2,40	2,68	2,43	2,17	1,88

Додаток. Таблиця 11. Індекс "проблемності" регуляторної процедури (від 1 до 5, де 1 - "не було проблем", 5 - "значні проблеми") та частка МСП, що мали значні проблеми у процесі регулювання за розміром підприємства

	Індекс "проблемності"			Частка МСП, у яких виникали значні проблеми (альтернативи 4 та 5)		
	Мікро- підприє- мства	Малі підприємства	Середні підприємства	Мікро- підприє- мства	Малі підприємства	Середні підприємства
Реєстрація та постановка на облік	1,78	1,65	1,83	8,5%	4,9%	8,3%
Регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщень	2,02	2,00	2,00	14,4%	14,2%	14,9%
Регулювання пожежної безпеки	2,09	2,12	2,35	15,1%	16,3%	18,7%
Ліцензування	2,41	2,41	2,34	25,2%	23,9%	20,4%
Сертифікація (технічне регулювання)	2,38	2,29	2,38	22,0%	17,6%	20,8%
Санітарно-гігієнічний контроль	2,02	2,00	2,14	12,9%	9,7%	12,7%
Митне оформлення	2,49	2,37	2,44	27,0%	21,0%	21,0%
Адміністрування податків	2,33	2,37	2,47	17,9%	19,6%	20,7%
Цінове регулювання	2,53	2,66	2,64	23,2%	26,7%	27,6%
Валютне регулювання	3,21	3,2	2,84	45,5%	46,8%	32,9%
Регулювання праці	2,36	2,51	2,45	19,7%	24,2%	18,0%
Регулювання землекористування	2,63	2,63	2,86	31,6%	30,4%	33,5%
Підключення до електромереж	2,46	2,41	2,34	29,7%	28,0%	25,1%

	Індекс "проблемності"			Частка МСП, у яких виникали значні проблеми (альтернативи 4 та 5)		
	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Підключення до каналізації та водовідведення	2,20	2,12	2,12	21,3%	20,0%	18,4%
Регулювання зовнішньої реклами	1,96	1,75	1,69	12,8%	9,5%	6,9%

Додаток. Таблиця 12. Індекс "проблемності" регуляторної процедури (від 1 до 5, де 1 - "не було проблем", 5 - "значні проблеми") та частка МСП, що мали значні проблеми у процесі регулювання за організаційно-правовою формою підприємства

	Індекс "проблемності"		Частка МСП, у яких виникали значні проблеми (альтернативи 4 та 5)	
	ФОП	Юридичні особи	ФОП	Юридичні особи
Реєстрація та постановка на облік	1,52	1,46	9,1%	7,3%
Регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщень	1,71	1,58	15,6%	14,0%
Регулювання пожежної безпеки	1,69	1,67	18,4%	15,0%
Ліцензування	1,79	1,83	21,7%	25,3%
Сертифікація (технічне регулювання)	1,83	1,80	22,5%	20,4%
Санітарно-гігієнічний контроль	1,65	1,63	13,5%	11,8%
Митне оформлення	1,90	1,84	31,9%	22,0%
Адміністрування податків	1,78	1,85	16,6%	19,4%
Цінове регулювання	1,90	1,92	24,1%	24,6%
Валютне регулювання	2,28	2,17	46,7%	42,3%
Регулювання праці	1,78	1,86	18,0%	21,0%
Регулювання землекористування	1,85	1,99	26,6%	33,7%
Підключення до електромереж	1,89	1,81	31,4%	27,6%
Підключення до каналізації та водовідведення	1,78	1,67	22,2%	19,9%
Регулювання зовнішньої реклами	1,65	1,49	13,6%	10,3%

Додаток. Таблиця 13. Індекс "проблемності" регуляторної процедури (від 1 до 5, де 1 - "не було проблем", 5 - "значні проблеми") за сферою діяльності підприємства

	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Послуги	Інформаційні технології
Реєстрація та постановка на облік	1,94	1,81	1,65	1,74	1,75	1,61
Регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщень	2,05	2,28	1,71	2,01	1,95	1,84
Регулювання пожежної безпеки	2,05	2,26	1,95	2,27	2,06	1,97
Ліцензування	2,18	2,36	2,89	2,45	2,38	2,26
Сертифікація (технічне регулювання)	2,50	2,31	2,89	2,43	2,29	2,05
Санітарно-гігієнічний контроль	2,19	2,11	2,07	2,15	1,89	1,81
Митне оформлення	2,85	2,32	2,60	2,68	2,31	2,17
Адміністрування податків	2,43	2,34	2,57	2,45	2,28	2,26
Цінове регулювання	2,76	2,35	2,91	2,57	2,67	1,93
Валютне регулювання	3,19	2,94	3,37	3,34	3,12	3,05
Регулювання праці	2,38	2,51	2,32	2,50	2,33	2,23
Регулювання землекористування	3,26	2,54	3,09	2,70	2,52	1,82
Підключення до електромереж	2,37	2,51	2,90	2,63	2,28	2,02
Підключення до каналізації та водовідведення	2,24	2,23	2,85	2,30	2,01	1,76
Регулювання зовнішньої реклами	1,57	1,82	1,81	1,96	1,96	1,67

Додаток. Таблиця 14. Частка МСП, у яких виникали значні проблеми (альтернативи 4 та 5) у процесі регулювання, за сферою діяльності підприємства

	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Послуги	Інформаційні технології
Реєстрація та постановка на облік	10,3%	7,1%	4,8%	8,6%	7,3%	7,2%
Регуляторні процедури, пов'язані з початком користування приміщень	16,0%	20,4%	6,8%	13,5%	13,3%	10,7%
Регулювання пожежної безпеки	11,3%	19,2%	11,9%	19,5%	13,7%	14,1%

	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Послуги	Інформаційні технології
Ліцензування	16,5%	23,6%	35,5%	25,8%	24,0%	19,7%
Сертифікація (технічне регулювання)	20,7%	19,8%	36,4%	22,6%	20,2%	10,0%
Санітарно-гігієнічний контроль	14,5%	13,0%	9,3%	15,5%	9,4%	7,5%
Митне оформлення	35,2%	19,8%	15,0%	29,5%	23,6%	21,3%
Адміністрування податків	21,8%	17,7%	20,0%	21,3%	16,7%	14,6%
Цінове регулювання	31,2%	20,2%	34,0%	22,3%	27,5%	6,8%
Валютне регулювання	41,8%	36,3%	46,7%	48,7%	45,3%	38,8%
Регулювання праці	17,7%	21,0%	17,7%	22,4%	19,2%	21,0%
Регулювання землекористування	48,0%	27,9%	47,1%	30,2%	28,2%	13,3%
Підключення до електромереж	26,3%	31,1%	36,0%	34,2%	24,9%	16,1%
Підключення до каналізації та водовідведення	23,8%	20,4%	32,6%	25,5%	16,7%	7,4%
Регулювання зовнішньої реклами	6,8%	10,2%	5,6%	12,1%	13,7%	5,0%

Вартість регулювання

Додаток. Таблиця 15.Труднощі в процесі реєстрації⁴⁹

	Труднощі принаймні з одним аспектом реєстрації	Тривалість часу який необхідно витратити на проходження процедур реєстрації	Складність процедур реєстрації	Вартість всього процесу	Необхідність сплачувати хабарі
Вінницька	9,5%	4,8%	4,8%	0,0%	0,0%
Волинська	6,7%	6,7%	6,7%	6,7%	6,7%
Дніпропетровська	31,6%	5,4%	10,5%	18,4%	13,2%
Донецька	13,0%	4,3%	0,0%	0,0%	13,0%
Житомирська	30,8%	23,1%	7,7%	15,4%	7,7%
Закарпатська	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Запорізька	25,0%	20,0%	0,0%	20,0%	12,5%
Івано-Франківська	23,1%	4,8%	7,7%	7,7%	7,7%
Київська	17,9%	6,2%	7,1%	3,7%	4,0%
Кіровоградська	9,1%	0,0%	9,1%	0,0%	0,0%
Луганська	20,0%	20,0%	0,0%	0,0%	0,0%

⁴⁹ Чернівецька, Луганська та Закарпатська області мають недостатньо спостережень для аналізу (10 і менше)

	Труднощі принаймні з одним аспектом реєстрації	Тривалість часу який необхідно витратити на проходження процедур реєстрації	Складність процедур реєстрації	Вартість всього процесу	Необхідність сплачувати хабарі
Львівська	14,3%	4,8%	2,0%	0,0%	0,0%
Миколаївська	12,5%	6,2%	6,2%	0,0%	6,2%
Одеська	9,7%	0,0%	3,3%	6,7%	6,5%
Полтавська	33,3%	28,6%	21,4%	0,0%	6,7%
Рівненська	31,2%	6,2%	12,5%	18,8%	13,3%
Сумська	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	0,0%
Тернопільська	12,5%	6,2%	6,2%	0,0%	6,2%
Харківська	30,4%	26,1%	8,7%	4,3%	17,4%
Херсонська	6,2%	0,0%	0,0%	6,7%	6,2%
Хмельницька	27,8%	27,8%	22,2%	22,2%	5,6%
Черкаська	29,4%	11,8%	17,6%	12,5%	5,9%
Чернівецька	25,0%	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%
Чернігівська	14,3%	0,0%	0,0%	14,3%	0,0%
м. Київ	34,0%	16%	6,2%	14,9%	10,9%
Загалом	20,9%	9,7%	7,3%	8,5%	7,2%

Додаток. Таблиця 16. Індекс оцінки змін реєстрації залежно від регіону

	Індекс зміни регуляторної процедури	-1. Ускладнились	0. Без змін	+1. Спростились
Вінницька	0,63	2,0%	33,3%	64,7%
Волинська	0,52	4,0%	40,0%	56,0%
Дніпропетровська	0,61	8,0%	22,7%	69,3%
Донецька	0,45	10,6%	34,0%	55,3%
Житомирська	0,45	16,1%	22,6%	61,3%
Закарпатська	0,84	0,0%	16,0%	84,0%
Запорізька	0,60	0,0%	40,0%	60,0%
Івано-Франківська	0,70	3,0%	24,2%	72,7%
Київська	0,75	3,1%	18,5%	78,5%
Кіровоградська	0,50	6,7%	36,7%	56,7%
Луганська	0,57	0,0%	43,5%	56,5%
Львівська	0,65	5,8%	23,1%	71,2%
Миколаївська	0,30	10,0%	50,0%	40,0%
Одеська	0,61	5,1%	28,8%	66,1%
Полтавська	0,49	2,9%	45,7%	51,4%
Рівненська	0,61	5,6%	27,8%	66,7%
Сумська	0,88	0,0%	11,5%	88,5%

	Індекс зміни регуляторної процедури	-1. Ускладнились	0. Без змін	+1. Спростились
Тернопільська	0,61	4,9%	29,3%	65,9%
Харківська	0,43	11,8%	33,3%	54,9%
Херсонська	0,69	2,8%	25,0%	72,2%
Хмельницька	0,63	6,3%	25,0%	68,8%
Черкаська	0,43	11,4%	34,3%	54,3%
Чернівецька	0,69	3,8%	23,1%	73,1%
Чернігівська	0,64	7,1%	21,4%	71,4%
м. Київ	0,58	4,7%	33,0%	62,3%
Загалом	0,59	5,6%	29,5%	64,9%

Додаток. Таблиця 17. Перевірки у 2016 році основними органами державного нагляду (за розміром та організаційно-правовою формою підприємств), %

	За розміром підприємства				За організаційно-правовою формою	
	Загалом	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства	ФОП	Юридичні особи
Покриття перевітками	68,0%	60,2%	77,2%	92,2%	64,1%	69,6%
Органи пожежної охорони	23,9%	15,6%	28,7%	55,3%	12,7%	28,4%
Державна служба України з питань праці	11,4%	5,5%	17,6%	30,1%	3,6%	14,5%
Міністерство екології та природних ресурсів	7,2%	2,1%	7,4%	29,8%	1,1%	9,7%
Органи Пенсійного фонду	9,0%	4,3%	11,4%	27,3%	1,9%	11,9%
ДПІ (Податкова)	15,5%	12,1%	20,7%	24,1%	11,6%	17,0%
Інше	10,2%	5,7%	15,4%	24,1%	3,0%	13,1%
Держсанепідемстанція	7,3%	4,9%	8,3%	17,0%	4,6%	8,5%
Органи МВС	5,3%	4,2%	6,5%	9,2%	5,1%	5,4%
Державна фінансова інспекція	2,8%	1,2%	4,6%	7,4%	0,9%	3,5%
Антимонопольний комітет	1,6%	0,6%	2,5%	5,0%	0,6%	2,0%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України	3,0%	2,7%	2,5%	5,0%	2,8%	3,0%
Органи захисту прав споживачів	2,2%	1,9%	1,5%	4,3%	2,8%	2,0%
Орган ліцензування	2,4%	1,8%	3,1%	3,9%	1,9%	2,6%
Органи державного ринкового нагляду	0,8%	0,7%	0,6%	1,4%	1,1%	0,7%
Митні органи (Митниця)	1,0%	1,0%	90,0%	1,1%	0,8%	1,1%

Додаток. Таблиця 18. Перевірки у 2016 році основними органами державного нагляду (за сектором підприємств), %

	Загалом	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Послуги
Покриття перевітками	68,0%	76,2%	77,3%	66,2%	65,9%	63,8%
Органи пожежної охорони	23,9%	38,9%	33,2%	11,8%	21,9%	19,0%
Державна служба України з питань праці	11,4%	19,7%	16,6%	10,3%	7,8%	9,6%
Міністерство екології та природних ресурсів	7,2%	19,7%	13,7%	1,5%	2,3%	5,1%
Органи Пенсійного фонду	9,0%	19,2%	10,9%	11,8%	5,1%	8,0%
ДПІ (Податкова)	15,5%	23,3%	2,1%	11,8%	19,4%	9,4%
Інше	10,2%	12,4%	12,8%	16,2%	5,7%	10,8%
Держсанепідемстанція	7,3%	14,0%	12,8%	1,5%	5,5%	5,2%
Органи МВС	5,3%	6,2%	7,3%	4,4%	6,3%	3,9%
Державна фінансова інспекція	2,8%	5,2%	3,8%	4,4%	1,5%	2,4%
Антимонопольний комітет	1,6%	1,6%	1,0%	1,5%	1,3%	2,0%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України	3,0%	2,1%	3,2%	17,6%	3,2%	1,7%
Органи захисту прав споживачів	2,2%	0,5%	3,2%	1,5%	3,6%	1,5%
Орган ліцензування	2,4%	1,0%	3,2%	4,4%	2,9%	1,9%
Органи державного ринкового нагляду	0,8%	0,0%	2,2%	0,0%	1,1%	0,4%
Митні органи (Митниця)	1,0%	0,5%	1,9%	1,5%	1,7%	0,4%

Додаток. Таблиця 19. Перевірки у 2016 році основними органами державного нагляду (регіональний вимір), %

	Перевірки принаймні одним органом	ДПІ	Органи пожежної охорони	Держсан-епідем-станція	Органи МВС	Міністерство екології та природних ресурсів	Державна служба України з питань праці	Органи пенсійного фонду
Вінницька	79,5%	12,5%	36,4%	13,6%	5,7%	12,5%	12,5%	12,5%
Волинська	70,5%	13,6%	29,5%	2,3%	2,3%	11,4%	18,2%	4,5%
Дніпропетровська	67,9%	13,1%	23,4%	4,4%	9,5%	7,3%	12,4%	8,8%
Донецька	59,0%	14,5%	13,3%	8,4%	4,8%	4,8%	6,0%	9,6%
Житомирська	57,4%	5,6%	14,8%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%	7,4%
Закарпатська	57,1%	11,9%	9,5%	4,8%	7,1%	4,8%	7,1%	4,8%
Запорізька	63,0%	9,6%	24,7%	6,8%	6,8%	4,1%	11,0%	15,1%
Івано-Франківська	82,1%	19,6%	23,2%	7,1%	8,9%	8,9%	21,4%	12,5%
Київська	75,0%	25,0%	29,3%	7,8%	6,0%	9,5%	10,3%	12,1%

	Перевірки принаймні одним органом	ДПІ	Органи пожежної охорони	Держсан- епідем- станція	Органи МВС	Міністер- ство екології та природних ресурсів	Державна служба України з питань праці	Органи пенсійного фонду
Кіровоградська	76,6%	17,0%	27,7%	10,6%	4,3%	6,4%	21,3%	17,0%
Луганська	64,1%	28,2%	23,1%	5,1%	5,1%	5,1%	7,7%	5,1%
Львівська	60,4%	12,3%	14,2%	2,8%	0,9%	1,9%	3,8%	5,7%
Миколаївська	69,8%	17,0%	20,8%	9,4%	9,4%	11,3%	7,5%	11,3%
Одеська	61,2%	14,6%	25,2%	9,7%	2,9%	4,9%	4,9%	8,7%
Полтавська	62,5%	12,5%	18,8%	3,1%	4,7%	7,8%	12,5%	4,7%
Рівненська	80,0%	11,1%	17,8%	4,4%	6,7%	4,4%	20,0%	6,7%
Сумська	69,0%	7,1%	33,3%	9,5%	4,8%	4,8%	23,8%	7,1%
Тернопільська	63,2%	15,8%	21,1%	3,9%	6,6%	10,5%	9,2%	7,9%
Харківська	64,8%	14,8%	23,1%	6,5%	2,8%	4,6%	12,0%	3,7%
Херсонська	77,3%	26,7%	32,0%	8,0%	8,0%	8,0%	17,3%	8,0%
Хмельницька	84,5%	6,9%	34,5%	8,6%	8,6%	13,8%	15,5%	8,6%
Черкаська	72,6%	16,1%	25,8%	12,9%	6,5%	12,9%	21,0%	16,1%
Чернівецька	77,3%	36,4%	29,5%	18,2%	4,5%	9,1%	18,2%	15,9%
Чернігівська	76,7%	20,9%	23,3%	7,0%	2,3%	14,0%	14,0%	11,6%
м. Київ	59,6%	13,0%	23,8%	6,7%	2,6%	3,6%	4,7%	6,7%
Загалом	68,0%	17,8%	22,4%	9,9%	5,3%	7,2%	11,4%	9,0%

Додаток. Таблиця 20. Індекс оцінки змін у ситуації з перевітками, залежно від регіону

	Індекс зміни регуляторної процедури	-1. Ускладнились	0. Без змін	+1. Спростились
Вінницька	0,36	6,4%	51,3%	42,3%
Волинська	0,28	5,0%	62,5%	32,5%
Дніпропетровська	0,35	7,2%	50,4%	42,4%
Донецька	0,35	5,8%	53,6%	40,6%
Житомирська	0,54	2,0%	42,0%	56,0%
Закарпатська	0,36	10,3%	43,6%	46,2%
Запорізька	0,18	10,0%	61,7%	28,3%
Івано-Франківська	0,32	12,0%	44,0%	44,0%
Київська	0,23	6,5%	63,6%	29,9%
Кіровоградська	0,32	5,4%	56,8%	37,8%
Луганська	0,31	2,9%	62,9%	34,3%
Львівська	0,37	2,0%	59,2%	38,8%
Миколаївська	0,38	2,1%	57,4%	40,4%
Одеська	0,26	9,0%	56,2%	34,8%
Полтавська	0,36	1,9%	60,4%	37,7%

	Індекс зміни регуляторної процедури	-1. Ускладнились	0. Без змін	+1. Спростились
Рівненська	0,48	5,0%	42,5%	52,5%
Сумська	0,15	14,7%	55,9%	29,4%
Тернопільська	0,41	7,2%	44,9%	47,8%
Харківська	0,38	5,6%	50,6%	43,8%
Херсонська	0,27	9,4%	54,7%	35,9%
Хмельницька	0,40	1,9%	55,8%	42,3%
Черкаська	0,35	9,3%	46,3%	44,4%
Чернівецька	0,46	7,3%	39,0%	53,7%
Чернігівська	0,32	7,9%	52,6%	39,5%
м. Київ	0,28	4,6%	62,9%	32,5%
Загалом	0,33	6,3%	54,2%	39,5%

Додаток. Таблиця 21. Покриття місцевими податками (залежно від регіону)

Місцеві податки	Податок на майно	Єдиний податок	Збір за місця для паркування транспортних засобів	Туристичний збір
Вінницька	60,2%	50,0%	3,4%	0,0%
Волинська	47,7%	47,7%	2,3%	0,0%
Дніпропетровська	41,5%	38,5%	4,4%	0,7%
Донецька	48,1%	52,4%	2,4%	1,2%
Житомирська	40,7%	61,5%	3,7%	1,9%
Закарпатська	45,2%	64,3%	5,0%	0,0%
Запорізька	39,7%	47,9%	4,2%	1,4%
Івано-Франківська	53,6%	39,3%	5,5%	3,6%
Київська	39,8%	43,5%	1,7%	1,8%
Кіровоградська	38,3%	51,1%	2,2%	0,0%
Луганська	53,8%	46,2%	0,0%	0,0%
Львівська	45,3%	55,7%	6,7%	1,9%
Миколаївська	61,5%	50,9%	3,8%	5,7%
Одеська	33,3%	44,4%	1,9%	1,9%
Полтавська	46,7%	50,0%	4,8%	1,6%
Рівненська	48,9%	55,6%	4,5%	0,0%
Сумська	47,6%	57,1%	2,4%	0,0%
Тернопільська	53,9%	58,7%	6,6%	1,3%
Харківська	39,0%	39,6%	1,9%	0,0%
Херсонська	44,6%	55,6%	2,7%	0,0%
Хмельницька	52,6%	53,6%	1,7%	1,7%

Місцеві податки	Податок на майно	Єдиний податок	Збір за місця для паркування транспортних засобів	Туристичний збір
Черкаська	57,4%	59,0%	4,9%	0,0%
Чернівецька	56,1%	58,5%	6,8%	0,0%
Чернігівська	60,5%	57,1%	7,0%	2,3%
м. Київ	26,1%	30,9%	5,8%	1,1%
Загалом	44,7%	48,1%	3,9%	1,1%

Додаток. Таблиця 22. Значні проблеми (альтернативи 4 та 5) зі сплатою та адмініструванням податків (за розміром підприємства)

	Високі ставки податку викликають значні перешкоди				Складність адміністрування податку викликає значні перешкоди			
	Загалом	Мікро	Малі	Середні	Загалом	Мікро	Малі	Середні
Загальнодержавні податки та збори								
Податок на додану вартість	50,7%	49,4%	55,2%	48,8%	0,355	35,0%	35,5%	36,6%
Податок на доходи фізичних осіб	38,9%	38,4%	40,8%	38,0%	0,302	32,5%	42,1%	14,8%
Акцизний податок	38,8%	40,7%	42,9%	29,6%	0,226	20,5%	27,1%	23,0%
Податок на прибуток підприємств	38,7%	36,2%	46,2%	37,1%	0,168	14,5%	17,9%	18,3%
Рентні платежі	28,2%	27,0%	22,4%	32,8%	0,132	13,2%	13,7%	12,6%
Державне мито	27,1%	26,2%	21,7%	34,0%	0,113	12,9%	6,7%	12,2%
Військовий збір	14,2%	11,6%	18,6%	17,5%	0,097	9,5%	9,5%	10,0%
Екологічний податок	12,3%	10,9%	13,1%	12,9%	0,058	4,9%	7,5%	7,0%
Місцеві податки та збори								
Податок на майно	33,9%	35,9%	33,9%	29,6%	0,35	25,0%	100,0%	0,0%
Збір за місця для паркування транспортних засобів	25,4%	23,6%	33,3%	28,6%	0,172	17,3%	19,7%	14,9%
Єдиний податок	19,8%	18,7%	23,6%	25,0%	0,127	12,7%	11,1%	14,3%
Єдиний податок (з тих що ССО)	19,2%	17,8%	24,4%	28,6%	0,089	7,9%	12,0%	16,4%
Туристичний збір	4,8%	8,3%	0,0%	0,0%	0,086	7,9%	11,3%	12,2%
Внески на соціальне страхування								
Єдиний соціальний внесок	33,4%	33,4%	36,1%	30,7%	0,135	13,3%	15,1%	12,5%

Додаток. Таблиця 23. Значні проблеми (альтернативи 4 та 5) зі сплатою та адмініструванням податків (за організаційно-правовою формою)

	Високі ставки податку викликають значні перешкоди			Складність адміністрування податку викликає значні перешкоди		
	Загалом	ФОП	Юр. Особа	Загалом	ФОП	Юр. Особа
Загальнодержавні податки та збори						
Податок на додану вартість	50,7%	40,5%	51,5%	35,5%	25,7%	36,3%
Податок на доходи фізичних осіб	38,9%	43,2%	38,2%	30,2%	31,4%	29,3%
Акцизний податок	38,8%	37,3%	39,7%	22,6%	22,7%	22,5%
Податок на прибуток підприємств	38,7%	43,3%	38,2%	16,8%	10,3%	17,8%
Рентні платежі	28,2%	25,0%	28,7%	13,2%	19,8%	12,2%
Державне мито	27,1%	19,4%	28,6%	11,3%	16,1%	10,4%
Військовий збір	14,2%	11,1%	14,7%	9,7%	15,4%	9,3%
Екологічний податок	12,3%	25,0%	11,4%	5,8%	5,6%	5,9%
Місцеві податки та збори						
Податок на майно	33,9%	28,7%	35,2%	35,0%	20,0%	40,0%
Збір за місця для паркування транспортних засобів	25,4%	28,1%	23,1%	17,2%	17,5%	17,1%
Єдиний податок	19,8%	18,0%	21,3%	12,7%	15,6%	10,3%
Єдиний податок (з тих що ССО)	19,2%	18,4%	20,0%	8,9%	11,2%	6,6%
Туристичний збір	4,8%	0,0%	6,7%	8,6%	10,8%	6,7%
Внески на соціальне страхування						
Єдиний соціальний внесок	33,4%	28,4%	35,1%	13,5%	15,6%	12,8%

Додаток. Таблиця 24. Значні проблеми (альтернативи 4 та 5) зі сплатою та адмініструванням податків (регіональний розподіл)

Місцеві податки	Вартість викликає значні проблеми		Складність викликає значні проблеми	
	Податок на майно	Єдиний податок	Податок на майно	Єдиний податок
Вінницька	23,1%	26,2%	13,7%	10,0%
Волинська	38,1%	0,0%	14,3%	0,0%
Дніпропетровська	37,0%	20,0%	14,5%	6,0%
Донецька	38,4%	16,7%	20,5%	7,1%
Житомирська	54,5%	22,6%	18,2%	3,2%
Закарпатська	33,3%	19,2%	16,7%	3,8%
Запорізька	34,5%	17,6%	17,2%	5,9%
Івано-Франківська	37,9%	20,0%	26,7%	5,0%
Київська	33,3%	20,0%	11,4%	6,4%
Кіровоградська	16,7%	13,0%	16,7%	8,7%
Луганська	57,1%	17,6%	14,3%	11,1%
Львівська	35,4%	19,6%	17,4%	7,3%

Місцеві податки	Вартість викликає значні проблеми		Складність викликає значні проблеми	
	Податок на майно	Єдиний податок	Податок на майно	Єдиний податок
Миколаївська	25,0%	8,0%	18,8%	8,0%
Одеська	44,1%	23,3%	25,0%	14,0%
Полтавська	14,3%	17,9%	14,8%	11,1%
Рівненська	36,4%	12,5%	22,7%	8,7%
Сумська	55,0%	29,2%	25,0%	17,4%
Тернопільська	30,8%	17,1%	15,0%	4,9%
Харківська	25,6%	22,0%	10,3%	11,9%
Херсонська	34,4%	37,8%	9,7%	23,5%
Хмельницька	26,7%	24,1%	23,3%	17,2%
Черкаська	29,4%	20,6%	15,2%	9,4%
Чернівецька	13,0%	9,1%	8,7%	0,0%
Чернігівська	50,0%	14,3%	23,1%	4,3%
м. Київ	38,3%	12,7%	23,4%	7,3%
Загалом	33,9%	19,2%	17,2%	8,9%

Додаток. Таблиця 25. Частка МСП, що повідомили про значні труднощі за наступними аспектами податкового адміністрування (альтернативи 4 та 5), за регіоном, % опитаних

	Високі ставки податків та зборів	Важкість визначення суми податків та зборів, яку треба платити в майбутньому	Високий розмір штрафних санкцій за помилки	Нестабільність податкового законодавства	Складність норм податкового законодавства	Залежність від бажань податкових інспекторів, відсутність поваги	Необхідність домовлятися, підтримувати неформальні стосунки з працівниками ДФС
Вінницька	28,4%	28,0%	48,1%	55,7%	51,2%	17,0%	11,0%
Волинська	16,3%	36,8%	51,3%	52,4%	59,5%	14,3%	10,0%
Дніпропетровська	39,4%	33,1%	50,4%	67,9%	65,9%	17,3%	9,8%
Донецька	34,1%	33,8%	65,4%	73,8%	69,1%	17,7%	5,0%
Житомирська	27,8%	26,5%	47,9%	52,8%	48,0%	28,3%	9,6%
Закарпатська	35,7%	24,4%	56,4%	61,9%	56,1%	23,1%	13,2%
Запорізька	32,9%	23,9%	50,0%	69,0%	58,3%	12,7%	2,9%
Івано-Франківська	23,2%	20,8%	36,4%	57,1%	53,6%	17,9%	7,4%
Київська	29,6%	21,4%	48,1%	63,2%	56,2%	22,7%	11,5%
Кіровоградська	31,9%	35,6%	52,3%	57,4%	54,3%	26,1%	15,9%
Луганська	41,0%	37,8%	54,1%	76,9%	74,4%	10,3%	2,6%
Львівська	34,9%	30,4%	49,1%	70,8%	58,5%	27,9%	15,8%

	Високі ставки податків та зборів	Важкість визначення суми податків та зборів, яку треба платити в майбутньому	Високий розмір штрафних санкцій за помилки	Нестабільність податкового законодавства	Складність норм податкового законодавства	Залежність від бажань податкових інспекторів, відсутність поваги	Необхідність домовлятися, підтримувати неформальні стосунки з працівниками ДФС
Миколаївська	22,6%	16,3%	31,2%	56,0%	44,9%	13,5%	7,7%
Одеська	40,2%	33,0%	54,1%	63,7%	53,5%	13,0%	8,2%
Полтавська	38,1%	25,8%	54,8%	59,7%	61,3%	16,4%	8,3%
Рівненська	31,1%	50,0%	57,1%	68,9%	69,0%	13,6%	9,1%
Сумська	26,2%	19,0%	65,0%	61,9%	70,0%	16,7%	5,1%
Тернопільська	23,7%	27,8%	48,5%	70,7%	60,3%	22,7%	9,5%
Харківська	34,3%	35,0%	59,2%	70,8%	69,2%	21,6%	9,8%
Херсонська	37,3%	23,0%	53,3%	66,7%	61,3%	20,0%	12,2%
Хмельницька	27,6%	29,1%	53,6%	62,1%	55,4%	12,3%	8,9%
Черкаська	34,4%	32,8%	47,4%	64,5%	60,7%	21,3%	10,3%
Чернівецька	45,5%	37,5%	54,8%	69,8%	67,4%	23,3%	13,6%
Чернігівська	39,5%	37,2%	65,0%	71,4%	60,0%	20,9%	9,3%
м. Київ	39,3%	26,9%	45,2%	65,3%	59,0%	23,0%	8,9%
Загалом	33,5%	29,3%	51,3%	65,0%	59,8%	19,4%	9,6%

Додаток. Таблиця 26. Частка МСП, що повідомили про значні труднощі за наступними аспектами податкового адміністрування (альтернативи 4 та 5), за регіоном, % опитаних (продовження)

	Необхідність сплачувати хабарі, домовлятися	Занадто багато часу на спілкування з контролюючими органами	Обтяжливі перевірки за правильністю нарахування та сплати податків	Складна податкова звітність	Часті зміни форм податкової звітності	Велика кількість звітних документів	Нездатність та\або небажання працівників ДФС надавати консультації
Вінницька	11,2%	10,3%	10,3%	24,7%	30,2%	26,1%	19,3%
Волинська	2,5%	2,3%	4,7%	19,0%	40,5%	35,7%	31,0%
Дніпропетровська	8,9%	7,4%	12,0%	22,7%	39,1%	26,7%	23,1%
Донецька	5,3%	7,2%	13,6%	30,5%	33,8%	28,2%	18,5%
Житомирська	12,2%	7,4%	9,6%	18,9%	28,3%	23,5%	20,4%
Закарпатська	10,5%	4,9%	10,0%	39,0%	48,8%	36,6%	35,0%
Запорізька	7,2%	4,2%	8,8%	20,3%	35,2%	21,4%	21,4%

	Необхідність сплачувати хабарі , домовлятися	Занадто багато часу на спілкування з контролюючими органами	Обтяжливі перевірки за правильністю нарахування та сплати податків	Складна податкова звітність	Часті зміни форм податкової звітності	Велика кількість звітних документів	Нездатність та\або небажання працівників ДФС надавати консультації
Івано- Франківська	3,9%	10,7%	12,7%	21,4%	30,4%	25,0%	16,1%
Київська	12,3%	6,2%	10,2%	26,3%	35,8%	25,0%	25,9%
Кіровоградська	12,2%	8,7%	12,8%	28,9%	35,6%	33,3%	28,3%
Луганська	3,1%	5,1%	7,7%	30,8%	50,0%	46,2%	23,1%
Львівська	10,2%	6,7%	11,3%	32,4%	48,6%	34,0%	26,7%
Миколаївська	2,0%	3,8%	0,0%	11,5%	23,1%	11,5%	17,3%
Одеська	9,4%	9,0%	9,9%	28,6%	37,6%	29,0%	28,2%
Полтавська	7,7%	5,0%	10,2%	26,7%	34,4%	29,5%	18,0%
Рівненська	7,0%	9,1%	2,3%	27,3%	35,6%	28,9%	22,2%
Сумська	3,0%	4,9%	16,7%	26,8%	45,2%	23,8%	33,3%
Тернопільська	5,9%	10,5%	9,7%	25,7%	42,7%	32,4%	16,2%
Харківська	8,3%	5,7%	7,9%	24,5%	40,6%	29,1%	27,2%
Херсонська	1,4%	11,0%	14,7%	23,0%	38,7%	31,1%	20,0%
Хмельницька	7,5%	6,9%	12,1%	20,7%	36,8%	29,3%	14,0%
Черкаська	8,8%	8,5%	18,3%	24,2%	37,7%	31,1%	27,9%
Чернівецька	9,5%	9,1%	6,8%	23,7%	35,9%	27,5%	14,6%
Чернігівська	15,0%	11,6%	14,3%	27,9%	38,5%	22,5%	25,6%
м. Київ	8,4%	6,0%	7,6%	29,3%	41,0%	32,6%	31,0%
Загалом	8,1%	7,3%	10,2%	25,7%	38,0%	28,8%	23,9%

Додаток. Таблиця 27. Часові та грошові витрати МСП у ході дотримання податкового законодавства, за регіоном

	% часу керівників на спілкування з державними органами для вирішення адміністративних питань	Відсоток доходу, сплачений МСП у вигляді податків за останні 12 місяців
Вінницька	7,2%	24,9%
Волинська	6,7%	20,5%
Дніпропетровська	10,4%	26,4%
Донецька	8,7%	28,0%
Житомирська	8,6%	23,0%
Закарпатська	6,2%	18,4%
Запорізька	6,9%	24,0%
Івано-Франківська	10,6%	23,2%

	% часу керівників на спілкування з державними органами для вирішення адміністративних питань	Відсоток доходу, сплачений МСП у вигляді податків за останні 12 місяців
Київська	9,6%	22,6%
Кіровоградська	13,4%	24,8%
Луганська	11,7%	31,3%
Львівська	7,0%	24,6%
Миколаївська	6,3%	23,7%
Одеська	10,9%	27,4%
Полтавська	7,2%	24,8%
Рівненська	8,6%	23,0%
Сумська	11,2%	31,0%
Тернопільська	8,5%	21,3%
Харківська	8,3%	27,7%
Херсонська	7,5%	28,0%
Хмельницька	9,0%	22,7%
Черкаська	9,6%	30,2%
Чернівецька	10,3%	25,6%
Чернігівська	7,8%	23,2%
м. Київ	7,3%	23,4%
Загалом	8,7%	24,9%

Додаток. Таблиця 28. Індекс оцінки змін у процесах та умовах, пов'язаних з оподаткуванням залежно від регіону

	Індекс зміни регуляторної процедури	-1. Ускладнились	0. Без змін	+1. Спростились
Вінницька	0,14	16,2%	53,8%	30,0%
Волинська	0,08	30,0%	32,5%	37,5%
Дніпропетровська	0,12	21,3%	45,7%	33,1%
Донецька	0,10	19,2%	51,3%	29,5%
Житомирська	0,18	18,4%	44,9%	36,7%
Закарпатська	0,28	17,9%	35,9%	46,2%
Запорізька	0,26	19,7%	34,8%	45,5%
Івано-Франківська	0,02	25,9%	46,3%	27,8%
Київська	0,07	18,7%	55,1%	26,2%
Кіровоградська	-0,04	22,2%	60,0%	17,8%
Луганська	0,08	23,7%	44,7%	31,6%
Львівська	0,04	24,8%	46,7%	28,6%
Миколаївська	0,22	16,0%	46,0%	38,0%
Одеська	0,12	21,1%	46,3%	32,6%
Полтавська	0,21	13,8%	51,7%	34,5%
Рівненська	0,07	19,0%	54,8%	26,2%

Індекс зміни регуляторної процедури		-1. Ускладнились	0. Без змін	+1. Спростились
Сумська	0,13	20,0%	47,5%	32,5%
Тернопільська	0,10	25,4%	38,8%	35,8%
Харківська	0,04	22,7%	50,5%	26,8%
Херсонська	-0,04	26,5%	51,5%	22,1%
Хмельницька	0,10	21,2%	48,1%	30,8%
Черкаська	-0,07	36,2%	34,5%	29,3%
Чернівецька	0,24	15,8%	44,7%	39,5%
Чернігівська	0,10	15,4%	59,0%	25,6%
м. Київ	0,10	19,3%	51,7%	29,0%
Загалом	0,10	21,2%	47,7%	31,1%

Держава та бізнес

Образ держави

Додаток. Таблиця 29. Розподіл відповідей на питання про образ держави, % опитаних

Роль держави	Україна в цілому
Партнер бізнесу	14%
Перешкода/обмеження бізнесу	58%
Ворог бізнесу	28%

Додаток. Таблиця 30. Розподіл відповідей на питання про образ держави за формою підприємства, % опитаних

Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Партнер бізнесу	14%	14%
Перешкода/обмеження бізнесу	58%	57%
Ворог бізнесу	28%	29%

Додаток. Таблиця 31. Розподіл відповідей на питання про образ держави за розміром підприємства, % опитаних

Розмір підприємства	Мікропідприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Партнер бізнесу	14%	14%	14%
Перешкода/обмеження бізнесу	56%	58%	64%
Ворог бізнесу	30%	29%	22%

Додаток. Таблиця 32. Розподіл відповідей на питання про образ держави за регіонами, % опитаних

Область	Партнер бізнесу	Перешкода/обмеження бізнесу	Ворог бізнесу
Вінницька	18%	64%	18%
Волинська	18%	49%	33%
Дніпропетровська	10%	62%	28%
Донецька	14%	52%	34%

Область	Партнер бізнесу	Перешкода/обмеження бізнесу	Ворог бізнесу
Житомирська	20%	58%	22%
Закарпатська	22%	44%	33%
Запорізька	12%	57%	31%
Івано-Франківська	7%	67%	26%
Київська	15%	57%	29%
Кіровоградська	16%	47%	37%
Луганська	17%	53%	31%
Львівська	11%	61%	28%
Миколаївська	18%	61%	20%
Одеська	16%	54%	30%
Полтавська	5%	65%	31%
Рівненська	5%	64%	31%
Сумська	16%	55%	29%
Тернопільська	19%	56%	24%
Харківська	15%	55%	30%
Херсонська	16%	57%	27%
Хмельницька	22%	55%	24%
Черкаська	16%	57%	28%
Чернівецька	16%	54%	30%
Чернігівська	19%	58%	23%
м. Київ	9%	60%	31%

Додаток. Таблиця 33. Розподіл відповідей на питання про образ держави за галуззю діяльності, % опитаних

Вид діяльності підприємства	Партнер бізнесу	Перешкода/обмеження бізнесу	Ворог бізнесу
Сільське господарство	16%	57%	28%
Промисловість	12%	62%	26%
Будівництво	21%	54%	25%
Торгівля та ремонт	12%	57%	31%
Сектор послуг	14%	58%	28%
ІТ сфера	18%	58%	24%
Транспорт і зв'язок	14%	52%	34%

Довіра до інституцій

Додаток. Таблиця 34. Рейтинг довіри і готовності бізнесу звернутися до інституцій, % опитаних

Інституції	Готовність звернутися	Довіра
Політичні партії	8%	7%
Парламент	8%	7%
Тіньові посередники, мафія	6%	7%

Інституції	Готовність звернутися	Довіра
Судова влада	28%	9%
Кабінет Міністрів	11%	10%
Президент	12%	18%
Обласна державна адміністрація	31%	22%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	42%	36%
Бізнес-омбудсмен	21%	37%
Бізнес-асоціації	36%	44%
Міжнародні організації	32%	47%
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	69%	55%

Додаток. Таблиця 35. Розподіл відповідей на питання про довіру до інституцій за розмірами підприємств, % опитаних

Інституції / Розмір підприємства	Мікропідприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Політичні партії	7%	6%	6%
Парламент	7%	6%	7%
Тіньові посередники, мафія	7%	8%	7%
Судова влада	9%	8%	9%
Кабінет Міністрів	10%	10%	9%
Президент	18%	19%	18%
Обласна державна адміністрація	21%	21%	25%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	35%	35%	39%
Бізнес-омбудсмен	37%	37%	37%
Бізнес-асоціації	44%	42%	40%
Міжнародні організації	48%	41%	46%
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	56%	54%	53%

Додаток. Таблиця 36. Розподіл відповідей на питання про довіру до інституцій за формою підприємств, % опитаних

Інституції / Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	52%	57%
Міжнародні організації	45%	48%
Бізнес-асоціації	44%	43%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	34%	36%
Бізнес-омбудсмен	32%	39%
Обласна державна адміністрація	20%	23%
Президент	14%	20%
Кабінет Міністрів	9%	10%
Політичні партії	9%	6%
Судова влада	9%	9%
Парламент	7%	7%
Тіньові посередники, мафія	7%	7%

Додаток. Таблиця 37. Розподіл відповідей на питання про довіру до інституцій за регіоном, % опитаних

Область \ Інституції	Парламент	Кабінет Міністрів	Президент	Судова влада	Обласна державна адміністрація	Сільські, міські ради, обласні, районні ради	Бізнес-асоціації	Бізнес-омбудсмени	Політичні партії	Міжнародні організації	Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	Тіньові посередники, мафія
Вінницька	8%	11%	29%	11%	34%	47%	49%	50%	4%	52%	60%	10%
Волинська	16%	14%	26%	7%	20%	50%	28%	36%	10%	38%	59%	9%
Дніпропетровська	5%	10%	15%	8%	21%	33%	48%	41%	7%	51%	50%	6%
Донецька	7%	11%	22%	10%	24%	36%	35%	35%	7%	51%	43%	6%
Житомирська	4%	14%	22%	10%	35%	43%	36%	22%	10%	44%	60%	5%
Закарпатська	7%	10%	12%	5%	15%	29%	49%	46%	10%	59%	57%	8%
Запорізька	4%	6%	11%	7%	18%	34%	47%	36%	3%	36%	49%	7%
Івано-Франківська	4%	5%	13%	7%	22%	53%	56%	39%	9%	51%	55%	10%
Київська	7%	14%	25%	10%	23%	37%	48%	38%	5%	50%	62%	8%
Кіровоградська	13%	11%	23%	13%	38%	36%	44%	41%	18%	51%	68%	21%
Луганська	3%	3%	9%	11%	23%	31%	37%	33%	3%	39%	56%	0%
Львівська	5%	9%	13%	7%	19%	32%	41%	34%	8%	53%	54%	9%
Миколаївська	12%	12%	17%	17%	31%	47%	37%	35%	6%	41%	52%	5%
Одеська	11%	14%	18%	14%	14%	24%	29%	26%	6%	48%	60%	5%
Полтавська	5%	13%	18%	8%	20%	42%	47%	42%	7%	47%	62%	2%
Рівненська	5%	5%	11%	2%	19%	30%	42%	27%	5%	45%	47%	8%
Сумська	2%	10%	19%	10%	32%	50%	50%	43%	3%	35%	62%	3%
Тернопільська	5%	12%	15%	14%	20%	32%	44%	33%	6%	45%	62%	7%
Харківська	7%	6%	16%	6%	24%	33%	35%	30%	6%	36%	44%	3%
Херсонська	10%	12%	22%	9%	24%	40%	44%	39%	10%	39%	51%	2%
Хмельницька	11%	19%	24%	9%	27%	47%	58%	51%	12%	35%	54%	6%
Черкаська	7%	8%	18%	9%	17%	32%	49%	38%	3%	39%	62%	6%
Чернівецька	5%	2%	14%	14%	23%	29%	47%	36%	3%	53%	56%	8%
Чернігівська	9%	14%	23%	12%	21%	45%	49%	52%	10%	51%	55%	14%
м. Київ	4%	6%	17%	4%	12%	20%	43%	34%	8%	54%	57%	12%

Додаток. Таблиця 38. Розподіл відповідей на питання про довіру до інституцій за галуззю підприємств, % опитаних

Інституції / Вид діяльності	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Політичні партії	9%	6%	2%	8%	7%	7%	5%
Парламент	10%	5%	9%	6%	7%	10%	7%
Тіньові посередники, мафія	7%	7%	13%	9%	6%	3%	6%
Судова влада	11%	7%	9%	6%	11%	14%	8%
Кабінет Міністрів	11%	7%	18%	8%	10%	15%	12%
Президент	16%	16%	21%	16%	21%	27%	18%
Обласна державна адміністрація	29%	21%	21%	20%	21%	25%	21%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	49%	34%	34%	30%	38%	32%	33%
Бізнес-омбудсмен	39%	33%	35%	34%	39%	44%	41%
Бізнес-асоціації	43%	40%	50%	41%	45%	50%	45%
Міжнародні організації	41%	46%	43%	44%	51%	56%	41%
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	52%	51%	61%	57%	55%	58%	60%

Готовність звернутися до інституцій по допомогу щодо питань, які стосуються ведення бізнесу

Додаток. Таблиця 39. Розподіл відповідей на питання до яких інституцій звернулися б по допомогу, % опитаних

Інституції / Розмір підприємства	Україна в цілому
Політичні партії	8%
Парламент	8%
Тіньові посередники, мафія	6%
Судова влада	28%
Кабінет Міністрів	11%
Президент	12%
Обласна державна адміністрація	31%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	42%
Бізнес-омбудсмен	21%
Бізнес-асоціації	36%
Міжнародні організації	32%
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	69%

Додаток. Таблиця 40. Розподіл відповідей на питання до яких інституцій звернулися б по допомогу за розміром підприємств, % опитаних

Інституції / Розмір підприємства	Мікропідприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Політичні партії	8%	7%	8%
Парламент	7%	7%	14%
Тіньові посередники, мафія	7%	5%	6%
Судова влада	25%	29%	30%
Кабінет Міністрів	9%	11%	18%
Президент	11%	13%	16%
Обласна державна адміністрація	28%	35%	41%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	40%	45%	48%
Бізнес-омбудсмен	22%	19%	21%
Бізнес-асоціації	39%	31%	23%
Міжнародні організації	33%	29%	31%
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	69%	69%	68%

Додаток. Таблиця 41. Розподіл відповідей на питання до яких інституцій звернулися б по допомогу за формою підприємств, % опитаних

Інституції / Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	65%	71%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	40%	43%
Бізнес-асоціації	40%	35%
Міжнародні організації	32%	32%
Обласна державна адміністрація	29%	33%
Бізнес-омбудсмен	21%	22%
Судова влада	20%	31%
Президент	9%	13%
Політичні партії	8%	7%
Кабінет Міністрів	7%	12%
Тіньові посередники, мафія	7%	6%
Парламент	6%	9%

Додаток. Таблиця 42. Розподіл відповідей на питання до яких інституцій звернулися б по допомогу за галуззю підприємств, % опитаних

Інституції / Вид діяльності	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Політичні партії	8%	7%	10%	7%	8%	10%	8%
Парламент	11%	9%	7%	8%	8%	6%	4%
Тіньові посередники, мафія	5%	8%	7%	6%	6%	1%	8%
Судова влада	31%	27%	24%	26%	29%	32%	32%
Кабінет Міністрів	15%	12%	16%	8%	11%	12%	6%
Президент	13%	14%	10%	12%	11%	15%	10%
Обласна державна адміністрація	43%	33%	25%	27%	32%	34%	27%
Сільські, міські ради, обласні, районні ради	69%	40%	29%	33%	44%	35%	40%
Бізнес-омбудсмен	17%	22%	15%	21%	23%	26%	20%
Бізнес-асоціації	33%	32%	31%	37%	40%	40%	37%
Міжнародні організації	33%	33%	29%	30%	32%	50%	27%
Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	70%	66%	68%	68%	68%	78%	74%

Додаток. Таблиця 43. Розподіл відповідей на питання до яких інституцій звернулися б по допомогу МСП за регіоном, % опитаних

Область / Інституції	Парламент	Кабінет Міністрів	Президент	Судова влада	Обласна державна адміністрація	Сільські, міські ради, обласні, районні ради	Бізнес-асоціації	Бізнес-омбудсмени	Політичні партії	Міжнародні організації	Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	Тіньові посередники, мафія
Вінницька	10%	10%	16%	28%	38%	51%	38%	25%	8%	35%	72%	5%
Волинська	7%	9%	9%	34%	34%	55%	39%	20%	16%	30%	66%	11%
Дніпропетровська	6%	12%	10%	24%	26%	37%	32%	21%	9%	34%	66%	10%
Донецька	10%	15%	16%	25%	40%	41%	24%	18%	8%	29%	59%	7%
Житомирська	13%	11%	13%	33%	37%	50%	39%	20%	13%	30%	70%	7%
Закарпатська	5%	5%	14%	24%	26%	41%	36%	29%	10%	48%	57%	2%
Запорізька	6%	6%	6%	25%	23%	33%	34%	14%	8%	22%	71%	10%
Івано-Франківська	4%	9%	9%	18%	32%	54%	46%	20%	13%	32%	68%	4%
Київська	6%	11%	13%	22%	24%	44%	38%	23%	6%	32%	68%	5%
Кіровоградська	6%	6%	9%	19%	40%	40%	38%	15%	9%	30%	70%	11%

Область / Інституції	Парламент	Кабінет Міністрів	Президент	Судова влада	Обласна державна адміністрація	Сільські, міські ради, обласні, районні ради	Бізнес-асоціації	Бізнес-омбудсмени	Політичні партії	Міжнародні організації	Юристи, адвокати, бізнес-консультанти	Тіньові посередники, мафія
Луганська	13%	13%	15%	36%	39%	54%	36%	21%	10%	31%	72%	3%
Львівська	2%	4%	7%	21%	25%	36%	41%	26%	4%	35%	77%	5%
Миколаївська	9%	13%	13%	36%	42%	55%	40%	26%	8%	31%	74%	4%
Одеська	11%	13%	10%	36%	31%	38%	31%	19%	12%	35%	72%	7%
Полтавська	8%	16%	13%	23%	36%	48%	45%	33%	6%	25%	67%	5%
Рівненська	2%	2%	2%	36%	29%	36%	33%	20%	4%	27%	58%	13%
Сумська	7%	12%	14%	38%	29%	41%	33%	26%	7%	19%	64%	2%
Тернопільська	13%	17%	27%	26%	36%	54%	36%	18%	8%	38%	68%	4%
Харківська	7%	10%	12%	27%	32%	32%	27%	16%	6%	27%	67%	6%
Херсонська	19%	21%	20%	37%	40%	52%	45%	28%	9%	31%	68%	3%
Хмельницька	12%	16%	16%	31%	29%	50%	36%	16%	3%	28%	72%	3%
Черкаська	5%	13%	13%	23%	37%	45%	42%	27%	3%	29%	79%	2%
Чернівецька	7%	7%	16%	18%	32%	46%	34%	18%	9%	43%	66%	2%
Чернігівська	9%	9%	12%	35%	42%	51%	47%	23%	2%	37%	56%	10%
м. Київ	4%	8%	8%	33%	24%	25%	36%	18%	6%	37%	73%	10%

Перешкоди з боку органів влади

Додаток. Таблиця 44. Розподіл відповідей на питання про перешкоди від державної влади, % опитаних

Перешкоди від органів державної влади	Україна в цілому
Не створюють	50%
Митна служба	5%
Державна фіскальна служба (Державна податкова інспекція)	18%
Прокуратура	4%
СБУ	3%
Національна поліція України	3%
Національне антикорупційне бюро (НАБУ)	1%
Держгеокадастр України	5%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України (ДАБІ)	6%
Державна реєстраційна служба	4%
Державна фінансова інспекція України (Державна аудиторська служба)	3%
Міністерство Юстиції	2%
Міністерство економічного розвитку і торгівлі	3%
Місцева державна адміністрація	4%
Органи місцевого самоврядування (сільські, міські, обласні, районні ради)	7%
Вищі органи влади (Верховна Рада, Кабінет Міністрів, Президент)	20%

Додаток. Таблиця 45. Розподіл відповідей на питання про перешкоди від державної влади за розміром, % опитаних

Інституції / Розмір підприємства	Мікро-підприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Не створюють	52%	45%	48%
Митна служба	5%	5%	7%
Державна фіскальна служба (Державна податкова інспекція)	15%	22%	22%
Прокуратура	4%	6%	7%
Національна поліція України	3%	4%	3%
Держгеокадастр України	5%	5%	7%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України (ДАБІ)	5%	7%	6%
Державна фінансова інспекція України (Державна аудиторська служба)	2%	4%	5%
Міністерство економічного розвитку і торгівлі	3%	3%	3%
Місцева державна адміністрація	4%	5%	3%
Органи місцевого самоврядування (сільські, міські, обласні, районні ради)	7%	8%	7%
Вищі органи влади (Верховна Рада, Кабінет Міністрів, Президент)	19%	23%	21%
СБУ	2%	4%	5%
Національне антикорупційне бюро	1%	3%	2%
Державна реєстраційна служба	4%	3%	5%
Міністерство юстиції	2%	2%	3%

Додаток. Таблиця 46. Розподіл відповідей на питання про перешкоди від державної влади за формою підприємств, % опитаних

Інституції / Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Не створюють	56%	48%
Вищі органи влади (Верховна Рада, Кабінет Міністрів, Президент)	15%	22%
Державна фіскальна служба (Державна податкова інспекція)	14%	19%
Органи місцевого самоврядування (сільські, міські, обласні, районні ради)	8%	7%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України (ДАБІ)	4%	6%
Місцева державна адміністрація	4%	4%
Митна служба	3%	6%
Національна поліція України	3%	3%
Держгеокадастр України	3%	6%
Прокуратура	2%	5%
Міністерство економічного розвитку і торгівлі	2%	3%
СБУ	2%	3%
Державна фінансова інспекція України (Державна аудиторська служба)	2%	3%
Міністерство юстиції	2%	3%
Національне антикорупційне бюро	0%	1%

Додаток. Таблиця 47. Розподіл відповідей на питання про перешкоди від державної влади за галуззю підприємств, % опитаних

Інституції / Вид діяльності	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Не створюють	42%	49%	50%	52%	54%	50%	46%
Митна служба	4%	6%	4%	8%	2%	5%	12%
Державна фіскальна служба (Державна податкова інспекція)	18%	19%	19%	20%	14%	18%	21%
Прокуратура	8%	6%	6%	4%	3%	2%	4%
Національна поліція України	4%	4%	7%	3%	1%	1%	7%
Держгеокадастр України	21%	3%	7%	3%	4%	1%	2%
Державна архітектурно-будівельна інспекція України (ДАБІ)	5%	5%	18%	6%	4%	3%	5%
Державна фінансова інспекція України (Державна аудиторська служба)	2%	4%	4%	3%	3%	3%	2%
Міністерство економічного розвитку і торгівлі	4%	3%	2%	3%	1%	3%	3%
Місцева державна адміністрація	5%	5%	4%	4%	3%	3%	5%
Органи місцевого самоврядування (сільські, міські, обласні, районні ради)	10%	5%	12%	7%	8%	5%	4%
Вищі органи влади (Верховна Рада, Кабінет Міністрів, Президент)	21%	20%	15%	20%	19%	25%	17%
СБУ	5%	4%	6%	2%	1%	4%	3,0%
Національне антикорупційне бюро	2%	2%	3%	1%	1%	0%	2%
Державна реєстраційна служба	7%	3%	6%	4%	3%	6,9%	3%
Міністерство юстиції	4%	3%	3%	3%	1%	2%	2%

Додаток. Таблиця 48. Розподіл відповідей на питання про перешкоди від державної влади за регіоном, % опитаних

Область	Не створюють	Митна служба	Державна фіскальна служба (Державна податкова інспекція)	Прокуратура	СБУ	Національна поліція України	Держгеокадастр України	Державна архітектурно-будівельна інспекція України	Державна реєстраційна служба	Державна фінансова інспекція України	Міністерство Юстиції	Міністерство економічного розвитку і торгівлі	Місцева державна адміністрація	Органи місцевого самоврядування (сільські, міські, містобудівні)	Вищі органи влади (ВР, Кабінетмін, Президент)
Вінницька	51%	2%	11%	3%	0%	3%	5%	3%	0%	3%	0%	1%	2%	10%	15,9%
Волинська	68%	7%	9%	2%	5%	2%	2%	0%	0%	0%	0%	0%	2%	2%	4,5%
Дніпропетровська	50%	6%	17%	7%	4%	3%	2%	4%	4%	2%	0%	4%	6%	10%	21,9%
Донецька	49%	6%	18%	6%	6%	6%	4%	8%	4%	2%	1%	2%	2%	4%	21,7%
Житомирська	63%	2%	9%	4%	4%	2%	7%	4%	4%	2%	4%	4%	6%	4%	14,8%
Закарпатська	60%	5%	19%	7%	2%	2%	2%	2%	5%	2%	5%	5%	7%	12%	21,4%
Запорізька	37%	4%	22%	4%	3%	3%	10%	6%	4%	6%	7%	7%	4%	6%	32,9%
Івано-Франківська	59%	2%	18%	7%	4%	2%	2%	7%	0%	0%	2%	4%	0%	5%	17,9%
Київська	50%	12%	23%	2%	3%	3%	7%	7%	5%	3%	2%	1%	4%	5%	13,8%
Кіровоградська	47%	2%	9%	4%	0%	2%	11%	4%	2%	2%	4%	0%	6%	11%	21,3%
Луганська	46%	0%	8%	3%	0%	0%	3%	8%	5%	0%	5%	3%	3%	5%	23,1%
Львівська	47%	5%	19%	6%	6%	2%	5%	6%	6%	4%	1%	5%	5%	8%	21,7%
Миколаївська	47%	6%	17%	8%	9%	8%	9%	11%	6%	6%	8%	8%	6%	11%	34,0%
Одеська	45%	3%	18%	3%	1%	2%	1%	7%	5%	4%	2%	2%	7%	8%	18,4%
Полтавська	47%	5%	22%	5%	3%	6%	11%	9%	5%	3%	2%	2%	2%	5%	17,2%
Рівненська	44%	9%	16%	7%	2%	7%	7%	2%	0%	0%	4%	2%	4%	16%	22,2%
Сумська	64%	5%	14%	5%	0%	2%	5%	2%	0%	2%	0%	0%	0%	2%	9,5%
Тернопільська	54%	3%	13%	0%	1%	1%	8%	4%	5%	1%	0%	3%	4%	3%	11,8%
Харківська	51%	6%	13%	5%	2%	3%	4%	6%	6%	3%	1%	1%	5%	8%	20,4%
Херсонська	53%	1%	17%	0%	0%	0%	1%	4%	1%	1%	1%	0%	1%	11%	16,0%
Хмельницька	52%	3%	21%	5%	2%	2%	12%	9%	9%	5%	2%	3%	3%	10%	15,5%
Черкаська	50%	5%	27%	3%	2%	3%	10%	2%	0%	2%	0%	2%	3%	3%	21,0%
Чернівецька	55%	7%	14%	0%	0%	0%	5%	2%	0%	5%	0%	2%	5%	7%	20,5%
Чернігівська	54%	2%	12%	0%	2%	0%	7%	7%	9%	0%	5%	0%	7%	14%	25,6%
м. Київ	46%	10%	24%	7%	4%	4%	3%	7%	8%	5%	4%	4%	4%	6%	24,9%

Неформальні зв'язки

Додаток. Таблиця 49. Розподіл відповідей на питання про важливість неформальних зв'язків з представниками органів влади, % опитаних

Важливість неформальних зв'язків	Україна в цілому
Відсоток МСП, які вважають, що важливо мати неформальні зв'язки з представниками органів влади	44,57%

Додаток. Таблиця 50. Відсоток МСП, які вважають, що важливо мати неформальні зв'язки з органами влади за розміром підприємства, % опитаних

Розмір підприємства	Важливість зв'язків
Мікропідприємство	43%
Мале підприємство	48%
Середнє підприємство	47%

Додаток. Таблиця 51. Відсоток МСП, які вважають, що важливо мати неформальні зв'язки з органами влади за формою підприємства, % опитаних

Форма підприємства	Важливість зв'язків
ФОП	45,0%
Юридична особа	44,4%

Додаток. Таблиця 52. Відсоток МСП, які вважають, що важливо мати неформальні зв'язки з органами влади – регіональний вимір, % опитаних

Область	Важливість зв'язків	
Вінницька	43%	Одеська 52%
Волинська	52%	Полтавська 34%
Дніпропетровська	46%	Рівненська 51%
Донецька	45%	Сумська 52%
Житомирська	35%	Тернопільська 46%
Закарпатська	45%	Харківська 40%
Запорізька	52%	Херсонська 48%
Івано-Франківська	43%	Хмельницька 47%
Київська	41%	Черкаська 44%
Кіровоградська	45%	Чернівецька 52%
Луганська	49%	Чернігівська 49%
Львівська	52%	м. Київ 36%
Миколаївська	36%	

Додаток. Таблиця 53. Відсоток МСП, які вважають, що важливо мати неформальні зв'язки з органами влади за секторами, % опитаних

Вид діяльності	Важливість зв'язків
Сільське господарство	51%
Промисловість	41%
Будівництво	50%
Торгівля та ремонт	45%
Сектор послуг	49%
ІТ сфера	22%
Транспорт і зв'язок	38%

Додаток. Таблиця 54. Розподіл відповідей на питання про важливість неформальних зав'язків з органами влади, % опитаних

Представники органів	Україна в цілому
Обласна державна адміністрація	26%
Центральні органи влади	24%
Сільські, міські, обласні, районні ради	29%
Правоохоронні органи	26%
Податкові органи	29%

Додаток. Таблиця 55. Розподіл відповідей на питання про важливість неформальних зав'язків з органами влади за розміром підприємств, % опитаних

Розмір підприємства	Мікро-підприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Обласна державна адміністрація	24%	29%	29%
Центральні органи влади	22%	27%	28%
Сільські, міські, обласні, районні ради	27%	32%	32%
Правоохоронні органи	25%	29%	25%
Податкові органи	28%	32%	29%

Додаток. Таблиця 56. Розподіл відповідей на питання про важливість неформальних зав'язків з органами влади за формою підприємств, % опитаних

Інституції / Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Податкові органи	31%	28%
Правоохоронні органи	28%	25%
Сільські, міські, обласні, районні ради	28%	29%
Обласна державна адміністрація	26%	25%
Центральні органи влади	25%	24%

Додаток. Таблиця 57. Розподіл відповідей на питання про важливість неформальних зав'язків з органами влади за регіонами, % опитаних

Область	Обласна державна адміністрація	Центральні органи влади	Сільські, міські, обласні, районні ради	Правоохоронні органи	Податкові органи
Вінницька	25%	24%	33%	27%	32%
Волинська	24%	27%	31%	33%	36%
Дніпропетровська	29%	25%	21%	28%	29%
Донецька	23%	19%	24%	26%	32%
Житомирська	18%	17%	19%	12%	17%
Закарпатська	37%	37%	39%	27%	34%
Запорізька	27%	26%	36%	33%	33%
Івано-Франківська	22%	27%	27%	32%	29%
Київська	20%	23%	27%	30%	25%
Кіровоградська	28%	24%	26%	30%	32%
Луганська	19%	11%	21%	30%	30%
Львівська	35%	32%	33%	25%	31%
Миколаївська	20%	14%	26%	20%	22%
Одеська	31%	26%	32%	34%	46%
Полтавська	21%	22%	21%	23%	25%
Рівненська	27%	25%	43%	34%	36%
Сумська	36%	26%	39%	33%	38%
Тернопільська	26%	25%	36%	29%	31%
Харківська	30%	25%	31%	16%	23%
Херсонська	14%	16%	26%	23%	24%
Хмельницька	26%	26%	28%	21%	28%
Черкаська	24%	20%	29%	15%	24%
Чернівецька	23%	33%	37%	21%	23%
Чернігівська	31%	31%	30%	19%	26%
м. Київ	23%	22%	23%	22%	22%

Додаток. Таблиця 58. Розподіл відповідей на питання про важливість неформальних зав'язків з органами влади за галуззю підприємств, % опитаних

Вид діяльності	Обласна державна адміністрація	Центральні органи влади	Сільські, міські, обласні, районні ради	Правоохоронні органи	Податкові органи
Сільське господарство	30%	31%	39%	32%	35%
Промисловість	24%	25%	27%	22%	26%
Будівництво	41%	28%	31%	26%	32%
Торгівля та ремонт	23%	23%	25%	25%	31%
Сектор послуг	28%	25%	33%	27%	29%
ІТ сфера	12%	12%	13%	13%	12%
Транспорт і зв'язок	24%	19%	23%	28%	29%

Оцінка ставлення державних органів влади до підприємців

Додаток. Таблиця 59. Розподіл відповідей на питання про ставлення працівників державних органів до підприємців, % опитаних

Ставлення державних органів	Україна в цілому
Ставляться з повагою	36%
Ставляться нейтрально	41%
Ставляться з неповагою	23%

Додаток. Таблиця 60. Розподіл відповідей на питання про ставлення працівників державних органів до підприємців за розміром підприємств, % опитаних

Ставлення / Розмір підприємства	Мікропідприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Ставляться з повагою	36%	34%	39%
Ставляться нейтрально	41%	44%	40%
Ставляться з неповагою	23%	23%	21%

Додаток. Таблиця 61. Розподіл відповідей на питання про ставлення працівників державних органів до підприємців за формою підприємств, % опитаних

Ставлення / Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Ставляться з повагою	35%	36%
Ставляться нейтрально	42%	41%
Ставляться з неповагою	22%	23%

Додаток. Таблиця 62. Розподіл відповідей на питання про ставлення працівників державних органів до підприємців за галуззю підприємств, % опитаних

Вид діяльності	Ставляться з повагою	Ставляться нейтрально	Ставляться з неповагою
Сільське господарство	47%	39%	15%
Промисловість	36%	40%	24%
Будівництво	37%	35%	18%
Торгівля та ремонт	34%	43%	23%
Сектор послуг	36%	40%	24%
ІТ сфера	30%	46%	25%
Транспорт і зв'язок	32%	47%	21%

Додаток. Таблиця 63. Розподіл відповідей на питання про ставлення працівників державних органів до підприємців за регіоном, % опитаних

Область	Ставляться з повагою	Ставляться нейтрально	Ставляться з неповагою
Вінницька	49%	33%	18%
Волинська	52%	36%	12%
Дніпропетровська	37%	39%	24%
Донецька	30%	49%	20%
Житомирська	33%	44%	22%
Закарпатська	41%	37%	22%
Запорізька	31%	47%	22%
Івано-Франківська	43%	39%	18%
Київська	32%	44%	24%
Кіровоградська	31%	40%	29%
Луганська	30%	49%	22%
Львівська	34%	43%	23%
Миколаївська	36%	45%	19%
Одеська	36%	36%	29%
Полтавська	41%	37%	22%
Рівненська	51%	31%	18%
Сумська	34%	56%	10%
Тернопільська	47%	35%	19%
Харківська	29%	42%	30%
Херсонська	39%	41%	20%
Хмельницька	46%	42%	12%
Черкаська	34%	41%	25%
Чернівецька	39%	43%	18%
Чернігівська	42%	37%	21%
м. Київ	24%	43%	33%

Державна підтримка

Додаток. Таблиця 64. Розподіл відповідей на питання про державну підтримку, % опитаних

Державна підтримка	Україна в цілому
Бізнесу насамперед необхідна пряма державна підтримка (послуги, які надаються безпосередньо бізнесу: консультації, субсидії, гарантування кредитів тощо)	17 %
Бізнесу насамперед необхідна сприятлива політика держави (покращення ділового середовища, спрощення системи адміністрування тощо)	77 %
Бізнес не потребує державної підтримки	6%

Додаток. Таблиця 65. Розподіл відповідей на питання про державну підтримку за формою підприємств, % опитаних

Державна підтримка / Форма підприємства	ФОП	Юридична особа
Бізнесу насамперед необхідна пряма державна підтримка	23%	14%
Бізнесу насамперед необхідна сприятлива політика держави	70%	80%
Бізнес не потребує державної підтримки	7%	6%

Додаток. Таблиця 66. Розподіл відповідей на питання про державну підтримку за розміром підприємств, % опитаних

Державна підтримка / Розмір підприємства	Мікро-підприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Бізнесу насамперед необхідна пряма державна підтримка	17%	16%	14%
Бізнесу насамперед необхідна сприятлива політика держави	77%	78%	78%
Бізнес не потребує державної підтримки	6%	6%	8%

Додаток. Таблиця 67. Розподіл відповідей на питання про державну підтримку за регіоном, % опитаних

Область	Бізнесу насамперед необхідна пряма державна підтримка	Бізнесу насамперед необхідна сприятлива політика держави	Бізнес не потребує державної підтримки
Вінницька	21%	71%	8%
Волинська	21%	74%	5%
Дніпропетровська	13%	75%	12%
Донецька	19%	76%	5%
Житомирська	13%	77%	9%
Закарпатська	7%	88%	5%
Запорізька	8%	88%	4%
Івано-Франківська	20%	73%	7%
Київська	22%	74%	3%
Кіровоградська	13%	75%	13%
Луганська	11%	90%	0%
Львівська	11%	82%	8%

Область	Бізнесу насамперед необхідна пряма державна підтримка	Бізнесу насамперед необхідна сприятлива політика держави	Бізнес не потребує державної підтримки
Миколаївська	23%	72%	6%
Одеська	16%	83%	1%
Полтавська	21%	75%	5%
Рівненська	18%	76%	7%
Сумська	24%	69%	7%
Тернопільська	21%	69%	9%
Харківська	11%	86%	3%
Херсонська	18%	74%	8%
Хмельницька	19%	71%	10%
Черкаська	23%	68%	10%
Чернівецька	25%	68%	7%
Чернігівська	12%	83%	5%
м. Київ	13%	82%	5%

Додаток. Таблиця 68. Розподіл відповідей на питання про державну підтримку за галуззю підприємств, % опитаних

Вид діяльності	Бізнесу насамперед необхідна пряма державна підтримка	Бізнесу насамперед необхідна сприятлива політика держави	Бізнес не потребує державної підтримки
Сільське господарство	29%	66%	6%
Промисловість	14%	80%	7%
Будівництво	11%	89%	0%
Торгівля та ремонт	19%	74%	7%
Сектор послуг	14%	80%	6%
ІТ сфера	12%	81%	7 %
Транспорт і зв'язок	16%	77%	8%

Інструменти державної підтримки

Додаток. Таблиця 69. Розподіл відповідей на питання про користування МСП інструментами державної підтримки, % опитаних

Інструменти державної підтримки	Користувались МСП
Консультації щодо окремих аспектів ведення бізнесу, дзвінки на гарячу лінію	23%
Фінансова допомога, кредити, відшкодування	7%
Пільги	3%
Навчання, семінари, тренінги	14%
Не користувалося інструментами державної підтримки	62%

Додаток. Таблиця 70 Розподіл відповідей на питання про користування МСП інструментами державної підтримки за формою підприємства, % опитаних

Інструменти державної підтримки, якими користувались МСП	ФОП	Юридична особа
Консультації щодо окремих аспектів ведення бізнесу, дзвінки на гарячу лінію	13%	27%
Фінансова допомога, кредити, відшкодування	4%	8%
Пільги	1%	4%
Навчання, семінари, тренінги	9%	16%
Не користувалося інструментами державної підтримки	76%	57%

Додаток. Таблиця 71 Розподіл відповідей на питання про користування МСП інструментами державної підтримки за розміром підприємства, % опитаних

Інструменти державної підтримки, якими користувались МСП	Мікро-підприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Консультації щодо окремих аспектів ведення бізнесу, дзвінки на гарячу лінію	20%	30%	30%
Фінансова допомога, кредити, відшкодування	4%	7%	18%
Пільги	2%	4%	5%
Навчання, семінари, тренінги	11%	19%	22%
Не користувалося інструментами державної підтримки	69%	56%	42%

Додаток. Таблиця 72 Розподіл відповідей на питання про користування МСП інструментами державної підтримки за секторами, % опитаних

Вид діяльності	Консультації щодо окремих аспектів ведення бізнесу, дзвінки на гарячу лінію	Фінансова допомога, кредити, відшкодування	Пільги	Навчання, семінари, тренінги	Не користувалося інструментами державної підтримки
Сільське господарство	24%	23%	6%	21%	46%
Промисловість	19%	6%	3%	15%	66%
Будівництво	28%	7%	0%	4%	63%
Торівля та ремонт	24%	3%	2%	8%	67%
Сектор послуг	25%	5%	3%	19%	60%
ІТ сфера	25%	3%	0%	7%	71%
Транспорт і зв'язок	20%	5%	3%	11%	65%

Додаток. Таблиця 73 Розподіл відповідей на питання про користування МСП інструментами державної підтримки – регіональний вимір, % опитаних

Область	Консультації щодо окремих аспектів ведення бізнесу, дзвінки на гарячу лінію	Фінансова допомога, кредити, відшкодування	Пільги	Навчання, семінари, тренінги	Не користувалося інструментами державної підтримки
Вінницька	31%	13%	6%	23%	49%
Волинська	18%	9%	5%	16%	61%
Дніпропетровська	21%	5%	2%	13%	66%
Донецька	17%	6%	2%	11%	71%
Житомирська	26%	4%	4%	11%	61%
Закарпатська	19%	2%	2%	12%	71%
Запорізька	23%	4%	4%	16%	62%
Івано-Франківська	18%	9%	4%	16%	63%
Київська	28%	3%	2%	12%	61%
Кіровоградська	19%	4%	4%	13%	64%
Луганська	15%	3%	3%	5%	80%
Львівська	26%	5%	3%	17%	62%
Миколаївська	13%	6%	2%	11%	76%
Одеська	30%	5%	0%	17%	54%
Полтавська	25%	9%	2%	17%	58%
Рівненська	24%	13%	2%	18%	53%
Сумська	29%	10%	5%	7%	62%
Тернопільська	18%	13%	3%	16%	61%
Харківська	25%	8%	6%	14%	61%
Херсонська	21%	11%	3%	12%	61%
Хмельницька	28%	10%	3%	9%	62%
Черкаська	19%	7%	3%	18%	58%
Чернівецька	14%	14%	2%	7%	68%
Чернігівська	30%	9%	2%	23%	51%
м. Київ	24%	1%	2%	12%	67%

Пільгові умови

Додаток. Таблиця 74. Розподіл відповідей МСП на питання чи потрібні пільгові умови для окремих категорій підприємств, % опитаних

Необхідність пільг	Україна в цілому
Так, для окремих галузей підприємництва	26%
Так, для новостворених підприємств у перший рік діяльності	57%
Так, для підприємств, які впроваджують заходи по енергозбереженню	40%
Так, для підприємств які впроваджують інноваційні заходи	41%
Ні	11%

Додаток. Таблиця 75. Розподіл відповідей на питання чи потрібні пільгові умови для окремих категорій підприємств за розміром МСП, % опитаних

Необхідність пільг	Мікро- підприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Так, для окремих галузей підприємництва	22%	29%	38%
Так, для новостворених підприємств у перший рік діяльності	59%	58%	48%
Так, для підприємств, які впроваджують заходи по енергозбереженню	40%	41%	38%
Так, для підприємств які впроваджують інноваційні заходи	40%	42%	40%
Ні	11%	9%	11%

Додаток. Таблиця 76. Розподіл відповідей на питання чи потрібні пільгові умови для окремих категорій підприємств за формою МСП, % опитаних

Необхідність пільг	ФОП	Юридична особа
Так, для окремих галузей підприємництва	18%	29%
Так, для новостворених підприємств у перший рік діяльності	63%	54%
Так, для підприємств, які впроваджують заходи по енергозбереженню	40%	40%
Так, для підприємств які впроваджують інноваційні заходи	40%	41%
Ні	10%	11%

Додаток. Таблиця 77. Розподіл відповідей на питання чи потрібні пільгові умови для окремих категорій підприємств за сектором МСП, % опитаних

Вид діяльності	Так, для окремих галузей підприємництва	Так, для новостворених підприємств у перший рік діяльності	Так, для підприємств, які впроваджують заходи по енергозбереженню	Так, для підприємств які впроваджують інноваційні заходи	Ні
Сільське господарство	47%	54%	39%	36%	7%
Промисловість	21%	51%	42%	39%	10%
Будівництво	21%	57%	44%	38%	13%
Торгівля та ремонт	25%	65%	39%	36%	10%
Сектор послуг	25%	54%	40%	44%	12%
ІТ сфера	24%	54%	38%	54%	15%
Транспорт і зв'язок	19%	56%	36%	40%	10%

Додаток. Таблиця 78. Розподіл відповідей МСП на питання чи потрібні пільгові умови для окремих категорій підприємств – регіональний вимір, % опитаних

Область	Так, для окремих галузей підприємництва	Так, для новостворених підприємств у перший рік діяльності	Так, для підприємств, які впроваджують заходи по енергозбереженню	Так, для підприємств які впроваджують інноваційні заходи	Ні
Вінницька	24%	65%	27%	35%	10%
Волинська	30%	52%	25%	25%	11%
Дніпропетровська	26%	58%	42%	46%	13%
Донецька	27%	70%	43%	42%	6%

Область	Так, для окремих галузей підприємництва	Так, для новостворених підприємств у перший рік діяльності	Так, для підприємств, які впроваджують заходи по енергозбереженню	Так, для підприємств які впроваджують інноваційні заходи	Ні
Житомирська	17%	63%	41%	32%	9%
Закарпатська	21%	50%	36%	43%	17%
Запорізька	25%	67%	45%	43%	7%
Івано-Франківська	18%	52%	41%	36%	16%
Київська	23%	48%	44%	35%	10%
Кіровоградська	26%	53%	34%	36%	15%
Луганська	31%	62%	46%	46%	3%
Львівська	23%	61%	43%	45%	9%
Миколаївська	40%	53%	40%	36%	9%
Одеська	29%	54%	46%	45%	10%
Полтавська	30%	48%	45%	41%	13%
Рівненська	22%	62%	49%	47%	13%
Сумська	17%	57%	38%	31%	19%
Тернопільська	24%	57%	33%	41%	8%
Харківська	32%	53%	43%	39%	8%
Херсонська	25%	52%	45%	35%	12%
Хмельницька	31%	60%	41%	47%	7%
Черкаська	29%	50%	37%	40%	11%
Чернівецька	18%	75%	39%	50%	7%
Чернігівська	23%	61%	40%	35%	0%
м. Київ	29%	51%	34%	45%	18%

Додаток. Таблиця 79. Розподіл відповідей МСП на питання для яких галузей підприємств необхідні пільгові умови, % серед МСП, що вважають пільгові умови необхідними для певних категорій підприємств

Галузь	Україна в цілому
Інформаційні технології	19%
Туризм	11%
Військово-промисловий комплекс та пов'язані галузі	17%
Легка промисловість	19%
Сільське господарство	71%

Додаток. Таблиця 80. Розподіл відповідей МСП на питання для яких галузей підприємств необхідні пільгові умови за формою підприємства, % серед МСП, що вважають пільгові умови необхідними для певних категорій підприємств

Галузь	ФОП	Юридична особа
Інформаційні технології	27%	17%
Туризм	20%	8%
Військово-промисловий комплекс та пов'язані галузі	27%	15%
Легка промисловість	22%	19%
Сільське господарство	69%	72%

Додаток. Таблиця 81. Розподіл відповідей МСП на питання для яких галузей підприємств необхідні пільгові умови за розміром підприємства, % серед МСП, що вважають пільгові умови необхідними для певних категорій підприємств

Галузь	Мікро- підприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Інформаційні технології	22%	11%	17%
Туризм	15%	6%	4%
Військово-промисловий комплекс та пов'язані галузі	21%	13%	13%
Легка промисловість	21%	18%	17%
Сільське господарство	70%	71%	72%

Додаток. Таблиця 82. Розподіл відповідей МСП на питання для яких галузей підприємств необхідні пільгові умови за сектором підприємства, % серед МСП, що вважають пільгові умови необхідними для певних категорій підприємств

Галузь	Сільське господар- ство	Проми- словість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Інформаційні технології	12%	15%	33%	18%	19%	52%	18%
Туризм	6%	8%	8%	10%	15%	22%	5%
Військово-промисловий комплекс	11%	19%	42%	18%	20%	9%	14%
Легка промисловість	7%	23%	50%	23%	23%	4%	14%
Сільське господарство	96%	50%	92%	71%	68%	57%	59%

Додаток. Таблиця 83. Розподіл відповідей МСП на питання для яких галузей підприємств необхідні пільгові умови – регіональний вимір, % серед МСП, що вважають пільгові умови необхідними для певних категорій підприємств

Область	Інформаційні технології	Туризм	Військово- промисловий комплекс та пов'язані галузі	Легка промисловість	Сільське господарство
Вінницька	15%	5%	25%	20%	60%
Волинська	0%	0%	17%	17%	83%
Дніпропетровська	15%	12%	21%	12%	76%
Донецька	19%	14%	24%	38%	57%
Житомирська	22%	33%	33%	44%	78%
Закарпатська	22%	11%	11%	11%	78%
Запорізька	18%	6%	0%	29%	88%
Івано-Франківська	0%	10%	20%	0%	80%
Київська	19%	8%	8%	8%	81%
Кіровоградська	25%	17%	8%	17%	42%
Луганська	20%	20%	20%	20%	70%
Львівська	30%	13%	26%	39%	70%

Область	Інформаційні технології	Туризм	Військово-промисловий комплекс та пов'язані галузі	Легка промисловість	Сільське господарство
Миколаївська	19%	10%	5%	29%	71%
Одеська	21%	4%	7%	11%	68%
Полтавська	33%	11%	39%	28%	78%
Рівненська	33%	22%	22%	11%	67%
Сумська	17%	0%	0%	17%	67%
Тернопільська	18%	18%	29%	12%	71%
Харківська	9%	6%	21%	21%	73%
Херсонська	29%	29%	24%	18%	59%
Хмельницька	19%	13%	0%	0%	75%
Черкаська	12%	0%	6%	18%	71%
Чернівецька	0%	0%	0%	0%	75%
Чернігівська	0%	10%	10%	0%	60%
м. Київ	27%	10%	24%	27%	71%

Очікувані заходи державної політики

Додаток. Таблиця 84. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП (за формою власності та розміром підприємств), % опитаних

	Усі опитані	ФОП	Юридичні особи	Мікро-підприємства усіх форм власності	Малі підприємства усіх форм власності	Середні підприємства усіх форм власності
Переведення надання адміністративних послуг в електронний формат	65%	62%	67%	66%	63%	66%
Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності (дерегуляція)	82%	77%	84%	82%	83%	81%
Спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель	54%	59%	52%	56%	50%	49%
Консультації та тренінги з питань просування товарів/послуг на зовнішні ринки	49%	51%	48%	49%	49%	45%
Консультації та тренінги про започаткування та розвиток бізнесу	47%	57%	43%	49%	45%	38%
Скасування мораторію на продаж землі с/г призначення	20%	25%	18%	21%	17%	18%
Створення дієвого механізму виконання законодавчих актів	59%	56%	60%	58%	61%	61%
Трирічний мораторій на зміни та доповнення до законодавчих актів,	55%	46%	59%	52%	59%	63%

	Усі опитані	ФОП	Юридичні особи	Мікро- підприємства усіх форм власності	Малі підприємства усіх форм власності	Середні підприємства усіх форм власності
що стосуються господарської діяльності підприємств						
Створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності	74%	73%	74%	73%	76%	71%
Спрощення податкового адміністрування	80%	77%	81%	79%	83%	79%
Захист вітчизняного виробника від конкуренції з боку імпорту	49%	51%	48%	49%	51%	49%
Створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства тощо	78%	81%	76%	78%	78%	74%
Державні гарантії за кредитами або за їхньою частиною	54%	64%	50%	56%	51%	49%
Компенсація державою відсотків за кредитами	46%	56%	43%	48%	43%	41%
Залучення бізнесу до державно-приватного партнерства	41%	49%	38%	42%	42%	37%
Перетворення податкової на сервісну службу для платників податків	67%	64%	68%	67%	70%	65%
Зменшення адміністративного тиску на ціни	51%	55%	49%	52%	49%	49%
Державна підтримка підприємств сектору респондента	45%	47%	44%	43%	49%	50%
Державна підтримка впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві	56%	57%	55%	55%	59%	58%
Скасування податкових пільг (галузових та індивідуальних пільг для окремих фірм)	43%	44%	43%	43%	43%	41%
Інше	2%	2%	2%	2%	2%	1%

Додаток. Таблиця 85. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП (за галуззю), % опитаних

	Сільське госпо- дарство	Проми- словість	Будів- ництво	Торгівля та ремонт	Послуги (без IT)	ІТ сектор	Транспорт та комуні- кації
Переведення надання адміністративних послуг в електронний формат	59%	60%	69%	65%	68%	84%	58%
Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності (дерегуляція)	80%	79%	82%	84%	82%	87%	78%

	Сільське госпо- дарство	Проми- словість	Будів- ництво	Торгівля та ремонт	Послуги (без IT)	IT сектор	Транспорт та комуні- кації
Спрощення доступу для малих підприємств до державних закупівель	58%	55%	54%	59%	51%	49%	45%
Консультації та тренінги з питань просування товарів/послуг на зовнішні ринки	53%	51%	37%	51%	48%	40%	45%
Консультації та тренінги про започаткування та розвиток бізнесу	45%	42%	44%	51%	47%	50%	41%
Скасування мораторію на продаж землі с/г призначення	25%	15%	12%	24%	18%	28%	11%
Створення дієвого механізму виконання законодавчих актів	56%	58%	53%	58%	62%	64%	60%
Трирічний мораторій на зміни та доповнення до законодавчих актів, що стосуються господарської діяльності підприємств	59%	55%	62%	55%	55%	43%	54%
Створення рівних умов для всіх суб'єктів бізнесу при веденні господарської діяльності	76%	73%	66%	75%	74%	65%	73%
Спрощення податкового адміністрування	75%	79%	84%	84%	80%	75%	74%
Захист вітчизняного виробника від конкуренції з боку імпорту	58%	51%	46%	52%	48%	32%	41%
Створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна дізнатися про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства тощо	71%	75%	79%	83%	78%	80%	68%
Державні гарантії за кредитами або за їхньою частиною	59%	51%	51%	57%	52%	48%	52%
Компенсація державою відсотків за кредитами	62%	43%	49%	47%	44%	33%	45%
Залучення бізнесу до державно-приватного партнерства	38%	38%	44%	44%	44%	41%	33%

	Сільське госпо- дарство	Проми- словість	Будів- ництво	Торгівля та ремонт	Послуги (без IT)	IT сектор	Транспорт та комуні- кації
Перетворення податкової на сервісну службу для платників податків	64%	66%	72%	68%	68%	70%	62%
Зменшення адміністративного тиску на ціни	48%	48%	44%	56%	54%	41%	45%
Державна підтримка підприємств сектору респондента	68%	48%	44%	39%	45%	32%	36%
Державна підтримка впровадження енергозберігаючих заходів на підприємстві	61%	63%	47%	55%	56%	48%	45%
Скасування податкових пільг (галузевих та індивідуальних пільг для окремих фірм)	42%	42%	50%	48%	42%	35%	36%
Інше	2%	3%	0%	1%	1%	4%	2%

Навички та освіта для ведення бізнесу

Оцінка керівниками МСП своєї кваліфікації як управлінця

Додаток. Таблиця 86. Рівень ділових навичок/кваліфікації підприємця як управлінця в цілому по Україні, % опитаних

Рівень ділових навичок	В цілому по Україні
Повністю достатній	14%
Скоріше достатній	30%
Однаковою мірою	46%
Скоріше недостатній	10%
Повністю недостатній	1%

Додаток. Таблиця 87. Рівень ділових навичок/кваліфікації підприємця як управлінця в залежності від форми підприємства, % опитаних

Рівень ділових навичок	ФОПи	Юридичні особи
Повністю достатній	11%	16%
Скоріше достатній	21%	36%
Однаковою мірою	53%	40%
Скоріше недостатній	13%	7%
Повністю недостатній	2%	1%

Додаток. Таблиця 88. Рівень ділових навичок/кваліфікації підприємця як управлінця в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Рівень ділових навичок	Мікропідприємство	Мале підприємство	Середнє підприємство
Повністю достатній	13%	16%	14%
Скоріше достатній	27%	36%	48%
Однаковою мірою	48%	39%	33%
Скоріше недостатній	10%	9%	4%
Повністю недостатній	2%	0%	1%

Додаток. Таблиця 89. Рівень ділових навичок/кваліфікації підприємця як управлінця в залежності за регіонами, % опитаних

Регіон	Повністю достатній	Скоріше достатній	Однаковою мірою	Скоріше недостатній	Повністю недостатній
Вінницька	18%	29%	47%	4%	2%
Волинська	13%	25%	47%	16%	0%
Дніпропетровська	10%	40%	43%	4%	2%
Донецька	17%	20%	50%	12%	2%
Житомирська	13%	39%	39%	8%	0%
Закарпатська	19%	42%	35%	3%	0%
Запорізька	9%	26%	56%	9%	0%
Івано-Франківська	5%	35%	46%	14%	0%
Київська	14%	33%	33%	17%	3%
Кіровоградська	21%	21%	50%	6%	3%
Луганська	15%	38%	42%	4%	0%
Львівська	8%	32%	48%	10%	2%
Миколаївська	13%	38%	46%	3%	0%
Одеська	16%	31%	41%	13%	0%
Полтавська	17%	35%	35%	13%	0%
Рівненська	5%	34%	55%	5%	0%
Сумська	13%	33%	46%	8%	0%
Тернопільська	14%	33%	40%	7%	5%
Харківська	8%	15%	63%	11%	3%
Херсонська	13%	28%	46%	11%	2%
Хмельницька	19%	22%	44%	14%	0%
Черкаська	13%	23%	47%	15%	2%
Чернівецька	9%	29%	54%	9%	0%
Чернігівська	15%	26%	44%	11%	4%
м. Київ	19%	27%	45%	8%	1%
Всього	14%	30%	46%	10%	1%

Додаток. Таблиця 90. Рівень ділових навичок/кваліфікації підприємця як управлінця в залежності за галузями, % опитаних

Галузь	Повністю достатній	Скоріше достатній	Однаковою мірою	Скоріше недостатній	Повністю недостатній
Сільське господарство	15%	31%	47%	5%	1%
Промисловість	18%	26%	46%	10%	1%
Будівництво	18%	45%	32%	5%	0%
Торгівля та ремонт	9%	24%	53%	12%	1%
Сектор послуг	15%	35%	39%	9%	1%
ІТ сфера	9%	30%	48%	9%	3%
Транспорт і зв'язок	15%	33%	44%	9%	0%

Підвищення знань з управління: сфери та способи

Додаток. Таблиця 91. Заходи, завдяки яким керівники МСП підвищують свої знання щодо управління в цілому по Україні, % опитаних

Заходи підвищення управлінських навичок підприємців	В цілому по Україні
Через відвідання семінарів, навчальних заходів	24%
Через читання професійної літератури, преси	43%
Через співпрацю чи спілкування із досвідченими менеджерами	35%
Через проходження онлайн-курсів	12%
Через здобуття вищої, післядипломної або іншої освіти	10%
Не підвищують своїх знань щодо управління	7%

Додаток. Таблиця 92. Заходи, завдяки яким керівники МСП підвищують свої знання щодо управління в залежності від форми підприємства, % опитаних

Заходи підвищення управлінських навичок підприємців	ФОПи	Юридичні особи
Через відвідання семінарів, навчальних заходів	24%	44%
Через читання професійної літератури, преси	55%	72%
Через співпрацю чи спілкування із досвідченими менеджерами	46%	57%
Через проходження онлайн-курсів	15%	21%
Через здобуття вищої, післядипломної або іншої освіти	9%	19%
Не підвищують своїх знань щодо управління	17%	6%

Додаток. Таблиця 93. Заходи, завдяки яким керівники МСП підвищують свої знання щодо управління в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Заходи підвищення управлінських навичок підприємців	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Через відвідання семінарів, навчальних заходів	31%	49%	60%
Через читання професійної літератури, преси	61%	81%	78%
Через співпрацю чи спілкування із досвідченими менеджерами	49%	65%	61%
Через проходження онлайн-курсів	16%	31%	21%

Заходи підвищення управлінських навичок підприємців	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Через здобуття вищої, післядипломної або іншої освіти	12%	24%	24%
Не підвищують своїх знань щодо управління	12%	3%	4%

Додаток. Таблиця 94. Заходи, завдяки яким керівники МСП підвищують свої знання щодо управління за регіонами підприємства, % опитаних

Регіон	Через відвідання семінарів, навчальних заходів	Через читання професійної літератури, преси	Через співпрацю чи спілкування із досвідченими менеджерами	Через проходження онлайн-курсів	Через здобуття вищої, післядипломної або іншої освіти
Вінницька	37%	63%	42%	27%	15%
Волинська	31%	53%	47%	22%	9%
Дніпропетровська	42%	71%	60%	18%	16%
Донецька	30%	67%	44%	21%	11%
Житомирська	18%	51%	46%	10%	13%
Закарпатська	28%	59%	56%	19%	22%
Запорізька	26%	60%	53%	23%	12%
Івано-Франківська	32%	68%	50%	13%	18%
Київська	34%	74%	55%	16%	14%
Кіровоградська	32%	59%	47%	18%	18%
Луганська	27%	92%	35%	19%	23%
Львівська	43%	65%	62%	22%	8%
Миколаївська	30%	63%	68%	10%	23%
Одеська	38%	60%	49%	23%	17%
Полтавська	41%	59%	39%	13%	15%
Рівненська	42%	74%	47%	24%	13%
Сумська	21%	54%	42%	8%	17%
Тернопільська	43%	60%	48%	14%	7%
Харківська	35%	63%	55%	17%	18%
Херсонська	49%	64%	55%	18%	13%
Хмельницька	53%	56%	58%	14%	19%
Черкаська	28%	72%	53%	26%	9%
Чернівецька	31%	69%	57%	17%	9%
Чернігівська	30%	70%	41%	19%	15%
м. Київ	39%	66%	61%	21%	15%

Додаток. Таблиця 95. Заходи, завдяки яким керівники МСП підвищують свої знання щодо управління за регіонами підприємства, % опитаних (продовження таб. 73)

Регіон	Не підвищують своїх знань щодо управління	Регіон	Не підвищують своїх знань щодо управління
Вінницька	12%	Одеська	11%
Волинська	13%	Полтавська	11%
Дніпропетровська	10%	Рівненська	5%
Донецька	11%	Сумська	13%
Житомирська	18%	Тернопільська	14%
Закарпатська	16%	Харківська	11%
Запорізька	16%	Херсонська	13%
Івано-Франківська	8%	Хмельницька	6%
Київська	11%	Черкаська	15%
Кіровоградська	15%	Чернівецька	9%
Луганська	4%	Чернігівська	4%
Львівська	10%	м. Київ	5%
Миколаївська	10%		

Додаток. Таблиця 96. Заходи, завдяки яким підприємці підвищують свої знання щодо управління за галузями підприємства, % опитаних

Галузь	Через відвідання семінарів, навчальних заходів	Через читання професійної літератури, преси	Через співпрацю чи спілкування із досвідченими менеджерами	Через проходження онлайн-курсів	Через здобуття вищої, післядипломної або іншої освіти
Сільське господарство	40%	71%	55%	13%	11%
Промисловість	34%	65%	51%	17%	16%
Будівництво	38%	72%	49%	21%	26%
Торгівля та ремонт	29%	63%	49%	19%	12%
Сектор послуг	43%	68%	53%	21%	18%
ІТ сфера	36%	66%	60%	29%	8%
Транспорт і зв'язок	29%	51%	53%	10%	12%

Додаток. Таблиця 97. Заходи, завдяки яким підприємці підвищують свої знання щодо управління за галузями підприємства, % опитаних (продовження)

Галузь	Не підвищують своїх знань щодо управління
Сільське господарство	8%
Промисловість	10%
Будівництво	8%
Торгівля та ремонт	13%
Сектор послуг	8%
ІТ сфера	12%
Транспорт і зв'язок	13%

Додаток. Таблиця 98. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажають підвищити свої навички, в цілому по Україні, % опитаних

Бажані заходи для підвищення управлінських навичок підприємців	В цілому по Україні
Планування бізнесу, розробка бізнес-плану	46%
Вивчення попиту, проведення маркетингових досліджень	44%
Залучення та утримання клієнтів	55%
Проходження адміністративних процедур	32%
Фінанси для бізнесу, бухгалтерський облік	42%
Податкове законодавство та адміністрування податків	47%
Захист інтересів бізнесу, діалог з владою	46%
Просування бізнесу, реклама, піар	41%
Управління персоналом	41%
Вихід на нові географічні ринки	40%
Експортні та імпорتنі процедури	32%
Ні, не хочу підвищувати	12%

Додаток. Таблиця 99. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажають підвищити свої навички, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Бажані заходи для підвищення управлінських навичок підприємців	ФОПи	Юридичні особи
Планування бізнесу, розробка бізнес-плану	49%	43%
Вивчення попиту, проведення маркетингових досліджень	45%	43%
Залучення та утримання клієнтів	62%	50%
Проходження адміністративних процедур	38%	29%
Фінанси для бізнесу, бухгалтерський облік	46%	40%
Податкове законодавство та адміністрування податків	52%	43%
Захист інтересів бізнесу, діалог з владою	48%	44%
Просування бізнесу, реклама, піар	45%	38%
Управління персоналом	38%	43%
Вихід на нові географічні ринки	36%	42%
Експортні та імпорتنі процедури	27%	35%
Ні, не хочу підвищувати	10%	13%

Додаток. Таблиця 100. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажають підвищити свої навички, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Бажані заходи для підвищення управлінських навичок підприємців	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Планування бізнесу, розробка бізнес-плану	45%	46%	51%
Вивчення попиту, проведення маркетингових досліджень	43%	48%	45%
Залучення та утримання клієнтів	55%	51%	53%

Бажані заходи для підвищення управлінських навичок підприємців	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Проходження адміністративних процедур	32%	35%	30%
Фінанси для бізнесу, бухгалтерський облік	42%	41%	51%
Податкове законодавство та адміністрування податків	46%	45%	56%
Захист інтересів бізнесу, діалог з владою	45%	48%	48%
Просування бізнесу, реклама, піар	41%	39%	41%
Управління персоналом	38%	55%	49%
Вихід на нові географічні ринки	37%	49%	44%
Експортні та імпорتنі процедури	30%	38%	36%
Ні, не хочу підвищувати	13%	5%	11%

Додаток. Таблиця 101. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажать підвищити свої навички, за регіонами, % опитаних

Регіон	Планування бізнесу, розробка бізнес-плану	Вивчення попиту, проведення маркетингових досліджень	Залучення та утримання клієнтів	Проходження адміністративних процедур	Фінанси для бізнесу, бухгалтерський облік	Податкове законодавство та адміністрування податків
Вінницька	40%	44%	56%	29%	38%	52%
Волинська	50%	47%	59%	31%	50%	44%
Дніпропетровська	44%	36%	56%	30%	40%	46%
Донецька	45%	45%	56%	36%	39%	50%
Житомирська	38%	36%	41%	21%	33%	38%
Закарпатська	47%	38%	44%	28%	38%	38%
Запорізька	33%	26%	42%	23%	40%	44%
Івано-Франківська	50%	42%	55%	26%	39%	50%
Київська	43%	38%	49%	39%	49%	46%
Кіровоградська	38%	35%	41%	32%	47%	44%
Луганська	27%	42%	54%	35%	54%	46%
Львівська	53%	50%	53%	40%	47%	47%
Миколаївська	53%	45%	50%	40%	45%	48%
Одеська	49%	49%	52%	31%	46%	45%
Полтавська	59%	54%	63%	33%	50%	54%
Рівненська	50%	45%	58%	24%	42%	47%
Сумська	46%	46%	58%	13%	58%	54%
Тернопільська	50%	50%	74%	38%	43%	48%
Харківська	43%	46%	51%	34%	37%	46%
Херсонська	36%	45%	55%	35%	53%	55%
Хмельницька	56%	50%	64%	42%	42%	53%

Реґіон	Планування бізнесу, розробка бізнес- плану	Вивчення попиту, проведення маркетингових досліджень	Залучення та утримання клієнтів	Проходження адміністративних процедур	Фінанси для бізнесу, бухгалтерський облік	Податкове законодавство та адміністрування податків
Черкаська	45%	38%	53%	30%	43%	49%
Чернівецька	46%	63%	66%	29%	40%	51%
Чернігівська	33%	44%	41%	33%	26%	30%
м. Київ	51%	44%	61%	35%	35%	41%

Додаток. Таблиця 102. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажають підвищити свої навички, за регіонами, % опитаних (продовження)

Реґіон	Захист інтересів бізнесу, діалог з владою	Просування бізнесу, реклама, піар	Управління персоналом	Вихід на нові географічні ринки	Експортні та імпортні процедури	Ні, не хочу підвищувати
Вінницька	42%	35%	37%	42%	35%	12%
Волинська	47%	53%	44%	28%	28%	6%
Дніпропетровська	42%	40%	33%	34%	30%	11%
Донецька	55%	48%	41%	41%	36%	11%
Житомирська	33%	26%	33%	23%	21%	23%
Закарпатська	31%	38%	28%	41%	28%	22%
Запорізька	35%	21%	26%	28%	26%	26%
Івано-Франківська	45%	42%	53%	53%	34%	16%
Київська	50%	38%	41%	39%	38%	11%
Кіровоградська	29%	41%	29%	38%	32%	21%
Луганська	54%	23%	42%	31%	35%	15%
Львівська	53%	50%	50%	53%	47%	8%
Миколаївська	43%	35%	38%	38%	28%	8%
Одеська	49%	40%	35%	38%	26%	12%
Полтавська	52%	48%	48%	52%	30%	4%
Рівненська	39%	42%	45%	37%	32%	8%
Сумська	38%	33%	42%	21%	21%	17%
Тернопільська	45%	55%	45%	48%	31%	7%
Харківська	48%	38%	43%	46%	25%	12%
Херсонська	53%	36%	47%	29%	24%	9%
Хмельницька	58%	53%	58%	47%	33%	3%
Черкаська	49%	38%	51%	36%	26%	4%
Чернівецька	66%	49%	46%	51%	49%	11%
Чернігівська	37%	37%	33%	26%	22%	22%
м. Київ	44%	43%	42%	43%	38%	13%

Додаток. Таблиця 103. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажають підвищити свої навички, за галузями, % опитаних

Галузь	Планування бізнесу, розробка бізнес-плану	Вивчення попиту, проведення маркетингових досліджень	Залучення та утримання клієнтів	Проходження адміністративних процедур	Фінанси для бізнесу, бухгалтерський облік	Податкове законодавство та адміністрування податків
Сільське господарство	43%	44%	36%	27%	43%	48%
Промисловість	47%	48%	50%	33%	44%	42%
Будівництво	38%	31%	49%	33%	44%	41%
Торгівля та ремонт	51%	50%	65%	37%	51%	55%
Сектор послуг	45%	42%	58%	33%	37%	44%
ІТ сфера	39%	33%	45%	28%	30%	37%
Транспорт і зв'язок	38%	33%	45%	22%	36%	39%

Додаток. Таблиця 104. Заходи, що стосуються ведення бізнесу, з яких керівники МСП бажають підвищити свої навички, за галузями, % опитаних (продовження)

Галузь	Захист інтересів бізнесу, діалог з владою	Просування бізнесу, реклама, піар	Управління персоналом	Вихід на нові географічні ринки	Експортні та імпорتنі процедури	Ні, не хочу підвищувати
Сільське господарство	47%	28%	34%	38%	35%	13%
Промисловість	44%	42%	44%	48%	48%	10%
Будівництво	41%	38%	49%	36%	23%	13%
Торгівля та ремонт	55%	48%	46%	42%	35%	10%
Сектор послуг	43%	42%	41%	34%	21%	13%
ІТ сфера	34%	30%	35%	42%	27%	16%
Транспорт і зв'язок	38%	31%	27%	33%	32%	14%

Плата за консультації

Додаток. Таблиця 105. Розподіл відповідей МСП на питання чи готовий бізнес платити за консультації щодо виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів, % опитаних

Готовність бізнесу платити за консультації	Україна в цілому
Готові платити за такі консультації	16%
Готові за умов спільної оплати (наприклад, в рамках ділового об'єднання, бізнес-асоціації)	14%

Готовність бізнесу платити за консультації	Україна в цілому
Готові за умов часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади	34%
Не готові	34%
Готові за умов, що ці консультації приносять користь	0,5%
Інше	0,5%

Додаток. Таблиця 106. Розподіл відповідей МСП на питання чи готовий бізнес платити за консультації щодо виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів за розміром підприємств, % опитаних

Готовність бізнесу платити за консультації	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Готові платити за такі консультації	17%	16%	15%
Готові за умов спільної оплати (наприклад, в рамках ділового об'єднання, бізнес-асоціації)	15%	15%	12%
Готові за умов часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади	33%	37%	36%
Не готові	35%	31%	34%
Готові за умов, що ці консультації приносять користь	0%	0%	2%

Додаток. Таблиця 107. Розподіл відповідей МСП на питання чи готовий бізнес платити за консультації щодо виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів за формою підприємств, % опитаних

Готовність бізнесу платити за консультації	ФОП	Юридична особа
Готові платити за такі консультації	19%	15%
Готові за умов спільної оплати (наприклад, в рамках ділового об'єднання, бізнес-асоціації)	15%	14%
Готові за умов часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади	33%	35%
Не готові	33%	35%
Готові за умов, що ці консультації приносять користь	0%	1%

Додаток. Таблиця 108. Розподіл відповідей МСП на питання чи готовий бізнес платити за консультації щодо виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів за сектором підприємств, % опитаних

Готовність бізнесу платити за консультації	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Готові платити за такі консультації	20%	17%	10%	16%	14%	27%	15%
Готові за умов спільної оплати (наприклад, в рамках ділового об'єднання, бізнес-асоціації)	12%	14%	14%	16%	14%	14%	15%
Готові за умов часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади	40%	35%	33%	30%	37%	31%	30%
Не готові	29%	32%	43%	37%	34%	26%	38%
Готові за умов, що ці консультації принеситимуть користь	0%	1%	0%	0%	1%	0%	0%

Додаток. Таблиця 109. Розподіл відповідей МСП на питання чи готовий бізнес платити за консультації щодо виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів – регіональний вимір, % опитаних

Область	Готові платити за такі консультації	Готові за умов спільної оплати (наприклад, в рамках ділового об'єднання, бізнес-асоціації)	Готові за умов часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади	Не готові	Готові за умов, що ці консультації принеситимуть користь
Вінницька	12%	18%	45%	24%	1%
Волинська	21%	10%	44%	26%	0%
Дніпропетровська	21%	13%	28%	36%	0%
Донецька	17%	5%	32%	44%	1%
Житомирська	14%	10%	25%	51%	0%
Закарпатська	19%	19%	43%	19%	0%
Запорізька	15%	8%	31%	46%	0%
Івано-Франківська	13%	13%	36%	36%	2%
Київська	20%	11%	31%	36%	2%
Кіровоградська	25%	9%	32%	34%	0%
Луганська	5%	24%	35%	35%	0%
Львівська	14%	23%	36%	25%	1%
Миколаївська	16%	16%	37%	31%	0%
Одеська	19%	11%	36%	33%	1%
Полтавська	12%	15%	43%	31%	0%
Рівненська	16%	12%	35%	37%	0%
Сумська	10%	15%	31%	41%	3%

Область	Готові платити за такі консультації	Готові за умов спільної оплати (наприклад, в рамках ділового об'єднання, бізнес-асоціації)	Готові за умов часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади	Не готові	Готові за умов, що ці консультації приносять користь
Тернопільська	20%	14%	44%	20%	0%
Харківська	17%	14%	34%	34%	0%
Херсонська	11%	16%	31%	39%	1%
Хмельницька	22%	19%	32%	28%	0%
Черкаська	9%	19%	42%	29%	0%
Чернівецька	10%	5%	50%	35%	0%
Чернігівська	12%	20%	37%	32%	0%
м. Київ	20%	15%	24%	40%	0%

Бізнес-асоціації

Додаток. Таблиця 110. Розподіл відповідей МСП на питання про членство в бізнес-асоціаціях, % опитаних

Членство в бізнес-асоціаціях	Україна в цілому
Є членами хоча б однієї бізнес-асоціації	15%

Додаток. Таблиця 111. Членство в бізнес-асоціаціях за розміром підприємства, % опитаних

Розмір підприємства	Членство в бізнес-асоціаціях
Мікропідприємство	10%
Мале підприємство	21%
Середнє підприємство	31%

Додаток. Таблиця 112. Членство в бізнес-асоціаціях за формою підприємства, % опитаних

Форма підприємства	Членство в бізнес-асоціаціях
ФОП	6%
Юридична особа	19%

Додаток. Таблиця 113. Членство в бізнес-асоціаціях за сектором підприємства, % опитаних

Вид діяльності	Членство в бізнес-асоціаціях
Сільське господарство	23%
Промисловість	18%
Будівництво	13%
Торгівля та ремонт	9%
Сектор послуг	17%
ІТ сфера	8%
Транспорт і зв'язок	20%

Додаток. Таблиця 114. Членство в бізнес-асоціаціях – регіональний вимір, % опитаних

Область	Членство в бізнес-асоціаціях	Область	Членство в бізнес-асоціаціях
Вінницька	15%	Одеська	13%
Волинська	9%	Полтавська	16%
Дніпропетровська	13%	Рівненська	20%
Донецька	15%	Сумська	14%
Житомирська	17%	Тернопільська	14%
Закарпатська	24%	Харківська	17%
Запорізька	11%	Херсонська	21%
Івано-Франківська	26%	Хмельницька	20%
Київська	13%	Черкаська	8%
Кіровоградська	13%	Чернівецька	12%
Луганська	11%	Чернігівська	21%
Львівська	17%	м. Київ	15%
Миколаївська	11%		

Додаток. Таблиця 115. Розподіл відповідей на питання чому МСП не є членом бізнес асоціації, % серед МСП, які не є членами бізнес-асоціації

Членство в бізнес-асоціаціях	Україна в цілому
Немає потреби	49%
Через брак часу для участі у бізнес-асоціаціях	17%
Через низьку ефективність діяльності бізнес-асоціацій	15%
Через відсутність серед бізнес-асоціацій такої, яка б відповідала потребам та інтересам Вашого бізнесу	21%
Через те, що бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб і не орієнтуються на ширші верстви бізнесу	26%

Додаток. Таблиця 116. Розподіл відповідей на питання чому МСП не є членом бізнес асоціації за розміром підприємств, % серед МСП, які не є членами бізнес-асоціації

Членство в бізнес-асоціаціях	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Немає потреби	51%	40%	50%
Через брак часу для участі у бізнес-асоціаціях	18%	17%	10%
Через низьку ефективність діяльності бізнес-асоціацій	14%	19%	19%
Через відсутність серед бізнес-асоціацій такої, яка б відповідала потребам та інтересам Вашого бізнесу	19%	25%	29%
Через те, що бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб і не орієнтуються на ширші верстви бізнесу	25%	32%	25%

Додаток. Таблиця 117. Розподіл відповідей на питання чому МСП не є членом бізнес асоціації за формою підприємств, % серед МСП, які не є членами бізнес-асоціацій

Членство в бізнес-асоціаціях	ФОП	Юридична особа
Немає потреби	55%	46%
Через брак часу для участі у бізнес-асоціаціях	21%	15%
Через низьку ефективність діяльності бізнес-асоціацій	9%	18%
Через відсутність серед бізнес-асоціацій такої, яка б відповідала потребам та інтересам Вашого бізнесу	12%	26%
Через те, що бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб і не орієнтуються на ширші верстви бізнесу	20%	29%

Додаток. Таблиця 118. Розподіл відповідей на питання чому МСП не є членом бізнес асоціації за сектором підприємств, % серед МСП, які не є членами бізнес-асоціацій

Членство в бізнес-асоціаціях	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Немає потреби	41%	43%	45%	51%	52%	56%	49%
Через брак часу для участі у бізнес-асоціаціях	17%	18%	14%	22%	14%	18%	15%
Через низьку ефективність діяльності бізнес-асоціацій	18%	20%	17%	15%	14%	10%	15%
Через відсутність серед бізнес-асоціацій такої, яка б відповідала потребам та інтересам Вашого бізнесу	22%	22%	29%	15%	26%	18%	19%
Через те, що бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб і не орієнтуються на ширші верстви бізнесу	30%	31%	31%	25%	25%	20%	26%

Додаток. Таблиця 119. Розподіл відповідей на питання чому МСП не є членом бізнес асоціації – регіональний вимір, % серед МСП, які не є членами бізнес-асоціацій

Область	Немає потреби	Через брак часу для участі у бізнес-асоціаціях	Через низьку ефективність діяльності бізнес-асоціацій	Через відсутність серед бізнес-асоціацій такої, яка б відповідала потребам та інтересам Вашого бізнесу	Через те, що бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб і не орієнтуються на ширші верстви бізнесу
Вінницька	49%	19%	6%	18%	18%
Волинська	45%	13%	13%	21%	26%
Дніпропетровська	57%	11%	10%	21%	24%
Донецька	39%	13%	20%	28%	30%
Житомирська	38%	21%	21%	26%	19%
Закарпатська	48%	13%	10%	13%	26%
Запорізька	52%	18%	21%	25%	35%
Івано-Франківська	39%	23%	13%	26%	21%
Київська	49%	10%	13%	14%	36%

Область	Немає потреби	Через брак часу для участі у бізнес-асоціаціях	Через низьку ефективність діяльності бізнес-асоціацій	Через відсутність серед бізнес-асоціацій такої, яка б відповідала потребам та інтересам Вашого бізнесу	Через те, що бізнес-асоціації захищають інтереси обмеженого кола осіб і не орієнтуються на ширші верстви бізнесу
Кіровоградська	56%	22%	12%	22%	20%
Луганська	45%	32%	13%	23%	26%
Львівська	49%	25%	17%	24%	31%
Миколаївська	50%	15%	9%	26%	33%
Одеська	42%	14%	21%	26%	27%
Полтавська	56%	17%	17%	23%	25%
Рівненська	46%	23%	17%	14%	34%
Сумська	65%	15%	27%	21%	15%
Тернопільська	49%	19%	13%	18%	30%
Харківська	48%	24%	18%	22%	26%
Херсонська	49%	19%	21%	28%	26%
Хмельницька	47%	21%	21%	12%	28%
Черкаська	52%	18%	9%	20%	29%
Чернівецька	50%	8%	18%	21%	21%
Чернігівська	52%	13%	13%	19%	16%
м. Київ	48%	16%	15%	20%	23%

Додаток. Таблиця 120. Розподіл відповідей на питання чи передбачає членство в бізнес-асоціації сплату членських внесків, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Членство в бізнес-асоціаціях	Україна в цілому
Так, передбачено фіксовану суму внесків	55%
Так, передбачено добровільну суму внесків	21%
Ні, не передбачає сплати членських внесків	23%

Додаток. Таблиця 121. Розподіл відповідей на питання чи передбачає членство в бізнес-асоціації сплату членських внесків за розміром підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Членство в бізнес-асоціаціях	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Так, передбачено фіксовану суму внесків	48%	62%	61%
Так, передбачено добровільну суму внесків	23%	17%	21%
Ні, не передбачає сплати членських внесків	28%	22%	16%

Додаток. Таблиця 122. Розподіл відповідей на питання чи передбачає членство в бізнес-асоціації сплату членських внесків за формою підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Членство в асоціаціях	ФОП	Юридична особа
Так, передбачено фіксовану суму внесків	31%	58%
Так, передбачено добровільну суму внесків	31%	20%
Ні, не передбачає сплати членських внесків	38%	21%

Додаток. Таблиця 123. Розподіл відповідей на питання чи передбачає членство в бізнес-асоціації сплату членських внесків за сектором підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Членство в бізнес-асоціаціях	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Так, передбачено фіксовану суму внесків	56%	63%	38%	39%	56%	63%	65%
Так, передбачено добровільну суму внесків	26%	12%	50%	29%	20%	25%	12%
Ні, не передбачає сплати членських внесків	19%	24%	13%	32%	22%	13%	23%

Додаток. Таблиця 124. Розподіл відповідей на питання чи передбачає членство в бізнес-асоціації сплату членських внесків – регіональний вимір, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Область	Так, передбачено фіксовану суму внесків	Так, передбачено добровільну суму внесків	Ні, не передбачає сплати членських внесків
Вінницька	75%	17%	8%
Волинська	50%	0%	50%
Дніпропетровська	53%	18%	29%
Донецька	25%	33%	42%
Житомирська	33%	11%	56%
Закарпатська	30%	40%	30%
Запорізька	43%	43%	14%
Івано-Франківська	43%	43%	14%
Київська	62%	23%	15%
Кіровоградська	50%	17%	33%
Луганська	50%	25%	25%
Львівська	65%	18%	18%
Миколаївська	67%	17%	17%
Одеська	31%	23%	46%
Полтавська	60%	30%	10%
Рівненська	33%	22%	44%
Сумська	67%	17%	17%
Тернопільська	50%	30%	20%
Харківська	67%	22%	11%

Область	Так, передбачено фіксовану суму внесків	Так, передбачено добровільну суму внесків	Ні, не передбачає сплати членських внесків
Херсонська	56%	19%	25%
Хмельницька	45%	18%	27%
Черкаська	40%	20%	40%
Чернівецька	40%	0%	60%
Чернігівська	100%	0%	0%
м. Київ	82%	11%	4%

Додаток. Таблиця 125. Розподіл відповідей на питання про тип бізнес-асоціації, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціації

Членство в бізнес-асоціаціях	Україна в цілому
Регіональні	36%
Загальноукраїнські (в т.ч. філії загальноукраїнських організацій)	59%
Міжнародні	11%

Додаток. Таблиця 126. Розподіл відповідей на питання про тип бізнес-асоціації за розміром підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціації

Членство в бізнес-асоціаціях	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Регіональні	35%	36%	35%
Загальноукраїнські (в т.ч. філії загальноукраїнських організацій)	57%	58%	64%
Міжнародні	10%	11%	11%

Додаток. Таблиця 127. Розподіл відповідей на питання про тип бізнес-асоціації за формою підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціації

Членство в бізнес-асоціаціях	ФОП	Юридична особа
Регіональні	52%	34%
Загальноукраїнські (в т.ч. філії загальноукраїнських організацій)	28%	63%
Міжнародні	24%	9%

Додаток. Таблиця 128. Розподіл відповідей на питання про тип бізнес-асоціації за сектором підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціації

Вид діяльності	Регіональні	Загальноукраїнські	Міжнародні
Сільське господарство	44%	58%	2%
Промисловість	39%	57%	11%
Будівництво	44%	44%	0%
Торгівля та ремонт	41%	44%	12%
Сектор послуг	29%	68%	6%
ІТ сфера	25%	75%	63%
Транспорт і зв'язок	27%	54%	23%

Додаток. Таблиця 129. Розподіл відповідей на питання про тип бізнес-асоціації – регіональний вимір, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Область	Регіональні	Загальноукраїнські	Міжнародні
Вінницька	38%	62%	15%
Волинська	50%	50%	0%
Дніпропетровська	47%	47%	12%
Донецька	33%	67%	0%
Житомирська	44%	56%	0%
Закарпатська	60%	40%	10%
Запорізька	50%	38%	0%
Івано-Франківська	29%	71%	0%
Київська	7%	67%	13%
Кіровоградська	50%	50%	0%
Луганська	25%	75%	25%
Львівська	33%	56%	17%
Миколаївська	33%	33%	33%
Одеська	54%	46%	0%
Полтавська	40%	60%	0%
Рівненська	33%	67%	11%
Сумська	33%	67%	0%
Тернопільська	40%	50%	0%
Харківська	39%	67%	0%
Херсонська	31%	63%	19%
Хмельницька	36%	64%	0%
Черкаська	80%	0%	20%
Чернівецька	80%	40%	20%
Чернігівська	11%	78%	22%
м. Київ	38%	62%	15%

Додаток. Таблиця 130. Розподіл відповідей МСП на питання які послуги бізнес-асоціацій були корисними й цікавими для підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Послуги бізнес-асоціацій	Україна в цілому
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів на території України	27%
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів за кордоном	20%
Адвокація та відстоювання інтересів	28%
Юридична допомога	33%
Навчання (тренінги, семінари тощо)	33%
Допомога при вирішенні конфліктних ситуацій при здійсненні експортно-імпорتنих операцій	13%
Інформаційні послуги (надання статистичної інформації або інформації про ринки, зміни законодавства, тощо)	46%

Додаток. Таблиця 131. Розподіл відповідей МСП на питання які послуги бізнес-асоціацій були корисними й цікавими за розміром підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Послуги бізнес-асоціацій	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів на території України	31%	25%	22%
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів за кордоном	13%	25%	27%
Адвокація та відстоювання інтересів	27%	30%	27%
Юридична допомога	38%	35%	24%
Навчання (тренінги, семінари тощо)	37%	30%	28%
Допомога при вирішенні конфліктних ситуацій при здійсненні експортно-імпорتنих операцій	11%	14%	15%
Інформаційні послуги (надання статистичної інформації або інформації про ринки, зміни законодавства, тощо)	49%	33%	50%

Додаток. Таблиця 132. Розподіл відповідей МСП на питання які послуги бізнес-асоціацій були корисними й цікавими за формою підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Послуги бізнес-асоціацій	ФОП	Юридична особа
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів на території України	41%	25%
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів за кордоном	21%	20%
Адвокація та відстоювання інтересів	21%	29%
Юридична допомога	31%	33%
Навчання (тренінги, семінари тощо)	38%	32%
Допомога при вирішенні конфліктних ситуацій при здійсненні експортно-імпорتنих операцій	14%	13%
Інформаційні послуги (надання статистичної інформації або інформації про ринки, зміни законодавства, тощо)	34%	47%

Додаток. Таблиця 133. Розподіл відповідей МСП на питання які послуги бізнес-асоціацій були корисними й цікавими за сектором підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Послуги бізнес-асоціацій	Сільське господарство	Промисловість	Будівництв	Торівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів на території України	26%	24%	56%	46%	19%	38%	15%
Допомога у пошуку нових торговельних партнерів за кордоном	14%	32%	11%	22%	12%	38%	27%
Адвокація та відстоювання інтересів	35%	13%	11%	27%	34%	13%	31%
Юридична допомога	28%	19%	44%	32%	42%	38%	27%
Навчання (тренінги, семінари тощо)	28%	19%	33%	32%	41%	38%	31%

Допомога при вирішенні конфліктних ситуацій при здійсненні експортно-імпорتنих операцій	12%	22%	0%	10%	6%	13%	27%
Інформаційні послуги (надання статистичної інформації або інформації про ринки, зміни законодавства, тощо)	49%	32%	67%	46%	46%	50%	46%

Додаток. Таблиця 134. Розподіл відповідей МСП на питання які послуги бізнес-асоціацій були корисними й цікавими за сектором підприємства, % серед МСП, які є членами бізнес-асоціацій

Область	Допомога у пошуку нових торговельних партнерів на території України	Допомога у пошуку нових торговельних партнерів за кордоном	Адвокація та відстоювання інтересів	Юридична допомога	Навчання (тренінги, семінари тощо)	Допомога при вирішенні конфліктних ситуацій при здійсненні експортно-імпорتنих операцій	Інформаційні послуги (Надання статистичної інформації або інформації про ринки, зміни законодавства, тощо)
Вінницька	39%	23%	31%	46%	39%	15%	54%
Волинська	25%	0%	25%	25%	0%	0%	50%
Дніпропетровська	18%	6%	12%	41%	29%	18%	59%
Донецька	17%	17%	25%	25%	42%	17%	67%
Житомирська	11%	11%	11%	56%	22%	0,0%	44%
Закарпатська	10%	40%	40%	50%	20%	20%	50%
Запорізька	0,0%	0,0%	50%	75%	63%	13%	50%
Івано-Франківська	43%	29%	21%	36%	21%	0,0%	57%
Київська	33%	20%	33%	13%	27%	7%	33%
Кіровоградська	33%	17%	17%	0%	50%	0%	0%
Луганська	25%	0%	25%	25%	25%	25%	75%
Львівська	22%	44%	33%	17%	28%	22%	39%
Миколаївська	33%	33%	17%	33%	33%	0%	17%
Одеська	31%	15%	0,0%	23%	15%	8%	39%
Полтавська	30%	10%	40%	40%	20%	10%	30%
Рівненська	11%	0%	33%	33%	44%	11%	67%
Сумська	33%	33%	33%	33%	17%	0%	33%
Тернопільська	20%	10%	40%	30%	20%	10%	40%
Харківська	44%	28%	28%	17%	22%	17%	39%
Херсонська	31%	19%	19%	31%	44%	13%	38%
Хмельницька	18%	9%	18%	27%	55%	9%	55%
Черкаська	60%	20%	60%	60%	20%	20%	20%
Чернівецька	40%	0%	20%	40%	20%	20%	20%
Чернігівська	11%	22%	56%	44%	44%	56%	56%
м. Київ	25%	25%	25%	29%	43%	7%	46%

Портрет МСП

Динаміка кількості працівників

Додаток. Таблиця 135. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за регіонами та в цілому по Україні

Регіон	Середня зміна кількості працівників	Регіон	Середня зміна кількості працівників
Вінницька	-0,9	Одеська	-2,0
Волинська	-0,4	Полтавська	-3,6
Дніпропетровська	-3,1	Рівненська	2,1
Донецька	-0,6	Сумська	-2,6
Житомирська	-0,2	Тернопільська	2,4
Закарпатська	2,1	Харківська	-4,2
Запорізька	-2,3	Херсонська	-1,0
Івано-Франківська	1,7	Хмельницька	-4,1
Київська	-7,5	Черкаська	-3,3
Кіровоградська	0,4	Чернівецька	-2,9
Луганська	-6,7	Чернігівська	2,0
Львівська	-1,3	м. Київ	-1,6
Миколаївська	-2,3		

Додаток. Таблиця 136. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за формою підприємства

Форма підприємства	Середня зміна кількості працівників
Фізичні особи	-0,2
Юридичні особи	-2,5

Додаток. Таблиця 137. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за розміром підприємства

Розмір підприємства	Середня зміна кількості працівників
Мікропідприємство	-1,0
Мале підприємство	-3,3
Середнє підприємство	-4,2

Додаток. Таблиця 138. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за галуззю

Галузь	Середня зміна кількості працівників
Сільське господарство	-3,6
Промисловість	-1,9
Будівництво	-5,6
Торгівля та ремонт	-0,7
Сектор послуг	-1,5
ІТ сфера	-0,5
Транспорт і зв'язок	-3,9

Гендерний та віковий склад представників МСП

Додаток. Таблиця 139. Гендерний склад представників МСП в цілому по Україні, % опитаних

Стать	В цілому по Україні
Чоловіки	53%
Жінки	47%

Додаток. Таблиця 140. Гендерний склад представників МСП в залежності від розміру підприємства (в цілому по Україні, % опитаних)

Розмір підприємства	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Чоловіки	58%	47%	40%
Жінки	42%	53%	60%

Додаток. Таблиця 141. Гендерний склад представників МСП в залежності від форми підприємства (в цілому по Україні, % опитаних)

Форма підприємства	ФОПи	Юридичні особи
Чоловіки	66%	48%
Жінки	34%	52%

Додаток. Таблиця 142. Гендерний склад представників МСП за регіонами, % опитаних

Область	Чоловіки	Жінки
Вінницька	53%	47%
Волинська	50%	50%
Дніпропетровська	47%	53%
Донецька	59%	41%
Житомирська	65%	35%
Закарпатська	55%	45%
Запорізька	42%	58%
Івано-Франківська	68%	32%
Київська	51%	49%
Кіровоградська	57%	43%
Луганська	51%	49%
Львівська	56%	44%
Миколаївська	49%	51%
Одеська	42%	58%
Полтавська	52%	48%
Рівненська	64%	36%
Сумська	43%	57%

Область	Чоловіки	Жінки
Тернопільська	55%	45%
Харківська	50%	50%
Херсонська	57%	43%
Хмельницька	47%	53%
Черкаська	65%	35%
Чернівецька	68%	52%
Чернігівська	49%	51%
м. Київ	56%	44%

Додаток. Таблиця 143. Гендерний склад представників МСП в залежності від галузі (в цілому по Україні, % опитаних)

Сектор	Чоловіки	Жінки
Сільське господарство	60%	40%
Промисловість	52%	48%
Будівництво	53%	47%
Торгівля та ремонт	55%	45%
Сектор послуг	44%	56%
ІТ сфера	79%	21%
Транспорт і зв'язок	61%	39%

Додаток. Таблиця 144. Гендерний склад керівників МСП в цілому по Україні, % опитаних

Стать керівника	В цілому по Україні
Чоловіки	76%
Жінки	24%

Додаток. Таблиця 145. Гендерний склад керівників МСП в залежності від форми підприємства (в цілому по Україні, % опитаних)

Розмір підприємства	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Чоловіки	71%	81%	92%
Жінки	30%	19%	8%

Додаток. Таблиця 146. Гендерний склад керівників МСП в залежності від форми підприємства (в цілому по Україні, % опитаних)

Форма підприємства	ФОПи	Юридичні особи
Чоловіки	66%	80%
Жінки	34%	20%

Додаток. Таблиця 147. Гендерний склад керівників МСП в залежності від сектору (в цілому по Україні, % опитаних)

Сектор	Чоловіки	Жінки
Сільське господарство	89%	11%
Промисловість	81%	19%
Будівництво	88%	12%
Торгівля та ремонт	72%	28%
Сектор послуг	66%	34%
ІТ сфера	84%	16%
Транспорт і зв'язок	84%	16%

Додаток. Таблиця 148. Гендерний склад керівників МСП за регіонами, % опитаних

Область	Чоловіки	Жінки
Вінницька	77%	23%
Волинська	59%	41%
Дніпропетровська	73%	27%
Донецька	75%	25%
Житомирська	81%	19%
Закарпатська	76%	24%
Запорізька	73%	27%
Івано-Франківська	82%	18%
Київська	80%	20%
Кіровоградська	79%	21%
Луганська	77%	23%
Львівська	83%	17%
Миколаївська	72%	28%
Одеська	68%	32%
Полтавська	73%	27%
Рівненська	76%	24%
Сумська	76%	24%
Тернопільська	78%	22%
Харківська	73%	27%
Херсонська	77%	23%
Хмельницька	78%	22%
Черкаська	75%	25%
Чернівецька	75%	25%
Чернігівська	77%	23%
м. Київ	76%	24%

Додаток. Таблиця 149. Віковий склад представників МСП в залежності від форми підприємства, статі та регіону, роки

Область	Середній вік	ФОПи (Середній вік)	Юридичні особи (Середній вік)	Чоловіки (Середній вік)	Жінки (Середній вік)
Вінницька	43,9	39,2	46	43	45,1
Волинська	44,9	42,6	45,9	44,5	45,2
Дніпропетровська	45,4	39,7	47,1	43,8	46,9
Донецька	45,5	41,5	46,8	44,6	46,8
Житомирська	42,8	35,1	46,2	42,9	42,6
Закарпатська	44,4	38,9	48,2	43,8	45,1
Запорізька	45,1	38	48,9	41,1	48,5
Івано-Франківська	45,7	39,1	48,1	43,8	49,2
Київська	44,7	40,6	46,5	46,1	42,9
Кіровоградська	44,3	36,7	48,3	42	47,5
Луганська	48,9	38,7	51,3	48,9	49,1
Львівська	43,8	37,1	46,3	42,4	45,8
Миколаївська	45,8	38,8	48,3	46	45,6
Одеська	44,3	40,4	45,5	43,2	45
Полтавська	43,2	36,3	46,5	44,7	41,5
Рівненська	44,2	38,7	47,4	42,7	47,5
Сумська	46,8	42,2	49,6	46,7	46,8
Тернопільська	43,9	36,9	47,2	42,4	45,8
Харківська	46,5	41,9	48,5	47,2	45,8
Херсонська	46,8	43,9	48,1	45,5	48,4
Хмельницька	44	37,8	46,2	42,4	45,5
Черкаська	44,5	37,2	47,8	45,5	42,9
Чернівецька	45,3	40,9	48	45,9	44,2
Чернігівська	43,5	36,4	48	42,7	44,4
м. Київ	44,5	38	47,2	42,9	46,7

Додаток. Таблиця 150. Віковий склад представників МСП в залежності від форми підприємства та статі (в цілому по Україні, роки)

	Середній вік	Середній вік чоловіків	Середній вік жінок	Середній вік фізичних осіб	Середній вік юридичних осіб
В цілому в Україні	44,8	44	45,8	39,1	47,2

Додаток. Таблиця 151. Віковий склад представників МСП в залежності від розміру підприємства та статі (в цілому по Україні, роки)

Розмір підприємства	Середній вік	Чоловіки (Середній вік)	Жінки (Середній вік)
Мікропідприємство	43,7	43	44,6
Мале підприємство	46,5	46,1	47
Середнє підприємство	48,2	48,2	48,1

Додаток. Таблиця 152. Віковий склад представників МСП в залежності від галузі та статі та регіону (в цілому по Україні, роки)

Галузь	Середній вік	Чоловіки (Середній вік)	Жінки (Середній вік)
Сільське господарство	47,9	48,2	47,4
Промисловість	46,6	47,7	45,4
Будівництво	45,5	44,3	47
Торгівля та ремонт	42,8	41,8	43,9
Сектор послуг	46,1	45	47
ІТ сфера	38,2	37,3	41,8
Транспорт і зв'язок	43,3	41,9	45,7

Ринки, на яких працюють підприємства

Додаток. Таблиця 153. Ринки, на яких працюють опитані підприємства, % опитаних

Ринки	В цілому по Україні
Місто	51%
Область	42%
Сусідні області	20%
Україна	36%
Ринок ЄС	6%
Інші країни	8%

Додаток. Таблиця 154. Ринки, на яких працюють опитані підприємства в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Ринки	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Місто	52%	49%	48%
Область	42%	46%	39%
Сусідні області	17%	25%	27%
Україна	31%	46%	49%
Ринок ЄС	5%	7%	11%
Інші країни	6%	9%	17%

Додаток. Таблиця 155. Ринки, на яких працюють опитані підприємства в залежності від форми підприємства, % опитаних

Ринки	ФОПи	Юридичні особи
Місто	57%	49%
Область	34%	46%
Сусідні області	10%	24%
Україна	20%	43%
Ринок ЄС	5%	7%
Інші країни	6%	9%

Додаток. Таблиця 156. Ринки, на яких працюють опитані підприємства за регіонами, % опитаних

Регіон	Місто	Область	Сусідні області	Україна	Ринок ЄС	Інші країни
Вінницька	41%	41%	19%	34%	3%	8%
Волинська	52%	43%	16%	27%	16%	9%
Дніпропетровська	50%	34%	18%	44%	7%	7%
Донецька	61%	39%	20%	31%	1%	10%
Житомирська	43%	48%	19%	31%	6%	4%
Закарпатська	48%	45%	10%	24%	19%	12%
Запорізька	55%	48%	27%	40%	1%	10%
Івано-Франківська	43%	54%	20%	32%	9%	13%
Київська	51%	43%	21%	40%	9%	10%
Кіровоградська	53%	40%	21%	23%	9%	9%
Луганська	62%	41%	18%	18%	5%	15%
Львівська	49%	46%	24%	40%	10%	6%
Миколаївська	53%	53%	23%	23%	2%	2%
Одеська	57%	42%	17%	28%	4%	9%
Полтавська	58%	50%	27%	31%	2%	2%
Рівненська	56%	49%	20%	33%	11%	4%
Сумська	55%	33%	21%	36%	5%	2%
Тернопільська	47%	53%	17%	30%	5%	8%
Харківська	57%	51%	31%	44%	4%	7%
Херсонська	52%	40%	15%	25%	7%	9%
Хмельницька	45%	52%	24%	31%	2%	9%
Черкаська	39%	44%	16%	37%	2%	6%
Чернівецька	59%	43%	18%	30%	5%	2%
Чернігівська	49%	42%	19%	30%	9%	12%
м. Київ	48%	24%	16%	60%	8%	11%

Додаток. Таблиця 157. Ринки, на яких працюють опитані підприємства в залежності від галузі, % опитаних

Галузь	Місто	Область	Сусідні області	Україна	Ринок ЄС	Інші країни
Сільське господарство	24%	58%	31%	44%	3%	5%
Промисловість	46%	47%	31%	54%	10%	14%
Будівництво	56%	57%	24%	31%	0%	4%
Торгівля та ремонт	57%	38%	15%	33%	2%	3%
Сектор послуг	63%	39%	13%	24%	5%	5%
ІТ сфера	31%	27%	15%	36%	19%	33%
Транспорт і зв'язок	45%	39%	27%	48%	15%	15%

Вихід на нові ринки

Додаток. Таблиця 158. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства, % опитаних

Нові ринки	В цілому в Україні
Місто	18%
Область	22%
Сусідні області	20%
Україна	21%
Ринок ЄС	15%
Інші країни	14%
Не планують виходити на нові ринки	49%

Додаток. Таблиця 159. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства в залежності від форми підприємства, % опитаних

Нові ринки	ФОПи	Юридичні особи
Місто	18%	19%
Область	18%	23%
Сусідні області	15%	22%
Україна	13%	24%
Ринок ЄС	12%	16%
Інші країни	9%	16%
Не планують виходити на нові ринки	57%	45%

Додаток. Таблиця 160. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Нові ринки	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Місто	18%	19%	20%
Область	21%	24%	23%
Сусідні області	18%	24%	25%
Україна	18%	26%	28%

Нові ринки	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Ринок ЄС	12%	19%	21%
Інші країни	11%	18%	25%
Не планують виходити на нові ринки	53%	43%	38%

Додаток. Таблиця 161. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства за регіонами, % опитаних

Регіон	Місто	Область	Сусідні області	Україна	Ринок ЄС	Інші країни	Не планують виходити на нові ринки
Вінницька	17%	24%	23%	18%	15%	17%	43%
Волинська	12%	17%	17%	10%	17%	10%	60%
Дніпропетровська	22%	21%	24%	25%	17%	16%	43%
Донецька	23%	27%	23%	28%	11%	12%	39%
Житомирська	16%	20%	13%	29%	13%	13%	47%
Закарпатська	8%	20%	13%	10%	18%	20%	55%
Запорізька	15%	12%	8%	12%	6%	15%	58%
Івано-Франківська	24%	41%	39%	31%	20%	24%	33%
Київська	21%	26%	25%	27%	25%	15%	42%
Кіровоградська	11%	16%	13%	13%	9%	11%	64%
Луганська	28%	31%	18%	13%	8%	8%	49%
Львівська	20%	24%	26%	23%	23%	15%	47%
Миколаївська	8%	10%	10%	19%	8%	6%	54%
Одеська	16%	21%	17%	19%	9%	16%	54%
Полтавська	23%	21%	25%	26%	11%	11%	51%
Рівненська	27%	32%	20%	22%	12%	12%	46%
Сумська	20%	24%	15%	15%	7%	2%	51%
Тернопільська	25%	23%	25%	25%	14%	12%	40%
Харківська	15%	16%	19%	20%	12%	12%	56%
Херсонська	15%	17%	18%	14%	10%	17%	58%
Хмельницька	15%	19%	15%	13%	17%	15%	45%
Черкаська	19%	22%	20%	14%	14%	10%	47%
Чернівецька	15%	23%	20%	15%	18%	10%	65%
Чернігівська	15%	26%	18%	28%	10%	23%	38%
м. Київ	20%	20%	23%	28%	20%	16%	51%

Додаток. Таблиця 162. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства за галузями, % опитаних

Нові ринки	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Місто	16%	25%	27%	16%	17%	19%	16%
Область	24%	28%	39%	18%	19%	20%	20%
Сусідні області	26%	31%	38%	16%	16%	16%	17%
Україна	25%	33%	31%	17%	16%	17%	21%
Ринок ЄС	14%	27%	13%	10%	10%	25%	21%
Інші країни	16%	27%	8%	8%	9%	26%	19%
Не планують виходити на нові ринки	40%	31%	34%	58%	56%	47%	48%

Перешкоди для виходу на нові зовнішні ринки

Додаток. Таблиця 163. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки (в цілому по Україні), % опитаних

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	В цілому по Україні
Немає бажання	12%
Немає фінансування	26%
Немає партнерів за кордоном	26%
Складно/дорого адаптувати продукцію	17%
Продукція не відповідає міжнародним стандартам(вимогам замовника)	10%
Складність і велика тривалість процедур оформлення документів та контролю	22%
Вартість процедур оформлення документів та контролю	14%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання	11%
Велика кількість дозвільних документів для експорту	17%
Немає попиту на продукцію\послуги за кордоном	21%
Бракує інформації, як це зробити	16%
Жорстка конкуренція	18%
Надто обтяжлива процедура ввезення (імпорту) і інших країнах	10%
Високі ввізні мита в інших країнах	6%
Пряма заборона на ввезення (імпорту) товару з боку інших країн	4%
Недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (порти, залізниця, автомобільні тощо)	9%
Непередбачуваність торгівельної політики України	25%
Непередбачуваність торгівельної політики країн партнерів	6%

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	В цілому по Україні
Складність законодавства	21%
Корупція	19%
Інше	3%

Додаток. Таблиця 164. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки в залежності від форми підприємства, % опитаних

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	ФОПи	Юридичні особи
Немає бажання	19%	10%
Немає фінансування	32%	24%
Немає партнерів за кордоном	24%	27%
Складно/дорого адаптувати продукцію	16%	17%
Продукція не відповідає міжнародним стандартам(вимогам замовника)	10%	10%
Складність і велика тривалість процедур оформлення документів та контролю	23%	22%
Вартість процедур оформлення документів та контролю	14%	14%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання	10%	11%
Велика кількість дозвільних документів для експорту	18%	17%
Немає попиту на продукцію/послуги за кордоном	18%	23%
Бракує інформації, як це зробити	19%	14%
Жорстка конкуренція	17%	18%
Надто обтяжлива процедура ввезення (імпорту) і інших країнах	11%	9%
Високі ввізні мита в інших країнах	8%	5%
Пряма заборона на ввезення (імпорту) товару з боку інших країн	6%	3%
Недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (порти, залізниця, автомобільні тощо)	9%	9%
Непередбачуваність торгівельної політики України	30%	23%
Непередбачуваність торгівельної політики країн партнерів	7%	6%
Складність законодавства	19%	22%
Корупція	23%	17%
Інше	2%	3%

Додаток. Таблиця 165. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Немає бажання	15%	5%	6%
Немає фінансування	29%	24%	16%
Немає партнерів за кордоном	26%	25%	30%
Складно/дорого адаптувати продукцію	16%	11%	27%

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Продукція не відповідає міжнародним стандартам(вимогам замовника)	10%	12%	8%
Складність і велика тривалість процедур оформлення документів та контролю	23%	21%	23%
Вартість процедур оформлення документів та контролю	16%	11%	10%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання	11%	11%	12%
Велика кількість дозвільних документів для експорту	18%	13%	20%
Немає попиту на продукцію/послуги за кордоном	20%	25%	22%
Бракує інформації, як це зробити	18%	9%	10%
Жорстка конкуренція	19%	15%	19%
Надто обтяжлива процедура ввезення (імпорту) і інших країнах	10%	6%	11%
Високі ввізні мита в інших країнах	6%	3%	6%
Пряма заборона на ввезення (імпорту) товару з боку інших країн	5%	1%	3%
Недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (порти, залізниця, автомобільні тощо)	9%	4%	12%
Непередбачуваність торгівельної політики України	27%	20%	27%
Непередбачуваність торгівельної політики країн партнерів	7%	4%	6%
Складність законодавства	21%	19%	26%
Корупція	21%	14%	13%
Інше	3%	3%	4%

Додаток. Таблиця 166. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки за галузями, % опитаних

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	Сільське господарство	Промисловість	Будівництво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Немає бажання	8%	7%	14%	16%	10%	27%	12%
Немає фінансування	24%	22%	18%	37%	22%	12%	29%
Немає партнерів за кордоном	32%	29%	43%	27%	23%	20%	21%
Складно/дорого адаптувати продукцію	23%	24%	14%	18%	13%	12%	10%

Перешкоди для виходу на зовнішні ринки	Сільське господарс тво	Промис ловість	Будівни цтво	Торгівля та ремонт	Сектор послуг	ІТ сфера	Транспорт і зв'язок
Продукція не відповідає міжнародним стандартам(вимогам замовника)	15%	11%	14%	10%	9%	6%	8%
Складність і велика тривалість процедур оформлення документів та контролю	40%	22%	23%	27%	15%	14%	22%
Вартість процедур оформлення документів та контролю	24%	10%	13%	20%	10%	6%	12%
Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання	23%	10%	12%	13%	7%	5%	10%
Велика кількість дозвільних документів для експорту	32%	17%	23%	23%	10%	9%	12%
Немає попиту на продукцію/послуги за кордоном	7%	23%	23%	21%	26%	18%	17%
Бракує інформації, як це зробити	24%	19%	16%	18%	12%	14%	9%
Жорстка конкуренція	14%	15%	18%	21%	17%	11%	24%
Надто обтяжлива процедура ввезення (імпорту) і інших країнах	19%	10%	4%	13%	7%	3%	7%
Високі ввізні мита в інших країнах	10%	5%	4%	8%	4%	3%	4%
Пряма заборона на ввезення (імпорту) товару з боку інших країн	8%	3%	0%	7%	2%	0%	1%
Недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (порти, залізниця, автомобільні тощо)	22%	5%	4%	11%	6%	2%	11%
Непередбачуваність торгівельної політики України	27%	28%	30%	34%	18%	11%	24%
Непередбачуваність торгівельної політики країн партнерів	7%	9%	5%	9%	4%	2%	3%
Складність законодавства	29%	22%	27%	24%	16%	11%	21%
Корупція	26%	19%	20%	26%	11%	11%	18%
Інше	4%	3%	4%	4%	2%	8%	1%

Додаток. Таблиця 167. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки за регіонами, % опитаних

Регіон	Немає бажання	Немає фінансування	Немає партнерів за кордоном	Складно/дорого адаптувати продукцію	Продукція не відповідає міжнародним стандартам (вимогам замовника)	Складність і велика тривалість процедур оформлення документів та контролю	Вартість процедур оформлення документів та контролю
Вінницька	3%	4%	5%	3%	4%	5%	4%
Волинська	5%	3%	2%	1%	3%	2%	2%
Дніпропетровська	8%	7%	8%	8%	4%	7%	7%
Донецька	5%	5%	6%	8%	6%	6%	6%
Житомирська	5%	3%	3%	3%	4%	2%	2%
Закарпатська	2%	2%	1%	2%	2%	1%	1%
Запорізька	2%	4%	3%	5%	4%	4%	4%
Івано-Франківська	3%	4%	2%	3%	3%	2%	2%
Київська	7%	6%	6%	6%	6%	6%	6%
Кіровоградська	2%	4%	2%	2%	4%	1%	1%
Луганська	2%	2%	3%	3%	1%	2%	2%
Львівська	4%	6%	7%	6%	4%	5%	4%
Миколаївська	5%	3%	3%	3%	2%	3%	1%
Одеська	6%	5%	5%	5%	6%	5%	5%
Полтавська	2%	3%	5%	4%	4%	5%	5%
Рівненська	2%	3%	2%	2%	4%	3%	4%
Сумська	2%	3%	3%	3%	2%	3%	5%
Тернопільська	6%	4%	4%	3%	2%	5%	5%
Харківська	8%	6%	5%	9%	10%	7%	10%
Херсонська	2%	4%	4%	6%	5%	7%	6%
Хмельницька	2%	1%	5%	3%	4%	3%	3%
Черкаська	5%	4%	3%	3%	4%	4%	4%
Чернівецька	1%	3%	2%	1%	3%	1%	1%
Чернігівська	2%	3%	2%	2%	4%	3%	2%
м. Київ	10%	10%	12%	5%	4%	9%	9%

Додаток. Таблиця 168. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки за регіонами, % опитаних (продовження)

Регіон	Складність дотримання вимог технічного, санітарного та фіто-санітарного регулювання	Велика кількість дозвільних документів для експорту	Немає попиту на продукцію/послуги за кордоном	Бракує інформації, як це зробити	Жорстка конкуренція	Надто обтяжлива процедура ввезення (імпорту) в інших країнах	Високі ввізні мита в інших країнах
Вінницька	4%	2%	3%	3%	2%	3%	0%
Волинська	3%	1%	2%	2%	1%	1%	1%
Дніпропетровська	4%	7%	8%	5%	6%	7%	6%
Донецька	6%	5%	7%	5%	5%	4%	6%
Житомирська	3%	3%	3%	3%	5%	3%	3%
Закарпатська	2%	1%	2%	0%	2%	1%	1%
Запорізька	2%	3%	3%	2%	2%	2%	3%
Івано-Франківська	3%	3%	3%	3%	3%	3%	3%
Київська	3%	6%	6%	6%	6%	7%	6%
Кіровоградська	1%	2%	2%	4%	2%	3%	1%
Луганська	2%	3%	3%	2%	3%	1%	5%
Львівська	10%	7%	6%	5%	6%	7%	6%
Миколаївська	3%	2%	2%	3%	4%	2%	3%
Одеська	6%	5%	7%	6%	6%	6%	3%
Полтавська	5%	5%	3%	5%	4%	4%	9%
Рівненська	4%	5%	3%	5%	2%	3%	3%
Сумська	2%	3%	3%	3%	2%	3%	4%
Тернопільська	5%	7%	3%	5%	5%	4%	6%
Харківська	8%	7%	4%	5%	4%	9%	6%
Херсонська	7%	6%	5%	3%	6%	8%	9%
Хмельницька	1%	1%	4%	5%	3%	2%	0%
Черкаська	3%	4%	2%	5%	6%	4%	3%
Чернівецька	2%	1%	3%	3%	4%	2%	4%
Чернігівська	4%	2%	1%	3%	2%	4%	1%
м. Київ	7%	10%	10%	9%	8%	6%	9%

Додаток. Таблиця 169. Перешкоди для виходу на зовнішні ринки за регіонами, % опитаних (продовження)

Регіон	Пряма заборона на ввезення (імпорт) товару з боку інших країн	Недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (порти, залізниця, автомобільні)	Непередбачуваність торговельної політики України	Непередбачуваність торговельної політики країн-партнерів	Складність законодавства	Корупція	Інше
Вінницька	0%	4%	1%	1%	2%	2%	0%
Волинська	2%	1%	2%	1%	1%	2%	0%

Регіон	Пряма заборона на ввезення (імпорт) товару з боку інших країн	Недостатній рівень якості транспортної інфраструктури та відповідних послуг (порти, залізниця, автомобільні	Непередбачуваність торговельної політики України	Непередбачуваність торговельної політики країн-партнерів	Складність законодавства	Корупція	Інше
Дніпропетровська	6%	3%	7%	13%	9%	8%	5%
Донецька	7%	3%	7%	5%	5%	5%	10%
Житомирська	4%	3%	2%	3%	4%	2%	5%
Закарпатська	2%	0%	2%	1%	2%	0%	0%
Запорізька	4%	3%	5%	3%	3%	4%	2%
Івано-Франківська	2%	2%	4%	2%	2%	3%	12%
Київська	9%	7%	5%	5%	6%	6%	2%
Кіровоградська	0%	4%	4%	0%	3%	2%	2%
Луганська	6%	2%	3%	7%	2%	2%	0%
Львівська	2%	5%	4%	7%	6%	5%	12%
Миколаївська	2%	4%	2%	2%	1%	3%	0%
Одеська	6%	7%	5%	2%	5%	4%	5%
Полтавська	7%	7%	5%	5%	6%	6%	7%
Рівненська	4%	2%	4%	3%	4%	4%	0%
Сумська	6%	3%	3%	5%	3%	4%	0%
Тернопільська	4%	4%	3%	3%	5%	6%	12%
Харківська	9%	11%	7%	8%	7%	7%	5%
Херсонська	6%	6%	5%	3%	5%	4%	7%
Хмельницька	0%	3%	3%	3%	2%	3%	0%
Черкаська	4%	3%	4%	2%	4%	4%	0%
Чернівецька	0%	3%	2%	2%	2%	2%	0%
Чернігівська	6%	2%	3%	2%	2%	2%	2%
м. Київ	6%	5%	8%	8%	9%	9%	12%

Маркетинг та бізнес-планування

Додаток. Таблиця 170. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (в цілому по Україні), % опитаних

Маркетинг	В цілому по Україні
Наявний відділ маркетингу	3%
Наявний маркетолог	9%
Наявна людина, яка займається маркетингом разом із іншими завданнями	37%
Відсутній і відділ і окремий маркетолог	51%

Додаток. Таблиця 171. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за розміром підприємств), % опитаних

Маркетинг	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Наявний відділ маркетингу	0%	6%	12%
Наявний маркетолог	6%	15%	13%
Наявна людина, яка займається маркетингом разом із іншими завданнями	36%	46%	35%
Відсутній і відділ і окремий маркетолог	58%	33%	40%

Додаток. Таблиця 172. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за формою підприємств), % опитаних

Маркетинг	ФОПи	Юридичні особи
Наявний відділ маркетингу	1%	4%
Наявний маркетолог	4%	11%
Наявна людина, яка займається маркетингом разом із іншими завданнями	24%	43%
Відсутній і відділ і окремий маркетолог	72%	42%

Додаток. Таблиця 173. Діяльність підприємств у сфері маркетингу за регіонами, % опитаних

Регіон	Наявний відділ маркетингу	Наявний маркетолог	Наявна людина, яка займається маркетингом разом із іншими завданнями	Відсутній і відділ і окремий маркетолог
Вінницька	1%	6%	38%	56%
Волинська	5%	9%	23%	63%
Дніпропетровська	5%	10%	36%	49%
Донецька	5%	6%	43%	46%
Житомирська	4%	9%	28%	59%
Закарпатська	0%	7%	40%	52%
Запорізька	0%	8%	45%	47%
Івано-Франківська	2%	13%	41%	45%
Київська	3%	10%	29%	57%
Кіровоградська	2%	7%	35%	57%
Луганська	5%	10%	33%	51%
Львівська	3%	10%	33%	54%
Миколаївська	6%	4%	38%	53%
Одеська	6%	11%	33%	50%
Полтавська	0%	8%	45%	47%

Регіон	Наявний відділ маркетингу	Наявний маркетолог	Наявна людина, яка займається маркетингом разом із іншими завданнями	Відсутній і відділ і окремих маркетолог
Рівненська	0%	9%	44%	47%
Сумська	5%	10%	40%	45%
Тернопільська	0%	7%	46%	47%
Харківська	2%	6%	51%	42%
Херсонська	4%	8%	37%	51%
Хмельницька	3%	7%	34%	55%
Черкаська	2%	11%	27%	60%
Чернівецька	0%	5%	25%	70%
Чернігівська	5%	7%	21%	67%
м. Київ	6%	12%	42%	40%

Додаток. Таблиця 174. Діяльність підприємств у сфері маркетингу в залежності від галузі, % опитаних

Галузь	Наявний відділ маркетингу	Наявний маркетолог	Наявна людина, яка займається маркетингом разом із іншими завданнями	Відсутній і відділ і окремих маркетолог
Сільське господарство	2%	3%	34%	62%
Промисловість	8%	16%	42%	34%
Будівництво	1%	10%	34%	54%
Торгівля та ремонт	3%	8%	40%	49%
Сектор послуг	2%	7%	37%	55%
ІТ сфера	1%	11%	29%	59%
Транспорт і зв'язок	2%	10%	33%	55%

Додаток. Таблиця 175. Наявність у підприємств бізнес-плану/стратегії, яких вони дотримуються, в цілому в Україні, % опитаних

Наявність бізнес-плану/стратегії	В цілому в Україні
Так	57%
Ні	43%

Додаток. Таблиця 176. Наявність у підприємств бізнес-плану/стратегії, яких вони дотримуються, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Наявність бізнес-плану/стратегії	ФОП	Юридичні особи
Так	49%	61%
Ні	51%	39%

Додаток. Таблиця 177. Наявність у підприємств бізнес-плану/стратегії, яких вони дотримуються, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Наявність бізнес-плану/стратегії	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Так	52%	68%	71%
Ні	48%	32%	29%

Додаток. Таблиця 178. Наявність у підприємств бізнес-плану/стратегії, яких вони дотримуються, за регіонами, % опитаних

Регіон	Так	Ні
Вінницька	64%	36%
Волинська	57%	43%
Дніпропетровська	64%	36%
Донецька	49%	51%
Житомирська	58%	42%
Закарпатська	63%	37%
Запорізька	50%	50%
Івано-Франківська	72%	28%
Київська	65%	35%
Кіровоградська	41%	59%
Луганська	58%	42%
Львівська	60%	40%
Миколаївська	63%	37%
Одеська	58%	42%
Полтавська	54%	46%
Рівненська	58%	42%
Сумська	41%	59%
Тернопільська	53%	47%
Харківська	55%	45%
Херсонська	54%	46%
Хмельницька	55%	45%
Черкаська	66%	34%
Чернівецька	47%	53%
Чернігівська	49%	51%
м. Київ	58%	42%
Всього	57%	43%

Додаток. Таблиця 179. Наявність у підприємств бізнес-плану/стратегії, яких вони дотримуються, за галузями, % опитаних

Галузь	Так	Ні
Сільське господарство	62%	38%
Промисловість	60%	40%

Галузь	Так	Ні
Будівництво	48%	52%
Торгівля та ремонт	55%	45%
Сектор послуг	60%	40%
ІТ сфера	54%	46%
Транспорт і зв'язок	45%	55%

Додаток. Таблиця 180. Термін, на який розроблялася бізнес-план/стратегія серед тих МСП, що мають бізнес-план або стратегію, в цілому по Україні, % опитаних

Термін, на який розроблялася бізнес-стратегія/план	В цілому по Україні
На термін до 6 місяців	8%
На термін від 6 місяців до 1 року	46%
Від 1 до 3 років	25%
Від 3 до 5 років	12%
Від 5 до 10 років	3%
На термін більший, ніж 10 років	2%
Без визначеного терміну	4%

Додаток. Таблиця 181. Термін, на який розроблялася бізнес-план/стратегія серед тих МСП, що мають бізнес-план або стратегію, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Термін, на який розроблялася бізнес-стратегія/план	ФОПи	Юридичні особи
На термін до 6 місяців	11%	6%
На термін від 6 місяців до 1 року	36%	49%
Від 1 до 3 років	26%	24%
Від 3 до 5 років	9%	13%
Від 5 до 10 років	4%	3%
На термін більший, ніж 10 років	4%	1%
Без визначеного терміну	10%	3%

Додаток. Таблиця 182. Термін, на який розроблялася бізнес-план/стратегія серед тих МСП, що мають бізнес-план або стратегію, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Термін, на який розроблялася бізнес-стратегія/план	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
На термін до 6 місяців	10%	8%	1%
На термін від 6 місяців до 1 року	41%	50%	54%
Від 1 до 3 років	26%	21%	24%
Від 3 до 5 років	12%	12%	16%
Від 5 до 10 років	4%	3%	3%
На термін більший, ніж 10 років	2%	2%	1%
Без визначеного терміну	6%	3%	2%

Додаток. Таблиця 183. Термін, на який розроблялася бізнес-план/стратегія серед тих МСП, що мають бізнес-план або стратегію, за регіонами, % опитаних

Регіон	На термін до 6 місяців	На термін від 6 місяців до 1 року	Від 1 до 3 років	Від 3 до 5 років	Від 5 до 10 років	На термін більший, ніж 10 років	Без визначеного терміну
Вінницька	7%	48%	23%	9%	5%	5%	2%
Волинська	4%	46%	13%	33%	0%	0%	4%
Дніпропетровська	4%	51%	24%	16%	4%	0%	2%
Донецька	12%	29%	24%	17%	2%	2%	12%
Житомирська	10%	32%	23%	16%	0%	3%	16%
Закарпатська	15%	46%	12%	15%	4%	8%	0%
Запорізька	9%	37%	34%	14%	0%	0%	6%
Івано-Франківська	8%	34%	32%	11%	5%	5%	5%
Київська	3%	45%	23%	23%	3%	1%	1%
Кіровоградська	6%	29%	29%	24%	6%	0%	6%
Луганська	14%	36%	32%	14%	0%	0%	5%
Львівська	15%	40%	23%	15%	2%	0%	6%
Миколаївська	3%	64%	15%	6%	6%	0%	6%
Одеська	16%	41%	29%	4%	2%	4%	5%
Полтавська	9%	59%	21%	6%	6%	0%	0%
Рівненська	4%	38%	25%	13%	4%	4%	13%
Сумська	12%	65%	24%	0%	0%	0%	0%
Тернопільська	10%	53%	28%	10%	0%	0%	0%
Харківська	3%	53%	21%	14%	3%	2%	3%
Херсонська	5%	40%	33%	10%	8%	3%	3%
Хмельницька	10%	55%	23%	6%	0%	3%	3%
Черкаська	2%	59%	24%	2%	2%	5%	5%
Чернівецька	10%	45%	15%	10%	5%	5%	10%
Чернігівська	10%	55%	10%	5%	10%	5%	5%
м. Київ	5%	42%	32%	11%	6%	1%	3%
Всього	8%	46%	25%	12%	3%	2%	4%

Додаток. Таблиця 184. Термін, на який розроблялася бізнес-план/стратегія серед тих МСП, що мають бізнес-план або стратегію, за галузями, % опитаних

Галузь	На термін до 6 місяців	На термін від 6 місяців до 1 року	Від 1 до 3 років	Від 3 до 5 років	Від 5 до 10 років	На термін більший, ніж 10 років	Без визначеного терміну
Сільське господарство	4%	46%	28%	10%	5%	4%	2%
Промисловість	10%	47%	20%	13%	3%	2%	6%

Галузь	На термін до 6 місяців	На термін від 6 місяців до 1 року	Від 1 до 3 років	Від 3 до 5 років	Від 5 до 10 років	На термін більший, ніж 10 років	Без визначеного терміну
Будівництво	22%	44%	22%	6%	3%	0%	3%
Торгівля та ремонт	10%	43%	24%	11%	3%	2%	7%
Сектор послуг	4%	50%	25%	14%	4%	2%	1%
ІТ сфера	5%	36%	29%	18%	0%	4%	7%
Транспорт і зв'язок	12%	38%	29%	7%	5%	0%	9%

Додаток. Таблиця 185. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, в цілому по Україні, % опитаних

Інструменти інтернет-комунікацій для просування товарів або послуг	В цілому по Україні
Веб-сайт	43%
Соціальні мережі (SMM)	30%
Інтернет-майданчики для продажу товарів\послуг (olx, zakupka, aukro, bigl.ua, ebay, shafa тощо)	27%
Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медійна тощо)	24%
Пошукова оптимізація (SEO)	14%
Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	24%
E-mail маркетинг	14%
Не використовують інтернет для просування товарів/послуг	31%
Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)	1%

Додаток. Таблиця 186. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Інструменти інтернет-комунікацій для просування товарів або послуг	ФОПи	Юридичні особи
Веб-сайт	28%	50%
Соціальні мережі (SMM)	32%	29%
Інтернет-майданчики для продажу товарів\послуг (olx, zakupka, aukro, bigl.ua, ebay, shafa тощо)	22%	28%
Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медійна тощо)	19%	26%
Пошукова оптимізація (SEO)	11%	14%
Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	12%	28%
E-mail маркетинг	8%	16%
Не використовують інтернет для просування товарів/послуг	41%	26%
Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)	0%	1%

Додаток. Таблиця 187. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Інструменти інтернет-комунікацій для просування товарів або послуг	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Веб-сайт	39%	52%	53%
Соціальні мережі (SMM)	30%	32%	28%
Інтернет-майданчики для продажу товарів\послуг (olx, zakupka, aukro, bigl.ua, ebay, shafa тощо)	27%	29%	24%
Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медійна тощо)	22%	33%	23%
Пошукова оптимізація (SEO)	13%	19%	10%
Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	21%	33%	28%
E-mail маркетинг	11%	19%	17%
Не використовують інтернет для просування товарів/послуг	33%	24%	25%
Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)	0%	0%	3%

Додаток. Таблиця 188. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, за регіонами, % опитаних

Регіон	Веб-сайт	Соціальні мережі (SMM)	Інтернет-майданчики для продажу товарів\послуг (olx, zakupka, aukro, bigl.ua, ebay, shafa тощо)	Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медійна тощо)	Пошукова оптимізація (SEO)
Вінницька	33%	25%	23%	18%	14%
Волинська	32%	36%	14%	20%	11%
Дніпропетровська	48%	26%	34%	28%	19%
Донецька	42%	27%	35%	24%	14%
Житомирська	41%	31%	19%	26%	17%
Закарпатська	31%	36%	17%	14%	10%
Запорізька	45%	29%	33%	27%	10%
Івано-Франківська	52%	21%	25%	30%	5%
Київська	47%	33%	27%	22%	16%
Кіровоградська	32%	26%	23%	11%	6%
Луганська	36%	28%	38%	23%	13%
Львівська	45%	40%	25%	27%	14%
Миколаївська	40%	23%	15%	17%	9%
Одеська	37%	32%	18%	27%	17%
Полтавська	39%	30%	31%	16%	14%
Рівненська	40%	29%	36%	16%	9%

Регіон	Веб-сайт	Соціальні мережі (SMM)	Інтернет-майданчики для продажу товарів\послуг (olx, zakupka, aukro, bigl.ua, ebay, shafa тощо)	Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медійна тощо)	Пошукова оптимізація (SEO)
Сумська	19%	31%	31%	21%	7%
Тернопільська	42%	36%	14%	30%	9%
Харківська	53%	27%	26%	23%	15%
Херсонська	41%	32%	24%	29%	9%
Хмельницька	36%	19%	16%	19%	7%
Черкаська	42%	29%	31%	26%	10%
Чернівецька	30%	27%	11%	23%	5%
Чернігівська	30%	28%	28%	14%	14%
м. Київ	66%	36%	38%	33%	23%
Всього	43%	30%	27%	24%	14%

Додаток. Таблиця 189. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, за регіонами, % опитаних (продовження)

Регіон	Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	E-mail маркетинг	Не використовують інтернет для просування товарів/послуг	Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)
Вінницька	22%	13%	39%	1%
Волинська	25%	16%	36%	0%
Дніпропетровська	24%	19%	26%	1%
Донецька	33%	17%	30%	2%
Житомирська	15%	9%	35%	0%
Закарпатська	26%	14%	33%	0%
Запорізька	21%	15%	26%	0%
Івано-Франківська	32%	11%	32%	2%
Київська	19%	10%	31%	1%
Кіровоградська	6%	9%	38%	0%
Луганська	18%	15%	31%	3%
Львівська	35%	12%	27%	1%
Миколаївська	19%	11%	36%	0%
Одеська	22%	12%	36%	0%
Полтавська	17%	8%	34%	0%
Рівненська	36%	13%	24%	0%
Сумська	21%	14%	29%	0%
Тернопільська	28%	18%	33%	0%

Регіон	Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	E-mail маркетинг	Не використовують інтернет для просування товарів/послуг	Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)
Харківська	29%	12%	24%	3%
Херсонська	27%	24%	36%	0%
Хмельницька	14%	10%	29%	2%
Черкаська	15%	6%	29%	0%
Чернівецька	20%	5%	39%	0%
Чернігівська	21%	12%	47%	0%
м. Київ	27%	17%	20%	1%
Всього	24%	14%	30%	1%

Додаток. Таблиця 190. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, за галузями, % опитаних

Галузь	Веб-сайт	Соціальні мережі (SMM)	Інтернет-майданчики для продажу товарів\послуг (olx, zakupka, aukro, bigl.ua, ebay, shafa тощо)	Інтернет-реклама (контекстна, банерна, медійна тощо)	Пошукова оптимізація (SEO)
Сільське господарство	26%	24%	28%	16%	9%
Промисловість	55%	32%	32%	30%	15%
Будівництво	40%	22%	29%	16%	10%
Торівля та ремонт	39%	27%	28%	23%	14%
Сектор послуг	46%	35%	22%	27%	13%
ІТ сфера	54%	38%	23%	23%	25%
Транспорт і зв'язок	39%	22%	27%	20%	11%

Додаток. Таблиця 191. Інструменти інтернет-комунікацій, які використовують підприємства для просування товарів або послуг, за галузями, % опитаних (продовження)

Галузь	Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	E-mail маркетинг	Не використовують інтернет для просування товарів/послуг	Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)
Сільське господарство	18%	9%	42%	1%
Промисловість	28%	17%	22%	1%

Галузь	Розміщення інформації про підприємство на інтернет-каталогах, «жовтих сторінках»	E-mail маркетинг	Не використовую інтернет для просування товарів/послуг	Тендерні майданчики (prozorro, держзакупівля, агробіржа)
Будівництво	35%	9%	25%	3%
Торгівля та ремонт	20%	12%	37%	0%
Сектор послуг	24%	15%	27%	1%
ІТ сфера	21%	16%	28%	1%
Транспорт і зв'язок	29%	14%	27%	2%

Структура споживачів та постачальників

Додаток. Таблиця 192. Основні споживачі продукції і послуг, які виробляються підприємствами, в цілому по Україні, % опитаних

Споживачі	В цілому по Україні
Фізичні особи (населення)	41%
Інші підприємства/Юридичні особи	56%
Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	3%
Державні органи влади/установи	0%

Додаток. Таблиця 193. Основні споживачі продукції і послуг, які виробляються підприємствами, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Споживачі	ФОПи	Юридичні особи
Фізичні особи (населення)	66%	31%
Інші підприємства/Юридичні особи	33%	65%
Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	1%	3%
Державні органи влади/установи	0%	1%

Додаток. Таблиця 194. Основні споживачі продукції і послуг, які виробляються підприємствами, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Споживачі	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Фізичні особи (населення)	46%	34%	28%
Інші підприємства/Юридичні особи	52%	61%	69%
Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	2%	3%	3%
Державні органи влади/установи	0%	1%	0%

Додаток. Таблиця 195. Основні споживачі продукції і послуг, які виробляються підприємствами, за регіонами, % опитаних

Регіон	Фізичні особи (населення)	Інші підприємства/Юридичні особи	Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	Державні органи влади/установи
Вінницька	41%	55%	2%	1%
Волинська	51%	44%	5%	0%
Дніпропетровська	37%	61%	1%	1%
Донецька	45%	52%	2%	0%
Житомирська	40%	56%	4%	0%
Закарпатська	61%	39%	0%	0%
Запорізька	33%	66%	1%	0%
Івано-Франківська	53%	42%	4%	0%
Київська	41%	58%	0%	1%
Кіровоградська	41%	57%	2%	0%
Луганська	41%	59%	0%	0%
Львівська	42%	56%	2%	0%
Миколаївська	36%	58%	6%	0%
Одеська	49%	48%	3%	0%
Полтавська	41%	58%	2%	0%
Рівненська	48%	43%	7%	2%
Сумська	43%	48%	5%	5%
Тернопільська	50%	47%	3%	0%
Харківська	34%	64%	2%	0%
Херсонська	45%	51%	3%	1%
Хмельницька	40%	59%	2%	0%
Черкаська	40%	58%	2%	0%
Чернівецька	64%	29%	7%	0%
Чернігівська	44%	54%	2%	0%
м. Київ	24%	73%	3%	0%
Всього	41%	56%	3%	0%

Додаток. Таблиця 196. Основні споживачі продукції і послуг, які виробляються підприємствами, за галузями, % опитаних

Галузь	Фізичні особи (населення)	Інші підприємства/Юридичні особи	Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	Державні органи влади/установи
Сільське господарство	21%	78%	1%	0%
Промисловість	33%	64%	2%	0%
Будівництво	10%	87%	3%	0%
Торгівля та ремонт	54%	44%	2%	0%
Сектор послуг	50%	45%	4%	1%
ІТ сфера	24%	75%	1%	0%

Галузь	Фізичні особи (населення)	Інші підприємства/Юридичні особи	Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	Державні органи влади/установи
Транспорт і зв'язок	31%	65%	2%	2%

Додаток. Таблиця 197. Основні постачальники сировини та матеріалів для підприємств в цілому по Україні, % опитаних

Постачальники	В цілому по Україні
Фізичні особи (населення)	8%
Інші підприємства/Юридичні особи	70%
Не маємо постачальників	21%
Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	1%
Іноземні компанії, нерезиденти	0%

Додаток. Таблиця 198. Основні постачальники сировини та матеріалів для підприємств в залежності від форми підприємства, % опитаних

Постачальники	ФОПи	Юридичні особи
Фізичні особи (населення)	20%	3%
Інші підприємства/Юридичні особи	54%	76%
Не маємо постачальників	25%	19%
Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	1%	1%
Іноземні компанії, нерезиденти	0%	1%

Додаток. Таблиця 199. Основні постачальники сировини та матеріалів для підприємств в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Постачальники	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Фізичні особи (населення)	11%	4%	1%
Інші підприємства/Юридичні особи	64%	80%	82%
Не маємо постачальників	24%	14%	16%
Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	1%	1%	0%
Іноземні компанії, нерезиденти	0%	0%	0%

Додаток. Таблиця 200. Основні постачальники сировини та матеріалів для підприємств за регіонами, % опитаних

Регіон	Фізичні особи (населення)	Інші підприємства/ Юридичні особи	Не маємо постачальників	Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	Іноземні компанії, нерезиденти
Вінницька	12%	65%	22%	1%	0%
Волинська	11%	75%	14%	0%	0%
Дніпропетровська	10%	76%	15%	0%	0%

Регіон	Фізичні особи (населення)	Інші підприємства/ Юридичні особи	Не маємо постачальників	Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	Іноземні компанії, нерезиденти
Донецька	8%	70%	22%	0%	0%
Житомирська	10%	71%	19%	0%	0%
Закарпатська	12%	61%	22%	5%	0%
Запорізька	10%	70%	18%	1%	1%
Івано-Франківська	9%	79%	13%	0%	0%
Київська	7%	74%	18%	0%	1%
Кіровоградська	2%	78%	20%	0%	0%
Луганська	5%	76%	18%	0%	0%
Львівська	8%	72%	18%	2%	0%
Миколаївська	9%	66%	25%	0%	0%
Одеська	10%	55%	34%	0%	1%
Полтавська	16%	69%	16%	0%	0%
Рівненська	9%	62%	24%	4%	0%
Сумська	15%	56%	22%	7%	0%
Тернопільська	7%	73%	16%	4%	0%
Харківська	4%	80%	15%	1%	1%
Херсонська	7%	68%	24%	1%	0%
Хмельницька	7%	65%	28%	0%	0%
Черкаська	8%	69%	23%	0%	0%
Чернівецька	14%	59%	25%	0%	2%
Чернігівська	5%	74%	21%	0%	0%
м. Київ	4%	67%	28%	1%	1%
Всього	8%	70%	21%	1%	0%

Додаток. Таблиця 201. Основні постачальники сировини та матеріалів для підприємств за галузями, % опитаних

Галузь	Фізичні особи (населення)	Інші підприємства/ Юридичні особи	Не маємо постачальників	Фізичні та юридичні особи в однаковій мірі	Іноземні компанії, нерезиденти
Сільське господарство	5%	87%	6%	2%	0%
Промисловість	7%	88%	4%	0%	0%
Будівництво	4%	82%	12%	2%	0%
Торгівля та ремонт	12%	82%	3%	2%	1%
Сектор послуг	8%	45%	46%	1%	0%
ІТ сфера	3%	42%	55%	0%	0%
Транспорт і зв'язок	6%	74%	20%	0%	0%

Додаток. Таблиця 202. Частка найбільшого споживача/клієнта від загального обсягу продажу/реалізації послуг в цілому по Україні, % опитаних

Частка найбільшого споживача	В цілому по Україні
< 5%	29%
5-25%	27%
26-50%	17%
51-75%	11%
> 75%	17%

Додаток. Таблиця 203. Частка найбільшого споживача/клієнта від загального обсягу продажу/реалізації послуг в залежності від форми підприємства, % опитаних

Частка найбільшого споживача	ФОПи	Юридичні особи
< 5%	41%	24%
5-25%	20%	30%
26-50%	15%	18%
51-75%	6%	12%
>75%	18%	16%

Додаток. Таблиця 204. Частка найбільшого споживача/клієнта від загального обсягу продажу/реалізації послуг в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Частка найбільшого споживача	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
< 5%	32%	26%	18%
5-25%	26%	27%	30%
26-50%	16%	20%	19%
51-75%	9%	13%	13%
>75%	17%	14%	20%

Додаток. Таблиця 205. Частка найбільшого споживача/клієнта від загального обсягу продажу/реалізації послуг за регіонами, % опитаних

Регіон	< 5%	5-25%	26-50%	51-75%	>75%
Вінницька	22%	27%	18%	12%	22%
Волинська	38%	20%	23%	8%	13%
Дніпропетровська	29%	25%	21%	12%	14%
Донецька	28%	18%	23%	10%	22%
Житомирська	30%	28%	9%	13%	21%
Закарпатська	34%	24%	18%	8%	16%
Запорізька	26%	29%	22%	10%	12%
Івано-Франківська	33%	25%	15%	13%	15%
Київська	20%	33%	18%	12%	17%
Кіровоградська	35%	21%	14%	14%	16%

Регіон	< 5%	5-25%	26-50%	51-75%	>75%
Луганська	25%	33%	11%	17%	14%
Львівська	35%	28%	14%	10%	14%
Миколаївська	22%	31%	18%	9%	20%
Одеська	32%	20%	19%	6%	22%
Полтавська	28%	23%	17%	8%	23%
Рівненська	33%	26%	14%	12%	16%
Сумська	30%	28%	15%	13%	15%
Тернопільська	38%	31%	17%	6%	10%
Харківська	28%	26%	16%	13%	17%
Херсонська	33%	20%	25%	7%	14%
Хмельницька	26%	28%	19%	9%	19%
Черкаська	25%	27%	17%	10%	22%
Чернівецька	45%	23%	10%	13%	10%
Чернігівська	30%	38%	10%	8%	15%
м. Київ	22%	32%	15%	12%	18%
Всього	29%	27%	17%	10%	17%

Додаток. Таблиця 206. Частка найбільшого споживача/клієнта від загального обсягу продажу/реалізації послуг по галузям, % опитаних

Галузь	< 5%	5-25%	26-50%	51-75%	>75%
Сільське господарство	12%	24%	26%	20%	18%
Промисловість	21%	31%	19%	13%	17%
Будівництво	19%	17%	30%	16%	20%
Торівля та ремонт	39%	30%	16%	6%	10%
Сектор послуг	34%	26%	13%	11%	16%
ІТ сфера	19%	20%	16%	7%	37%
Транспорт і зв'язок	26%	26%	16%	5%	26%

Додаток. Таблиця 207..Частка найбільшого постачальника сировини та матеріалів (напівфабрикатів) від загального обсягу поставок в цілому по Україні, % опитаних

Частка найбільшого постачальника	В цілому по Україні
< 5%	14%
5-25%	32%
26-50%	25%
51-75%	13%
>75%	16%

Додаток. Таблиця 208. Частка найбільшого постачальника сировини та матеріалів (напівфабрикатів) від загального обсягу поставок в залежності від форми підприємства, % опитаних

Частка найбільшого постачальника	ФОПи	Юридичні особи
< 5%	21%	11%
5-25%	28%	34%
26-50%	20%	27%
51-75%	13%	13%
>75%	18%	16%

Додаток. Таблиця 209. Частка найбільшого постачальника сировини та матеріалів (напівфабрикатів) від загального обсягу поставок, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Частка найбільшого постачальника	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
< 5%	16%	11%	11%
5-25%	28%	37%	44%
26-50%	24%	29%	23%
51-75%	14%	11%	10%
>75%	18%	13%	12%

Додаток. Таблиця 210. Частка найбільшого постачальника сировини та матеріалів (напівфабрикатів) від загального обсягу поставок за регіонами, % опитаних

Регіон	< 5%	5-25%	26-50%	51-75%	>75%
Вінницька	17%	32%	29%	6%	17%
Волинська	5%	39%	21%	18%	18%
Дніпропетровська	17%	32%	25%	9%	17%
Донецька	15%	31%	25%	14%	15%
Житомирська	18%	26%	29%	13%	13%
Закарпатська	16%	29%	26%	16%	13%
Запорізька	14%	38%	29%	11%	9%
Івано-Франківська	10%	31%	27%	20%	12%
Київська	7%	30%	23%	13%	27%
Кіровоградська	21%	27%	27%	18%	6%
Луганська	3%	41%	34%	14%	7%
Львівська	17%	30%	26%	11%	17%
Миколаївська	11%	33%	25%	6%	25%
Одеська	16%	20%	23%	16%	25%
Полтавська	20%	31%	25%	16%	8%
Рівненська	12%	29%	26%	18%	15%
Сумська	18%	42%	21%	6%	12%
Тернопільська	15%	45%	22%	7%	12%
Харківська	8%	31%	27%	18%	17%

Регіон	< 5%	5-25%	26-50%	51-75%	>75%
Херсонська	15%	29%	27%	11%	18%
Хмельницька	12%	39%	12%	17%	20%
Черкаська	9%	25%	34%	18%	14%
Чернівецька	23%	30%	17%	17%	13%
Чернігівська	20%	40%	20%	3%	17%
м. Київ	12%	35%	22%	12%	19%
Всього	14%	32%	25%	13%	16%

Додаток. Таблиця 211. Частка найбільшого постачальника сировини та матеріалів (напівфабрикатів) від загального обсягу поставок по галузям, % опитаних

Галузь	< 5%	5-25%	26-50%	51-75%	>75%
Сільське господарство	11%	38%	33%	7%	11%
Промисловість	12%	26%	31%	16%	15%
Будівництво	9%	37%	32%	18%	5%
Торгівля та ремонт	13%	33%	23%	13%	18%
Сектор послуг	19%	32%	20%	11%	18%
ІТ сфера	11%	32%	16%	18%	23%
Транспорт і зв'язок	14%	35%	16%	15%	19%

Пріоритети споживачів: якість або ціна?

Додаток. Таблиця 212. Частка важливості для покупців вартості та якості наданих товарів чи послуг в цілому по Україні % опитаних

Якість/вартість товарів та послуг	В цілому по Україні
Якість товарів/послуг	13%
Більшою мірою якість товарів/послуг	11%
Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	56%
Більшою мірою вартість товарів/послуг	11%
Вартість товарів/послуг	10%

Додаток. Таблиця 213. Частка важливості для покупців вартості та якості наданих товарів чи послуг в залежності від форми підприємства, % опитаних

Якість/вартість товарів та послуг	ФОПи	Юридичні особи
Якість товарів/послуг	14%	13%
Більшою мірою якість товарів/послуг	13%	10%
Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	50%	58%
Більшою мірою вартість товарів/послуг	11%	10%
Вартість товарів/послуг	11%	9%

Додаток. Таблиця 214. Частка важливості для покупців вартості та якості наданих товарів чи послуг в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Якість/вартість товарів та послуг	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Якість товарів/послуг	13%	12%	13%
Більшою мірою якість товарів/послуг	12%	9%	11%
Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	53%	60%	62%
Більшою мірою вартість товарів/послуг	11%	9%	8%
Вартість товарів/послуг	11%	10%	7%

Додаток. Таблиця 215. Частка важливості для покупців вартості та якості наданих товарів чи послуг за регіонами, % опитаних

Регіон	Якість товарів/послуг	Більшою мірою якість товарів/послуг	Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	Більшою мірою вартість товарів/послуг	Вартість товарів/послуг
Вінницька	18%	12%	53%	9%	8%
Волинська	12%	12%	58%	12%	7%
Дніпропетровська	10%	10%	55%	13%	13%
Донецька	16%	6%	51%	16%	12%
Житомирська	17%	17%	46%	13%	7%
Закарпатська	17%	12%	50%	10%	12%
Запорізька	14%	10%	60%	10%	7%
Івано-Франківська	7%	9%	48%	16%	20%
Київська	16%	11%	57%	5%	11%
Кіровоградська	4%	13%	58%	13%	11%
Луганська	8%	5%	74%	8%	5%
Львівська	15%	13%	54%	9%	9%
Миколаївська	12%	8%	60%	6%	14%
Одеська	11%	12%	65%	10%	3%
Полтавська	13%	11%	56%	8%	13%
Рівненська	11%	13%	53%	13%	9%
Сумська	10%	10%	55%	12%	14%
Тернопільська	10%	12%	64%	8%	5%
Харківська	10%	7%	64%	10%	8%
Херсонська	16%	5%	48%	10%	21%
Хмельницька	12%	14%	47%	16%	12%
Черкаська	10%	7%	52%	22%	10%
Чернівецька	23%	7%	55%	5%	11%
Чернігівська	9%	12%	58%	16%	5%

Регіон	Якість товарів/послуг	Більшою мірою якість товарів/послуг	Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	Більшою мірою вартість товарів/послуг	Вартість товарів/послуг
м. Київ	16%	18%	52%	8%	6%
Всього	13%	11%	56%	11%	10%

Додаток. Таблиця 216. Частка важливості для покупців вартості та якості наданих товарів чи послуг по галузям, % опитаних

Галузь	Якість товарів/послуг	Більшою мірою якість товарів/послуг	Однаковою мірою якість та вартість товарів/послуг	Більшою мірою вартість товарів/послуг	Вартість товарів/послуг
Сільське господарство	19%	12%	54%	7%	7%
Промисловість	14%	10%	60%	8%	7%
Будівництво	13%	10%	59%	6%	12%
Торгівля та ремонт	6%	8%	59%	14%	13%
Сектор послуг	15%	12%	53%	10%	9%
ІТ сфера	20%	22%	48%	7%	3%
Транспорт і зв'язок	13%	9%	50%	15%	13%

Фінансування діяльності підприємств

Додаток. Таблиця 217. Наявність кредитних зобов'язань перед банком в цілому по Україні, % опитаних

Наявність кредитних зобов'язань перед банком	В цілому по Україні
Так, має	11%
Не має, але раніш були	22%
Не має і ніколи не мало	67%

Додаток. Таблиця 218. Наявність кредитних зобов'язань перед банком в залежності від форми підприємства, % опитаних

Наявність кредитних зобов'язань перед банком	ФОПи	Юридичні особи
Так, має	9%	11%
Не має, але раніш були	14%	26%
Не має і ніколи не мало	77%	63%

Додаток. Таблиця 219. Наявність кредитних зобов'язань перед банком в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Наявність кредитних зобов'язань перед банком	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Так, має	7%	14%	22%
Не має, але раніш були	19%	26%	37%
Не має і ніколи не мало	74%	60%	41%

Додаток. Таблиця 220. Наявність кредитних зобов'язань перед банком за регіонами, % опитаних

Регіон	Так, має	Не має, але раніш були	Не має і ніколи не мало
Вінницька	10%	28%	61%
Волинська	21%	14%	66%
Дніпропетровська	10%	17%	73%
Донецька	9%	20%	72%
Житомирська	12%	23%	65%
Закарпатська	17%	19%	64%
Запорізька	11%	23%	66%
Івано-Франківська	13%	36%	51%
Київська	10%	17%	72%
Кіровоградська	15%	15%	70%
Луганська	10%	31%	59%
Львівська	8%	35%	57%
Миколаївська	6%	15%	79%
Одеська	10%	18%	72%
Полтавська	14%	27%	59%
Рівненська	9%	27%	64%
Сумська	12%	31%	57%
Тернопільська	15%	13%	72%
Харківська	14%	24%	62%
Херсонська	9%	23%	68%
Хмельницька	11%	25%	65%
Черкаська	11%	27%	61%
Чернівецька	11%	30%	59%
Чернігівська	16%	23%	61%
м. Київ	5%	20%	76%
Всього	11%	23%	67%

Додаток. Таблиця 221. Наявність кредитних зобов'язань перед банком по галузям, % опитаних

Галузь	Так, має	Не має, але раніш були	Не має і ніколи не мало
Сільське господарство	22%	36%	42%
Промисловість	15%	25%	60%
Будівництво	3%	30%	67%
Торгівля та ремонт	12%	22%	65%
Сектор послуг	5%	18%	77%
ІТ сфера	1%	10%	89%
Транспорт і зв'язок	13%	27%	60%

Додаток. Таблиця 222. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, в цілому по Україні, % опитаних

Джерела небанківського фінансування	В цілому по Україні
Позики в знайомих	23%
Кредити в інших підприємствах	9%
Гранти від українських та європейських представництв та фондів	2%
Краудфандингові платформи (Спільнокошт, Kickstarter)	0%
Не користувалися	62%
Державні установи	1%
Власні кошти/заощадження	1%
Кошти власника підприємства	3%
Користувалися лише банківським фінансуванням	1%
Фінансова допомога	0%

Додаток. Таблиця 223. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Джерела небанківського фінансування	ФОПи	Юридичні особи
Позики в знайомих	35%	17%
Кредити в інших підприємствах	4%	11%
Гранти від українських та європейських представництв та фондів	1%	2%
Краудфандингові платформи (Спільнокошт, Kickstarter)	0%	0%
Не користувалися	57%	64%
Державні установи	1%	2%
Власні кошти/заощадження	2%	1%
Кошти власника підприємства	0%	4%
Користувалися лише банківським фінансуванням	0%	1%
Фінансова допомога	0%	1%

Додаток. Таблиця 224. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Джерела небанківського фінансування	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Позики в знайомих	27%	18%	7%
Кредити в інших підприємствах	8%	13%	13%
Гранти від українських та європейських представництв та фондів	1%	3%	2%
Краудфандингові платформи (Спільнокошт, Kickstarter)	0%	0%	0%
Не користувалися	61%	61%	66%
Державні установи	1%	3%	3%
Власні кошти/заощадження	1%	1%	2%
Кошти власника підприємства	2%	4%	5%
Користувалися лише банківським фінансуванням	1%	1%	1%
Фінансова допомога	0%	0%	1%

Додаток. Таблиця 225. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, за регіонами, % опитаних

Регіон	Позики в знайомих	Кредити в інших підприємствах	Гранти від українських та європейських представництв та фондів	Краудфандингові платформи (Спільнокошт, Kickstarter)	Не користувалися
Вінницька	25%	7%	0%	0%	60%
Волинська	23%	9%	2%	0%	59%
Дніпропетровська	27%	14%	0%	0%	56%
Донецька	25%	11%	2%	0%	58%
Житомирська	9%	13%	2%	0%	72%
Закарпатська	21%	10%	7%	0%	67%
Запорізька	23%	10%	1%	0%	64%
Івано-Франківська	29%	5%	4%	0%	57%
Київська	17%	11%	0%	0%	63%
Кіровоградська	28%	9%	0%	2%	55%
Луганська	31%	0%	0%	0%	59%
Львівська	19%	8%	1%	0%	62%
Миколаївська	25%	4%	0%	0%	60%
Одеська	28%	10%	0%	0%	60%
Полтавська	27%	13%	0%	0%	59%
Рівненська	29%	9%	4%	0%	56%
Сумська	21%	7%	2%	0%	62%

Регіон	Позики в знайомих	Кредити в інших підприємствах	Гранти від українських та європейських представництв та фондів	Краудфандингові платформи (Спільнокошт, Kickstarter)	Не користувалися
Тернопільська	18%	7%	3%	0%	67%
Харківська	22%	8%	2%	0%	63%
Херсонська	24%	12%	3%	0%	63%
Хмельницька	17%	5%	3%	0%	69%
Черкаська	24%	5%	0%	0%	66%
Чернівецька	32%	14%	5%	0%	43%
Чернігівська	26%	7%	5%	0%	63%
м. Київ	14%	11%	1%	0%	65%
Всього	22%	9%	2%	0%	62%

Додаток. Таблиця 226. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, за регіонами, % опитаних (продовження)

Регіон	Державні установи	Власні кошти/заощадження	Кошти власника підприємства	Користувалися лише банківським фінансуванням	Фінансова допомога
Вінницька	3%	2%	1%	0%	0%
Волинська	0%	2%	7%	0%	0%
Дніпропетровська	2%	1%	2%	0%	0%
Донецька	1%	1%	2%	1%	0%
Житомирська	0%	2%	0%	2%	2%
Закарпатська	0%	0%	0%	0%	0%
Запорізька	4%	0%	3%	0%	0%
Івано-Франківська	0%	0%	5%	2%	0%
Київська	2%	3%	5%	0%	0%
Кіровоградська	4%	0%	2%	2%	0%
Луганська	0%	0%	5%	3%	3%
Львівська	0%	2%	8%	0%	0%
Миколаївська	4%	4%	4%	0%	0%
Одеська	4%	2%	2%	0%	1%
Полтавська	2%	0%	0%	2%	2%
Рівненська	4%	2%	0%	0%	0%
Сумська	0%	2%	0%	2%	2%
Тернопільська	0%	1%	0%	0%	0%

Регіон	Державні установи	Власні кошти/заощадження	Кошти власника підприємства	Користувалися лише банківським фінансуванням	Фінансова допомога
Харківська	2%	0%	3%	1%	0%
Херсонська	1%	1%	0%	1%	0%
Хмельницька	0%	0%	5%	0%	0%
Черкаська	0%	2%	2%	0%	0%
Чернівецька	2%	5%	5%	2%	0%
Чернігівська	0%	2%	0%	0%	0%
м. Київ	0%	2%	4%	1%	2%
Всього	1%	1%	3%	1%	0%

Додаток. Таблиця 227. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, за галузями, % опитаних

Галузь	Позики в знайомих	Кредити в інших підприємствах	Гранти від українських та європейських представництв та фондів	Краудфандингові платформи (Спільнокошт, Kickstarter)	Не користувалися
Сільське господарство	32%	18%	3%	0%	47%
Промисловість	23%	12%	1%	0%	57%
Будівництво	15%	9%	0%	0%	72%
Торгівля та ремонт	30%	8%	0%	0%	57%
Сектор послуг	13%	7%	3%	0%	70%
ІТ сфера	10%	6%	2%	0%	80%
Транспорт і зв'язок	35%	9%	2%	0%	53%

Додаток. Таблиця 228. Джерела небанківського фінансування, що використовують підприємства, за галузями, % опитаних (продовження)

Галузь	Державні установи	Власні кошти/заощадження	Кошти власника підприємства	Користувалися лише банківським фінансуванням	Фінансова допомога
Сільське господарство	1%	2%	3%	1%	1%
Промисловість	1%	1%	5%	0%	0%
Будівництво	0%	0%	3%	2%	0%
Торгівля та ремонт	0%	2%	3%	1%	0%
Сектор послуг	3%	1%	2%	1%	1%
ІТ сфера	0%	2%	1%	0%	0%
Транспорт і зв'язок	1%	1%	1%	0%	1%

Інновації на підприємстві

Додаток. Таблиця 229. Частка МСП, які впроваджували інновації – розподіл за формою підприємства

Підприємства	Інновації
ФОП	55%
Юридична особа	56%

Додаток. Таблиця 230. Частка МСП, які впроваджували інновації – розподіл за розміром підприємств

Підприємство за розміром	Інновації
Мікропідприємство	53%
Мале підприємство	67%
Середнє підприємство	58%

Додаток. Таблиця 231. Частка МСП, які впроваджували інновації – розподіл за регіонами

Регіон	Інновації	Регіон	Інновації
Вінницька	49%	Одеська	56%
Волинська	51%	Полтавська	55%
Дніпропетровська	63%	Рівненська	58%
Донецька	54%	Сумська	50%
Житомирська	62%	Тернопільська	59%
Закарпатська	62%	Харківська	57%
Запорізька	45%	Херсонська	53%
Івано-Франківська	67%	Хмельницька	69%
Київська	47%	Черкаська	50%
Кіровоградська	40%	Чернівецька	57%
Луганська	59%	Чернігівська	52%
Львівська	61%	м. Київ	60%
Миколаївська	52%		

Додаток. Таблиця 232. Частка МСП, які впроваджували інновації – розподіл за галузями

Галузь	Інновації
Сільське господарство	52%
Промисловість	71%
Будівництво	39%
Торгівля та ремонт	56%
Сектор послуг	53%
ІТ сфера	69%
Транспорт і зв'язок	40%

Додаток. Таблиця 233. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємствах, (в цілому по Україні), % опитаних

Інновації	В цілому по Україні
Виробництво нових продуктів/надання принципово нових послуг	32%
Впровадження нових процесів у виробництво/ доставку товарів/послуг	22%
Впровадження нових методів просування та збуту товарів (в тому числі зміни у дизайні, пакуванні)	18%
Впровадження нових методів управління підприємствами	15%

Додаток. Таблиця 234. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємствах, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Інновації	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Виробництво нових продуктів/надання принципово нових послуг	30%	43%	31%
Впровадження нових процесів у виробництво/ доставку товарів/послуг	19%	28%	30%
Впровадження нових методів просування та збуту товарів (в тому числі зміни у дизайні, пакуванні)	18%	20%	18%
Впровадження нових методів управління підприємствами	12%	23%	21%

Додаток. Таблиця 235. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємствах, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Інновація	ФОПи	Юридичні особи
Виробництво нових продуктів/надання принципово нових послуг	33%	32%
Впровадження нових процесів у виробництво/ доставку товарів/послуг	18%	24%
Впровадження нових методів просування та збуту товарів (в тому числі зміни у дизайні, пакуванні)	21%	17%
Впровадження нових методів управління підприємствами	12%	17%

Додаток. Таблиця 236. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємствах, за регіонами, % опитаних

Регіон	Виробництво нових продуктів/надання принципово нових послуг	Впровадження нових процесів у виробництво/ доставку товарів/послуг	Впровадження нових методів просування та збуту товарів (в тому числі зміни у дизайні, пакуванні)	Впровадження нових методів управління підприємствами
Вінницька	31%	22%	14%	9%
Волинська	23%	11%	20%	18%
Дніпропетровська	34%	28%	26%	25%
Донецька	36%	23%	24%	16%
Житомирська	31%	26%	26%	9%
Закарпатська	33%	26%	19%	24%

Регіон	Виробництво нових продуктів/надання принципово нових послуг	Впровадження нових процесів у виробництво/доставку товарів/послуг	Впровадження нових методів просування та збуту товарів (в тому числі зміни у дизайні, пакуванні)	Впровадження нових методів управління підприємствами
Запорізька	21%	23%	11%	10%
Івано-Франківська	32%	23%	30%	21%
Київська	28%	17%	13%	10%
Кіровоградська	17%	13%	9%	9%
Луганська	41%	33%	15%	18%
Львівська	36%	19%	20%	17%
Миколаївська	34%	19%	11%	13%
Одеська	36%	23%	15%	17%
Полтавська	28%	20%	22%	17%
Рівненська	38%	27%	16%	20%
Сумська	33%	17%	5%	10%
Тернопільська	37%	21%	18%	11%
Харківська	31%	23%	19%	12%
Херсонська	32%	25%	16%	15%
Хмельницька	36%	29%	19%	10%
Черкаська	24%	24%	11%	11%
Чернівецька	25%	18%	20%	23%
Чернігівська	37%	14%	14%	14%
м. Київ	38%	25%	24%	20%

Додаток. Таблиця 237. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємствах за галузями, % опитаних

Галузь	Виробництво нових продуктів/надання принципово нових послуг	Впровадження нових процесів у виробництво/доставку товарів/послуг	Впровадження нових методів просування та збуту товарів (в тому числі зміни у дизайні, пакуванні)	Впровадження нових методів управління підприємствами
Сільське господарство	22%	30%	11%	14%
Промисловість	45%	36%	29%	15%
Будівництво	24%	12%	6%	9%
Торгівля та ремонт	30%	23%	24%	16%
Сектор послуг	32%	17%	14%	17%
ІТ сфера	46%	16%	18%	13%
Транспорт і зв'язок	22%	11%	8%	16%

Зайнятість окремих категорій громадян

Додаток. Таблиця 238. Категорії осіб, які працюють на підприємствах, в цілому по Україні, % опитаних

Категорії осіб	В цілому по Україні
Студенти, що мають неповну зайнятість	6%
Вимушені переселенці	8%
Учасники АТО, які зараз проходять військову службу	5%
Ветерани АТО	8%
Особи з інвалідністю	31%

Додаток. Таблиця 239. Категорії осіб, які працюють на підприємствах, в залежності від форми підприємства, % опитаних

Категорії осіб	ФОПи	Юридичні особи
Студенти, що мають неповну зайнятість	5%	6%
Вимушені переселенці	4%	9%
Учасники АТО, які зараз проходять військову службу	1%	7%
Ветерани АТО	2%	11%
Особи з інвалідністю	5%	41%

Додаток. Таблиця 240. Категорії осіб, які працюють на підприємствах, в залежності від розміру підприємства, % опитаних

Категорії осіб	Мікропідприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Студенти, що мають неповну зайнятість	4%	10%	11%
Вимушені переселенці	4%	12%	18%
Учасники АТО, які зараз проходять військову службу	1%	6%	22%
Ветерани АТО	2%	10%	33%
Особи з інвалідністю	11%	66%	78%

Додаток. Таблиця 241. Категорії осіб, які працюють на підприємствах, за регіонами, % опитаних

Регіон	Студенти, що мають неповну зайнятість	Вимушені переселенці	Учасники АТО, які зараз проходять військову службу	Ветерани АТО	Особи з інвалідністю
Вінницька	8%	2%	5%	10%	25%
Волинська	5%	2%	7%	9%	27%
Дніпропетровська	7%	9%	7%	10%	33%
Донецька	7%	23%	2%	2%	28%
Житомирська	4%	2%	6%	11%	35%
Закарпатська	14%	5%	0%	5%	17%
Запорізька	3%	4%	1%	7%	33%

Регіон	Студенти, що мають неповну зайнятість	Вимушені переселенці	Учасники АТО, які зараз проходять військову службу	Ветерани АТО	Особи з інвалідністю
Івано-Франківська	9%	9%	9%	11%	39%
Київська	4%	10%	10%	14%	28%
Кіровоградська	4%	4%	9%	11%	19%
Луганська	8%	18%	5%	0%	28%
Львівська	8%	5%	0%	7%	33%
Миколаївська	0%	9%	6%	6%	25%
Одеська	7%	6%	2%	3%	33%
Полтавська	3%	5%	6%	2%	33%
Рівненська	7%	0%	4%	4%	33%
Сумська	0%	12%	7%	14%	31%
Тернопільська	12%	7%	7%	12%	32%
Харківська	5%	10%	4%	2%	28%
Херсонська	8%	9%	9%	9%	28%
Хмельницька	3%	3%	3%	17%	43%
Черкаська	2%	5%	7%	16%	27%
Чернівецька	5%	7%	7%	5%	30%
Чернігівська	5%	0%	5%	7%	40%
м. Київ	6%	11%	4%	8%	32%
Всього	6%	8%	5%	8%	31%

Додаток. Таблиця 242. Категорії осіб, які працюють на підприємствах, по галузям, % опитаних

Галузь	Студенти, що мають неповну зайнятість	Вимушені переселенці	Учасники АТО, які зараз проходять військову службу	Ветерани АТО	Особи з інвалідністю
Сільське господарство	5%	6%	9%	18%	44%
Промисловість	8%	10%	8%	13%	41%
Будівництво	9%	10%	12%	9%	34%
Торгівля та ремонт	6%	6%	2%	3%	19%
Сектор послуг	5%	9%	5%	7%	34%
ІТ сфера	6%	8%	0%	2%	15%
Транспорт і зв'язок	4%	6%	3%	10%	27%

Додаток 4. Ділове середовище та розвиток МСП в регіонах: результати опитування експертів

Вінницька область

Ділове середовище Вінницької області експерти оцінюють як сприятливе: вони дають позитивну оцінку державним заходам, але наголошують, що процес змін є довготривалим. З огляду на це більшість опитаних вважає, що діловий клімат не зміниться протягом наступних 6 місяців. Рівень ділової активності Вінницької області, згідно з експертною думкою, є середнім, передусім через фінансову нестабільність.

Завдяки розташуванню у центральній частині України Вінницька область має сприятливе місцезнаходження для ведення малого та середнього бізнесу. Однак експерти неоднозначно оцінюють природно-ресурсний потенціал регіону для підприємницької діяльності: наявність природних ресурсів, на їх думку, може нівелюватися відсутністю цивілізованих ринкових відносин при користуванні цими ресурсами.

Рівень розвитку інфраструктури Вінницької області експерти вважають середнім. Вони вказують на необхідність поліпшення якості інфраструктури, збільшення пасажиропотоку, а також збільшення енергетичних можливостей регіону. Рівень освіти у Вінницькій області експерти характеризують як високий: якість освіти та кількість випускників відповідає потребам регіону.

Розвиток МСП. На думку експертів, найбільш гострими проблемами для бізнесу регіону є відсутність кадрового, фінансово-кредитного забезпечення та стабільності правил введення бізнесу. Найбільш проблемною регуляторною процедурою експерти вважають підключення до електромереж, а найпростішими – валютне регулювання, реєстрацію та постановку на облік підприємств і цінове регулювання.

Експерти Вінницької області стверджують, що виконавча влада регіону здійснює конкретні кроки для підтримки МСП. Ними є зменшення ставок на нерухоме майно та відшкодування відсоткових ставок за кредитами.

Найбільш пріоритетними напрямками державної політики у 2017 році експерти вважають спрощення умов доступу підприємств до фінансових ресурсів та створення ринку землі. Найбільший потенціал розвитку МСП Вінницької області має в аграрному секторі, переробній промисловості, туристичній галузі, секторі послуг.

Волинська область

Ділове середовище Волинської області експерти оцінюють як задовільне, звертаючи увагу на проблеми із податковим законодавством та відсутністю програм розвитку для підприємств малого і середнього бізнесу. Через це частина експертів не очікують значних змін бізнес-середовища у наступні 6 місяців – цьому заважає передусім нестабільність курсу валют та відсутність додаткових фінансових ресурсів. Ділова активність у регіоні залишається на середньому рівні: експерти відзначають різкий спад купівельної спроможності населення порівняно з 2015 роком. Водночас вони повідомляють про спроби представників малого та середнього бізнесу знайти вихід з існуючої ситуації, переорієнтовуючи свою діяльність на країни Азії та Європи.

Респонденти характеризують географічне розташування регіону як сприятливе – прикордонне місцезнаходження області надає більші можливості для діяльності малого та середнього бізнесу. Розвиток

інфраструктури є задовільним, проте існують певні проблеми з якістю доріг та доступом до мережі Інтернет. Природно-ресурсний потенціал респондентами оцінюється як середній: при наявності корисних ресурсів у регіоні не вистачає необхідної робочої сили для їх видобування, обробки та транспортування.

Експерти вважають, що рівень освіти у Волинській області є невисоким: пояснюється це недостатнім рівнем забезпеченості професійно-технічним обладнанням, скороченням кількості закладів освіти та студентів, які в них навчаються. Особливої уваги потребують професійно-технічні училища через недостатність на ринку фахівців з робітничих спеціальностей. Таким чином, якість освіти та кількість випускників не відповідають наявним потребам регіону.

Розвиток МСП. Головними перешкодами для розвитку МСП Волинської області, згідно з експертною думкою, є економічна криза, інфляція, неможливість користування дешевою технікою, відсутність кредитування та неясність перспектив подальшого розвитку. Найбільш проблемним серед процедур регуляторного характеру експерти вважають митне оформлення. Натомість найпростішими регуляторними процедурами є реєстрація, постановка на облік та ліцензування підприємств.

Експерти зазначають, що виконавча влада Волинської області здійснює конкретні кроки для підтримки МСП в регіоні, проводячи різноманітні консультації, створюючи програми розвитку бізнесу, хоча й існує проблема у фінансуванні даних програм.

Найбільш пріоритетними напрямками державної політики у 2017 році експерти вважають контроль для запобігання зловживань, підтримку підприємницьких ініціатив та спрощення юридичних процедур. Найбільший потенціал розвитку МСП Волинської області має у сфері зеленого туризму, послуг та аграрному секторі.

Дніпропетровська область

Діловий клімат Дніпропетровської області оцінюється експертами як сприятливий й очікується, що через спрощення процедур для ведення бізнесу ділове середовище надалі покращуватиметься. Водночас експерти зазначають, що недосконалість регуляторної бази та наявність корупції, створюють проблеми для розвитку малого та середнього бізнесу у регіоні. Ділова активність Дніпропетровської області є високою у порівнянні з іншими регіонами України, проте складні макроекономічні умови зумовлюють зменшення кількості підприємств, що створює податковий тиск на підприємства, що продовжують працювати в правовому полі.

Розташування Дніпропетровської області загалом є сприятливим для розвитку малого та середнього бізнесу завдяки наявності та щільності інфраструктурних об'єктів, зокрема, великої кількості транспортних шляхів та сполучень. Експерти відзначають наявність земельних ділянок та корисних копалин, проте ставлять під сумнів доступ малого та середнього бізнесу до них.

Рівень вищої та післядипломної освіти у Дніпропетровській області, на думку експертів, загалом є високим – в регіоні наявна велика кількість вищих навчальних закладів різних напрямків. Однак експерти розходяться у думках щодо ефективності системи та методів навчання в університетах, а також вважають, що пропозиція кваліфікованих кадрів не повністю відповідає потребам регіону. Опитування свідчить, що, як і в інших регіонах України, професійно-технічна освіта у Дніпропетровській області розвинута дуже слабо.

Розвиток МСП. Найбільшими перешкодами для малого та середнього бізнесу Дніпропетровської області є податкове навантаження, регуляторна політика та загальнодержавна політика. Експерти вважають, що вирішенню зазначених проблем частково перешкоджає небажання підприємців ставати членами бізнес-асоціацій та захищати власні інтереси.

Серед регуляторних процедур найбільші проблеми, на думку експертів, пов'язані з регулюванням зовнішньої реклами, підключенням до електромереж та сертифікацією (технічним регулюванням). Водночас найменш проблемною для МСП Дніпропетровської області є процедура ліцензування.

За словами експертів, державні органи здійснюють активну підтримку МСП у регіоні, передусім у рамках виконання програм регіонального розвитку. Серед основних заходів – проведення семінарів та тренінгів для представників бізнесу, запровадження гарячої лінії для підприємців. Для покращення ділового клімату пріоритетними напрямками діяльності державної політики у 2017 році повинні стати вдосконалення системи кредитування малого та середнього бізнесу, а також зменшення регуляторного тиску на нього.

Пріоритетними для розвитку МСП галузями у Дніпропетровському регіоні експерти вважають переробну промисловість, агросектор, логістику та сектор інформаційних технологій.

Донецька область

Експерти вважають, що попри складні економічні та політичні обставини, ділове середовище Донецької області є задовільним. За період від початку військової агресії з боку РФ та окупації частини районів Донецької області, населення, що залишилось на контролюваних українським урядом територіях, змогло адаптуватися до нинішніх економічних умов. Водночас подальшому відновленню ділової активності на території області, на думку експертів, сприятиме надання грантів для підтримки і розвитку підприємництва. Впродовж найближчого часу експерти очікують поліпшення ділового середовища, проте відзначають інституційну неспроможність держави робити швидкі зміни в регіоні.

Географічне розташування та природно-ресурсні запаси регіону респонденти також вважають задовільними. Однак через воєнні дії потенціал розвинутої логістики та наявних земельних ресурсів втрачається. Також унаслідок воєнних дій у Донецькій області була частково зруйнована інфраструктура, вона зараз перебуває у процесі відновлення.

Експерти не дають однозначних оцінок рівню розвитку освіти у регіоні, проте зазначають, що якість освітніх послуг та кількість випускників донецьких навчальних закладів часто не відповідають потребам ринку. Водночас переміщення основних закладів освіти на територію інших регіонів зменшує доступ бізнесу до людських ресурсів.

Розвиток МСП. Експерти зазначають, що головним стримуючим фактором розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні, є відсутність достатнього обсягу фінансово-кредитних ресурсів, некомпетентність керівництва в економічних питаннях та нестабільність фінансової системи. Серед регуляторних процедур найбільшою проблемою для МСП експерти називають регулювання праці, підключення до електромереж, каналізації та водовідведення. Водночас найменш проблемними для розвитку бізнесу є процедури ліцензування, цінового регулювання та регулювання зовнішньої реклами.

Серед заходів підтримки малого та середнього бізнесу у Донецькій області експерти відзначають прийняття програми розвитку, виділення коштів на розвиток МСП, а також освітні заходи для стимулювання розвитку підприємництва.

Найважливішими завданнями державної політики на майбутнє має стати подальше спрощення умов ведення бізнесу на законодавчому рівні та зменшення адміністративного тиску, зокрема, введення мораторію на перевірки. Згідно з експертною думкою, найбільший потенціал малий та середній бізнес Донецької області має у сфері сільського господарства, будівництві та секторі послуг.

Житомирська область

Діловий клімат Житомирської області оцінюється на середньому рівні: з одного боку, експерти фіксують нестабільність у регіоні, з іншого – вказують на можливість знаходження роботи при наявності бажання. Ділове середовище, на думку респондентів, не зміниться протягом наступних 6 місяців. Рівень ділової активності знаходиться на невисокому рівні: на це вказує, зокрема, закриття малих підприємств. Водночас респонденти відзначають, що ділова активність більше залежить від сфери діяльності: у деяких сферах вона може підвищуватися, в той час як в інших – істотно знижуватиметься.

Географічне розташування Житомирської області, на думку експертів, є сприятливим. Передусім це пояснюється близькістю до столиці та наявністю зручної транспортної розв'язки. Природно-ресурсний потенціал є високим. Рівень розвитку інфраструктури експерти оцінюють загалом непогано, проте є певні проблеми із підтримкою якості дорожнього покриття.

Рівень вищої та післядипломної освіти в регіоні знаходиться, на думку експертів, на середньому рівні. Водночас вони вказують на проблему низького рівня професійно-технічної освіти через недовідання фінансування та відсутність належного інформаційного супроводу. Стосовно відповідності якості підготовки та кількості студентів експерти відзначають недостатню якість підготовки випускників ПТУ. Загалом рівень професійної підготовки випускників лише частково відповідає економічним потребам регіону.

Розвиток МСП. Серед найбільш гострих для МСП Житомирської області проблем експерти відзначають незрозумілість фінансово-кредитної політики влади, недостатній обсяг компетентних працівників, а також процедури, пов'язані з початком роботи підприємства.

Найбільшими проблемами регуляторного характеру експерти вважають митне оформлення, підключення до електромереж та регулювання землекористування. Найменш проблемними є реєстрація та постановка на облік підприємств, процедури пов'язані із санітарно-гігієнічним контролем та ціновим регулюванням.

Підтримка виконавчою владою малого та середнього бізнесу в регіоні здійснюється завдяки створенню програм розвитку бізнесу, проведення семінарів та консультацій.

Пріоритетами державної політики у 2017 році, за словами експертів, мають стати спрощення процедур, пов'язаних з початком роботи підприємства, створення податкових канікул та проведення консультацій з метою роз'яснення питань податкового характеру. Високий потенціал для МСП Житомирської області, на думку експертів, мають аграрний сектор, сфери обробної, легкової та харчової промисловості і туризм.

Закарпатська область

Ділове середовище Закарпатської області є сприятливим. Експерти пояснюють це відсутністю податкового тиску на бізнес, навчанням навичкам, які необхідні для відкриття власної справи, а також наявністю вигідних домовленостей із сусідніми країнами завдяки прикордонному розташуванню. Експерти позитивно оцінюють зміни у розвитку МСП впродовж наступних 6 місяців. Ділова активність у регіоні знаходить на середньому рівні через обмеженість купівельної спроможності населення.

Географічне розташування регіону є сприятливим, проте рівень розвитку інфраструктури оцінюється експертами як середній через транспортні проблеми, хоча зараз влада активно взялася за вирішення цього питання. Природно-ресурсний потенціал регіону є високим.

Рівень освіти у Закарпатській області, на думку експертів, є середнім. У регіоні існують домовленості з сусідніми країнами щодо обміну студентами для підвищення їх кваліфікації. Респонденти вказують на нестачу професіоналів в області інженерії: через це професійна підготовка випускників не повністю відповідає потребам регіону.

Розвиток МСП. Найбільш гострими проблемами для МСП експерти вважають несприятливу фінансово-кредитну політику, неврегульоване законодавство, а також недостатній рівень професійно-кадрового забезпечення

Найбільшими проблемами регуляторного характеру респонденти називають підключення до електромереж, митне оформлення, регулювання пожежної безпеки, а також реєстрацію та постановку на облік підприємств. Найменш проблемними є регулювання на початку користування приміщеннями, цінове регулювання та регулювання землекористування.

Експерти зазначають, що підтримка малого та середнього бізнесу у Закарпатській області здійснюється завдяки запровадженню програм підтримки та розвитку МСП, залучення інвесторів та приваблення туристів.

Пріоритетами державної політики у 2017 році, за словами експертів, мають стати зменшення податкового тиску на підприємців і створення та розвиток нових виробничих галузей. Високий потенціал для економічного розвитку регіону наявний в аграрному секторі, сфері торгівлі, туризму та легкій промисловості.

Запорізька область

Діловий клімат Запорізької області експертами оцінюється як задовільний через існування різних стартових можливостей у суб'єктів підприємництва та наявності податкового тиску на бізнес. Внаслідок введення нових законів, які тягарем лягають на плечі підприємців, та важкістю своєчасної адаптації до нових умов, експерти прогнозують погіршення ділового середовища в регіоні впродовж наступних 6 місяців і закриття багатьох підприємств малого та середнього бізнесу. Ділова активність залишається на середньому рівні через відсутність виробничого зростання.

Географічне розташування регіону оцінюється експертами як надзвичайно сприятливе: внаслідок відкритого доступу до Азовського моря та центрального розташування регіону, що створює вигідні умови

для розвитку малого та середнього бізнесу. Рівень розвитку інфраструктури також є сприятливим. Природно-ресурсний потенціал є високим, особливою розвиненою є галузь металургія та металообробки.

Рівень освіти в Запорізькій області, на думку експертів, є високим. Вони зазначають, що якість професійної підготовки загалом відповідає економічним потребам регіону, хоча й існує необхідність у розвитку ПТУ.

Розвиток МСП. Найгострішими проблемами малого та середнього бізнесу експерти вважають передусім нестабільність законодавства, відсутність програм розвитку підприємств та перерозподіл нерухомого майна.

До найпроблемніших регуляторних процедур респонденти відносять підключення до електромереж та регулювання землекористування. Найменш проблемними є реєстрація і постановка на облік підприємств та цінове регулювання.

Експерти зазначають, що виконавча влада проводить політику підтримки малого та середнього бізнесу: це відбувається шляхом інформаційної допомоги та розробки різних програм. Також експерти повідомили, що наразі проводяться обговорення стосовно зменшення податків на землю та оренду.

До пріоритетів державної політики в регіоні у 2017 році експерти відносять стабільність законодавчої бази, зменшення кредитних ставок та податків. Високий потенціал для МСП у Запорізькій області мають аграрний сектор, промислове дрібносерійне виробництво, туризм та харчова промисловість.

Івано-Франківська область

Діловий клімат івано-Франківської області експерти вважають задовільним, зазначаючи, що розвитком МСП тут займається ЦНАП (Центр надання адміністративних послуг). Впродовж наступних шести місяців, на думку респондентів, ситуація не зміниться. Ділову активність експерти оцінюють як невисоку через низький рівень купівельної спроможності населення, відтік трудових ресурсів за кордон та відсутність умов для налагодження виробництва.

Географічне розташування експерти вважають сприятливим. Рівень розвитку інфраструктури регіону є високим, водночас експерти вказують на певні проблеми із залізничним сполученням. Природно-ресурсний потенціал регіону є високим, що створює вигідні умови для подальшого розвитку туризму та рекреаційної сфери.

Рівень вищої та післядипломної освіти Івано-Франківської області, на думку експертів, є невисоким, а рівень професійно-технічної освіти взагалі отримав низькі оцінки. Недостатнє фінансування ПТУ зумовлює недосконалість їхньої матеріально-технічної бази та брак інженерних спеціалістів, а загальний рівень відповідності освіти економічним потребам регіону є низьким.

Розвиток МСП. Серед найгостріших проблем розвитку МСП у Івано-Франківській області експерти називають несприятливу монетарну політику, підвищення тарифів і податків одночасно із падінням купівельної спроможності населення.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемними для МСП є податкове адміністрування та митне оформлення, найменші проблеми викликає цінове регулювання.

На думку експертів, виконавча влада поводить політику підтримки малого та середнього бізнесу шляхом відкритого діалогу між представниками влади та МСП, проведенням круглих столів, створенням та фінансуванням бізнес-інкубаторів.

Пріоритетними напрямками державної політики у 2017 році експерти вважають зниження комунальних тарифів, перегляд законодавчої бази та забезпечення стабільності макропоказників. Найбільший потенціал у регіоні мають аграрний сектор, переробна промисловість та туризм.

Київська область

Діловий клімат Київської області, на думку опитаних експертів є кращим, ніж в інших регіонах, водночас значне податкове та адміністративне навантаження негативно впливають на бізнес-середовище регіону. Частина експертів очікує позитивних ефектів від змін у законодавстві. Водночас експерти побоюються можливого зростання безробіття в регіоні.

Сприятливе географічне розташування та розвиток інфраструктури Київської області зумовлені близькістю до столиці. Природно-ресурсний потенціал регіону для розвитку малого та середнього бізнесу експерти вважають високим.

Рівень вищої та післядипломної освіти у Київській області, за словами експертів, є високим, водночас на ринку праці недостатньо представлені випускники професійно-технічних закладів.

Розвиток МСП. Перешкодами розвитку МСП Київської області, на думку експертів, є нестабільність нормативно-правового поля, адміністративне навантаження та підвищення тарифів на ЖКП. Серед регуляторних процедур найбільш проблемними експерти вважають заходи, пов'язані з валютним регулюванням, а найменш проблемними – реєстрацію та постановку на облік підприємств.

Сприяння розвитку малого та середнього бізнесу у регіоні, за словами експертів, здійснюється через відшкодування відсотків за кредитами, а також завдяки функціонуванню координаційної ради з питань підтримки підприємств.

Найважливішими завданнями державної політики у 2017 році експерти називають спрощення регуляторних процедур та розвиток фінансово-кредитної підтримки малого і середнього бізнесу. Найбільший потенціал МСП регіону, на думку експертів, мають у промисловості, аграрному секторі та будівництві.

Кіровоградська область

Діловий клімат Кіровоградської області експерти оцінюють як задовільний, відзначаючи негативний вплив на бізнес-середовище регіону високого рівня еміграції населення. Окрім того, стримуючими факторами розвитку є податковий тиск та недосконалість регуляторної політики. Підприємства демонструють невисокий рівень ділової активності і така тенденція зберігатиметься надалі через відсутність істотних передумов для розвитку. Частина експертів покладає надію на державну підтримку малого та середнього бізнесу, основними заходами якої мають стати відкриття центру підтримки бізнесу, проведення семінарів та консультацій.

Розташування у центральній частині України, сприятливий клімат та наявність якісних земельних ресурсів є перевагою для МСП Кіровоградської області. Водночас рівень розвитку інфраструктури у регіоні оцінюється

експертами як вкрай низький. Чинниками, що негативно впливають на бізнес-клімат області, є неповне покриття мобільним зв'язком та низька якість транспортного сполучення.

Рівень розвитку освіти у Кіровоградській області експерти оцінюють як середній. Головна проблема – дисбаланс між освітою і ринком праці та відсутність матеріально-технічного забезпечення, зокрема, для професійно-технічних училищ.

Розвиток МСП. Найбільшими перешкодами для ділової активності малого та середнього бізнесу у регіоні експерти називають надмірне державне регулювання діяльності МСП, податкове навантаження та високі кредитні відсоткові ставки. На думку респондентів, значний позитивний ефект для поліпшення ділового середовища у регіоні матиме налагодження діалогу між державою і бізнесом.

Найбільш проблемними для МСП регуляторними процедурами експерти вважають ті, що пов'язані з підключенням до електромереж та регулюванням землекористування. Водночас найпростішою регуляторною процедурою є реєстрація та постановка на облік підприємств.

Експерти зазначають, що підтримка МСП Кіровоградської області здійснюється за допомогою регіональних програм розвитку, які включають низку інструментів сприяння розвитку малого та середнього бізнесу (у тому числі відшкодування відсотків по кредитах). Проте частина респондентів повідомляє, що у поточному році не всі із зазначених у програмах заходи фінансуються.

У 2017 році найбільш пріоритетними заходами державної політики мають стати спрощення системи оподаткування та оптимізація податкового навантаження, а також покращення системи кредитування бізнесу. Експерти вважають, що на заваді прийняття необхідних для розвитку МСП політичних рішень може стати лобювання інтересів окремих бізнес-груп. Респонденти також відзначили, що роль МСП Кіровоградської області є недооціненою державними органами.

Ключовими галузями для розвитку малого та середнього бізнесу у Кіровоградській області експерти назвали сільське господарство, зокрема, тваринництво, овочівництво, садівництво, також потенціал розвитку мають сфера послуг та зелений туризм.

Луганська область

Діловий клімат Луганської області, на думку експертів, є несприятливим для ведення малого та середнього бізнесу. З одного боку, це спричинено окупацією окремих районів області, з іншого – економічною політикою держави, зокрема, підвищенням мінімальних заробітних плат. Експерти зазначають, що рівень ділової активності у різних галузях відрізняється: дещо нижчим він є у виробників промислової продукції через проблеми з її транспортуванням та реалізацією, натомість високим у сфері торгівлі. Упродовж найближчого часу експерти очікують позитивну динаміку змін ділового середовища, завдяки адаптації МСП до нових умов, а також результативністю впровадження заходів державної політики.

Експерти оцінюють природно-ресурсний потенціал регіону як високий, водночас відзначаючи, що географічне розташування Луганської області є менш сприятливим порівняно з іншими областями України. Інфраструктура області є частково зруйнованою внаслідок воєнних дій, проте опитані зазначають, що ведуться роботи по її відновленню.

Рівень розвитку освіти у регіоні, на думку експертів, є середнім, а кількість випускників та якість професійної підготовки не відповідає попиту на регіональному ринку праці. До того ж у регіоні не вистачає випускників професійно-технічних училищ. Серед позитивних сторін освіти експерти називають створення у регіоні опорних шкіл та допомогу зарубіжних партнерів місцевим закладам освіти.

Розвиток МСП. Найгострішими проблемами малого та середнього бізнесу Луганської області експерти вважають непередбачуваність законодавства, зокрема, нестабільність податкового кодексу, а також корупцію. На думку експертів, найбільш проблемними заходами регуляторного характеру для регіональних МСП є процедури митного оформлення та підключення до електромереж. Найменш проблемними регуляторними процедурами експерти вважають реєстрацію та постановку на облік підприємств, а також санітарно-гігієнічний контроль.

Сприяння розвитку МСП на державному рівні відбувається шляхом прийняття програми розвитку бізнесу, проведення великої кількості виставкових заходів та форумів, надання пільгових кредитів, а також невисокими ставками податку на нерухомість для малого та середнього бізнесу.

Серед пріоритетних напрямків державної політики у 2017 році експерти Луганської області називають стабілізацію податкової системи, вдосконалення системи кредитування суб'єктів підприємницької діяльності та спрощення процедур перевірок. Найбільші перспективи розвитку, на думку експертів, МСП Луганської області мають у сфері сільського господарства та легкої промисловості.

Львівська область

Експерти Львівської області вважають, що підняття єдиного соціального внеску та мінімальної заробітної плати загалом погіршує діловий клімат у регіоні. Водночас відповідно до різних оцінок результативності державної політики різняться очікування експертів щодо ділового середовища у найближчі 6 місяців. Ділова активність дещо покращилася за рахунок переселенців, однак оцінюється експертами як недостатньо висока.

Географічне розташування та інфраструктура Львівської області є сприятливими для розвитку малого та середнього бізнесу, водночас експерти наголошують на ризиках міграції робочої сили через близькість до кордону. Природо-ресурсний потенціал регіону є високим.

Експерти оцінюють рівень освіти в регіоні як високий, відзначаючи, що кількість випускників та якість наданої освіти лише частково відповідають економічним потребам області.

Розвиток МСП. Для підприємств Львівської області гостро стоїть проблема доступу до місцевих ресурсів. Перешкодами розвитку бізнесу в регіоні експерти також називають складність податкового адміністрування та низьку купівельну спроможність населення. Серед регуляторних процедур найбільш проблемними для МСП Львівської області є сертифікація (технічне регулювання) та ліцензування. Натомість найменш проблемними для бізнесу експерти вважають заходи, пов'язані з реєстрацією та постановкою на облік підприємств, і ціновим регулюванням.

Державне сприяння розвитку МСП у Львівській області, на думку експертів, здійснюється шляхом спрощення регуляторних процедур та надання фінансової та інформаційної підтримки.

Експерти вважають, що у 2017 році найбільш пріоритетними напрямками державної політики мають стати фінансова підтримка підприємств або окремих економічних кластерів, а також подальше спрощення регуляторних процедур. Найперспективнішими галузями для розвитку МСП у Львівській області є сектор послуг (в т. ч. інформаційних технологій), туризм та агропромисловий комплекс.

Миколаївська область

Діловий клімат Миколаївської області експерти оцінюють як невизначений: причинами цього є пануюча нестабільність у країні та застій у підприємництві через відсутність ефективного працюючого законодавства. Експерти не очікують змін у діловому середовищі впродовж найближчого періоду. Рівень ділової активності в регіоні залишається на низькому рівні. На думку опитаних експертів, звільнення працівників та низька купівельна спроможність населення не сприяють підвищенню ділової активності у регіоні.

Географічне розташування є дуже вигідним – наявність морських портів та місцезнаходження серед більших регіонів створює можливості використання території області як транзитної зони, однак невисокий рівень розвитку інфраструктури, зокрема, погані дороги не дають можливості її реалізації у повному обсязі. Природно-ресурсний потенціал регіону, на думку опитаних, є високим.

Рівень освіти у Миколаївській області, на думку експертів, є невисоким, вони вказують на відсутність балансу між попитом та пропозицією необхідних спеціальностей. Окрім цього респондентами відзначається недостатній рівень відповідності якості підготовки фахівців економічним потребам регіону, зокрема, нестача спеціалістів технічного профілю, а також відтік робочої сили внаслідок трудової імміграції та відсутність ефективного планування розподілу держзамовлень.

Розвиток МСП. Експерти вказують на низьку купівельну спроможність населення, відсутність кредитування та несприятливу податкову політику як проблеми, що негативно впливають на діяльність МСП в регіоні.

До найбільш проблемних регуляторних процедур експерти відносять регулювання землекористування, підключення до каналізації, водовідведення та електромереж. Найменш проблемними є реєстрація та постановка на облік підприємств, санітарно-гігієнічний контроль і цінове регулювання.

Респонденти вказують на певні дії влади, які здійснюються для підтримки малого та середнього бізнесу. Ними є сприяння створенню нових робочих місць та розробка програм для розвитку підприємств.

Пріоритетами державної політики у 2017 році, за словами експертів, мають стати прийняття рішення про Єдиний соціальний внесок, підтримка різних галузей, зокрема аграрної, будівельної, транспортної та інших. Високий потенціал для МСП мають аграрний сектор, переробна промисловість, туризм та транспортна галузь.

Одеська область

Бізнес-клімат Одеської області, за словами експертів, є достатньо сприятливим для розвитку малого та середнього бізнесу, однак має низку стримуючих факторів, серед яких складність доступу до фінансових ресурсів, недостатній попит населення та високий рівень корупції на місцевому рівні. Підприємці втрачають мотивацію, внаслідок чого зменшується ділова активність, а кількість малих та середніх підприємств скорочується. Водночас експерти прогнозують поліпшення ділового клімату, однак не обмежують очікувані зміни найближчим півріччям.

Географічне розташування та природно-ресурсний потенціал Одеської області є сприятливими для розвитку бізнесу. Чинниками цього є спільний кордон з Європейським Союзом, наявні річкові та морські водні ресурси, транспортні шляхи, родовища осадових корисних копалин (глини, вапняку тощо), а також можливість використання альтернативних джерел енергії. Інфраструктура регіону загалом є розвинутою, проте капітального ремонту потребують автотранспортні шляхи. Також експерти наголошують на необхідності розвитку об'єктів авіа та водної інфраструктури.

Рівень освіти у регіоні визначається експертами як низький. Серед основних проблем – недостатня кількість кваліфікованих викладачів, відсутність матеріально-технічної бази та дисбаланс між теоретичною та практичною частинами навчальної програми.

Розвиток МСП. Найгострішими проблемами для МСП Одещини експерти вважають складність доступу до ресурсів (зокрема, кредитних), відсутність діалогу з владою та корупцію. До найбільш проблемних процедур регуляторного характеру експерти відносять регулювання землекористування та зовнішньою рекламою і підключення до електромереж. Натомість найпростішими процедурами є реєстрація та постановка на облік підприємств, ліцензування, санітарно-гігієнічний контроль та цінове регулювання.

Експерти вважають, що окрім прийняття організаційно-розпорядчих документів, держава не здійснює заходів зі сприяння розвитку малого та середнього бізнесу в Одеській області. Крім того, за словами експертів, існує розбіжність між інтересами влади та бізнесу, яка виступає додатковою перешкодою активізації бізнес-процесів у регіоні. З огляду на це експерти дають різні рекомендації щодо пріоритетних напрямків державної політики. Одні вважають, що поживавленню ділової активності сприятиме мінімізація втручання і зменшення тиску на малий та середній бізнес. Інші переконані, що держава має стимулювати інноваційний розвиток малого та середнього бізнесу за допомогою відповідних організаційних структур та ефективних економічних інструментів.

До найбільш перспективних галузей для МСП Одеської області експерти відносять сектор послуг, розвиток якого сприятиме кращій реалізації туристичного потенціалу регіону та дозволить збільшити зайнятість. Також широкі можливості для МСП існують у агросекторі та альтернативній енергетиці.

Полтавська область

Ділове середовище Полтавської області експерти оцінюють як суперечливе: у регіоні наявна тенденція до закриття приватних підприємств, водночас існують усі передумови для успішного реформування бізнес-середовища. Експерти вважають, що впродовж наступних 6 місяців – завдяки проведенню реформ – наявна тенденція на покращення існуючого ділового клімату. Рівень ділової активності респонденти визначають як невисокий – передусім через закриття ринків збуту.

Географічне розташування є сприятливим – знаходження у центрі країни дозволяє використовувати транзитну можливість регіону. Рівень розвитку інфраструктури є невисоким, експерти зазначають, що існує необхідність у подальшому її вдосконаленні. Природно-ресурсний потенціал Полтавської області експерти вважають високим: родовища газу та нафти разом із наявністю земельних ресурсів є вкрай сприятливим для розвитку малих та середніх підприємств.

Експертні оцінки засвідчують високий рівень освіти у регіоні. Проте недостатня кількість випускників робітничих спеціальностей разом із відсутністю нових технологій є причинами лише часткової відповідності фахівців економічним потребам регіону.

Розвиток МСП. Найгострішими проблемами Полтавської області експерти вважають нестабільність законодавства, слабку привабливість регіону для інвесторів, некомпетентність керівників малого та середнього бізнесу, збільшення мінімальної заробітної платні та проведення антитерористичної операції.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемними, за словами експертів, є регулювання землекористування та адміністрування податків. Найменш проблемними – реєстрація та постановка на облік підприємств і санітарно-гігієнічний контроль.

Експерти відзначають, що для підтримки малого та середнього бізнесу виконавча влада здійснює наступні кроки: на рівні обласної ради реалізуються програми фінансової підтримки МСП, проводяться конференції, засідання ради підприємців.

Пріоритетними завданнями державної політики у 2017 році експерти вважають запровадження механізму державного відшкодування збитків, активізацію кредитування та надання фінансової допомоги при відкритті власної справи. Найбільш високий потенціал для МСП мають аграрний сектор та харчова промисловість.

Рівненська область

Діловий клімат Рівненської області експерти визначають як задовільний: тут зберігається стабільне надходження інвестицій, органи державної влади не втручаються у внутрішні справи малого та середнього бізнесу. Респонденти вказують на можливе покращення ситуації у наступні 6 місяців через підвищення купівельної спроможності населення, стимулювання роботи підприємств та відкриття нових ринків збуту внаслідок зростання внутрішнього ринку. Ділову активність в регіоні експерти визначають як невисоку, передусім через низьку купівельну спроможність населення. Відзначається також спрямування значних зусиль на розвиток аграрного бізнесу.

Географічне розташування регіону є надзвичайно сприятливим: близькість до кордону дозволяє використовувати існуючі транспортні потоки для ведення торгівлі із країнами ЄС. Рівень розвитку інфраструктури, за оцінками експертів, є високим: тут наявні дві швидкісні магістралі, а знаходження на території області двох АЕС дозволяє отримувати необхідний об'єм електроенергії. Природно-ресурсний потенціал регіону є середнім через нестачу корисних енергетичних копалин.

Рівень освіти регіону експерти визначають як високий для вищої і післядипломної світи та середній для професійно-технічної освіти. Наявний рівень підготовки та кількість випускників, за словами опитаних, лише частково покриває економічні потреби регіону, адже тут існує значна нестача спеціалістів робітничих професій.

Розвиток МСП. Найбільш гострими проблемами МСП експерти називають незрозумілість податкового законодавства, неможливість отримати кредити у вітчизняних банках, велику ставку Єдиного соціального внеску, що спричинює закриття багатьох сезонних підприємств та зростання безробіття серед працюючого населення.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемною респонденти вважають процедуру регулювання праці. Найменш проблемними є процедури регулювання пожежної безпеки та цінове регулювання.

Експерти зазначають, що виконавча влада проводить цілу низку заходів, спрямованих на підтримку малого та середнього бізнесу. Ними є створення системи відшкодування кредитів та позик, проведення різноманітних дорадчих нарад та семінарів з зовнішньоекономічної діяльності, створення програм заохочення для малого та середнього бізнесу.

Серед пріоритетів державної політики у 2017 році респонденти вказали на фінансове сприяння малому та середньому бізнесу, дерегуляцію та відродження комітету з питань промисловості задля допомоги МСП. За оцінками експертів, найбільш високий потенціал для МСП мають аграрна, переробна, туристична, торгівельна та харчова сфери.

Сумська область

Діловий клімат Сумської області експерти визначають як несприятливий – такі оцінки обумовлені нестабільністю економічної ситуації внаслідок АТО та відсутністю сприятливих умов для розвитку бізнесу. В наступні 6 місяців респонденти прогнозують незмінність ситуації. Вони відзначають невисокий рівень ділової активності в регіоні через зростання безробіття, відсутність зовнішнього та нерозвиненість внутрішнього ринку, а також падіння загального рівня виробництва.

Географічне розташування оцінюється експертами як несприятливе через близькість кордону з Росією, відсутністю транзитних доріг та несприятливий клімат. Рівень розвитку інфраструктури регіону є досить низьким: тут наявні значні проблеми, пов'язані з поганою якістю доріг та залізничним сполученням. Природно-ресурсний потенціал визначається експертами як високий, водночас вони вважають, що більшість ресурсів у регіоні не використовується.

Рівень освіти у Сумській області, на думку експертів, є високим, проте вони відзначають гостру нестачу спеціалістів робітничих професій. Крім цього респонденти вказують на лише часткову відповідність рівня підготовки випускників економічним потребам регіону: заклади освіти не дають достатніх практичних знань та навичок.

Розвиток МСП. Найбільш гострими проблемами для МСП Сумської області експерти вважають відсутність кредитування, нестабільність валюти, податковий тягар, ускладненість процедури відкриття бізнесу та низьку купівельну спроможність населення.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемними, на думку експертів, є підключення до електромереж та валютне регулювання. Серед найменш проблемних вказуються процедури, пов'язані з реєстрацією та постановкою на облік підприємств, регулювання праці та цінове регулювання.

Експерти вказують на певну декларативність підтримки малого та середнього бізнесу в регіоні, проте відзначають й наявність деяких позитивних результатів роботи Центру надання адміністративних послуг та проведення засідань щодо створення програм розвитку МСП. Однак відсутність достатньої кількості коштів заважає реалізації програм підтримки бізнесу.

Найбільш пріоритетними напрямками державної політики регіону у 2017 році, на думку опитаних, є зменшення кількості необхідних документів для відкриття бізнесу та попереднє обговорення нових

законопроектів із представниками малого та середнього бізнесу. Найбільш високий потенціал для МСП, за оцінками експертів, мають аграрний сектор, переробна промисловість, виробництво продовольчих та непродовольчих товарів, торгівля і сфера послуг.

Тернопільська область

Діловий клімат у Тернопільській області, на думку експертів, є сприятливим, незважаючи на існуючі перешкоди. Загалом очікування щодо змін бізнес-середовища у найближчі 6 місяців є оптимістичними: експерти розраховують на покращення загального макроекономічного клімату та співпрацю бізнесу з державними органами. Ділова активність в регіоні оцінюється респондентами як середня.

Географічне розташування є сприятливим для ведення підприємницької діяльності – експерти вважають, що в регіоні наявний значний аграрний та туристичний потенціал. Рівень розвитку інфраструктури оцінюється як середній: респонденти наголошуючи на необхідності покращення якості транспортних шляхів.

Визначаючи рівень освіти у регіоні як високий, експерти вказують на меншу конкурентоспроможність Тернопільської області порівняно з сусідніми областями (наприклад, Львівською). Кількість фахівців лише частково задовольняє потреби економіки регіону – основною причиною цього, на думку експертів, є недостатня кількість випускників професійно-технічних закладів освіти.

Розвиток МСП. Експерти вважають, що найбільшими проблемами для керівництва МСП регіону є недостатньо розвинені лідерські якості та менеджерські здібності, а також недостатність фінансових ресурсів та непередбачуваність економічних умов.

Найбільш проблемними заходами регуляторного характеру для малого та середнього бізнесу є процедури, пов'язані з валютним регулюванням та підключенням до електромереж. Водночас найменш проблемними для МСП експерти вважають регуляторні процедури, пов'язані з адмініструванням податків, ліцензуванням, митним оформленням, регулюванням пожежної безпеки, реєстрацією та постановкою на облік підприємств і цінове регулювання.

Підтримка малого та середнього бізнесу у Тернопільській області здійснюється завдяки інтенсифікації діалогу між владою та бізнесом: експерти вказують на збільшенні кількості консультацій та семінарів. Окрім цього, респонденти відзначають фінансову підтримку МСП в регіоні.

Пріоритетами державної політики у 2017 році, за словами експертів, мають стати створення та розвиток бізнес-інкубаторів, залучення іноземних інвестицій, фінансова підтримка підприємств, зменшення регуляторного і податкового навантаження. За оцінками експертів, високий потенціал для МСП мають сектори інформаційних технологій, видобувна і переробна промисловості та аграрна галузь.

Харківська область

Діловий клімат Харківської області експерти визначають як несприятливий: на це впливає державна політика, спрямована на знищення малого та середнього бізнесу, високий податковий тиск та збільшення мінімальної заробітної плати. На думку експертів, впродовж найближчого часу, зміни матимуть негативний відтінок через скорочення робочих місць та подорожання енергоносіїв. Ділова активність в регіоні є

невисокою – такі оцінки експертів пов'язані з підвищенням орендної плати, відсутністю чистого прибутку та закриттям багатьох підприємств.

Географічне розташування регіону визначається експертами як несприятливе передусім через близькість тимчасово окупованих районів Донецької та Луганської областей. Водночас респонденти вказують на можливості для розвитку торгівельних відносин з країнами ЄС. Рівень розвитку інфраструктури регіону є високим. Природно-ресурсний потенціал регіону є високим, однак малий та середній бізнес не мають до нього доступу.

Рівень освіти у Харківській області, за словами експертів, є невисоким. Існує значна невідповідність якості підготовки та кількості випускників економічним потребам регіону: це відбувається внаслідок неможливості працевлаштування випускників та диспропорцій у підготовці фахівців різних спеціальностей.

Розвиток МСП. Найбільш гострими проблемами, які перешкоджають успішному функціонуванню малого та середнього бізнесу в регіоні, на думку експертів, є несприятливе законодавство, мораторії на перевірки, надмірний податковий тиск та вкрай низька купівельна спроможність населення.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемними експерти вважають регулювання землекористування та регулювання праці. Найменш проблемною регуляторною процедурою є сертифікація (технічне регулювання).

Експерти зазначають, що виконавча влада здійснює ряд заходів для підтримки малого та середнього бізнесу в регіоні: ініціює зменшення податкового тягара, виділяє кошти. Однак розроблені програми підтримки МСП, на думку експертів, мають здебільшого декларативний характер.

Пріоритетними завданнями державної політики на 2017 рік експерти вважають зменшення податкового тягара, встановлення контролю в регуляторній політиці та введення пільгового кредитування. Найбільший потенціал для розвитку МСП мають текстильна промисловість, сфера послуг, харчова промисловість та сфера високих технологій.

Херсонська область

Ділове середовище Херсонської області, на думку експертів, є не дуже сприятливим для ведення малого та середнього бізнесу. Загалом оцінки ділового клімату погіршилися порівняно з 2015 роком і основною причиною цього експерти називають збільшення навантаження на підприємців.

Очікування щодо змін ділового середовища впродовж 2017 року також погіршилися: якщо у 2015 році експерти сподівалися на стабільність або ж навіть покращення ситуації в 2016 році, то у 2016 році вони є однотайними в очікуваннях погіршення ділового клімату в 2017 році через неефективну державну політику.

Географічне розташування регіону експерти оцінюють як сприятливе завдяки наявному туристичному та аграрному потенціалу регіону. Водночас рівень розвитку інфраструктури характеризується як низький: експерти пояснюють це нестабільністю подачі енергії та незадовільною якістю автошляхів.

Рівень освіти, за словами респондентів, є нижчим порівняно з іншими областями України і лише частково відповідає економічним потребам регіону. Згідно з експертною думкою, проблемами є відсталість

програм, недостатня представленість професійно-технічних закладів освіти та застаріла матеріально-технічна база.

Розвиток МСП. Відповідно до результатів експертного опитування основними перешкодами для поживлення бізнес-діяльності є фінансово-кредитна політика держави, надмірний податковий тиск та нестабільність у країні. Найбільшими проблемами регуляторного характеру для бізнесу є процедури, пов'язані з регулюванням зовнішньої реклами та підключенням до електромереж. Водночас у МСП не виникають проблеми при реєстрації та постановці на облік підприємств.

Опитані експерти акцентують увагу на декларативному характері заходів з підтримки МСП і ставлять під сумнів їх ефективність.

Головними завданнями державної політики у 2017 році мають стати грошово-кредитні та фіскальні заходи з метою підтримки МСП. Найперспективнішими сферами для малого та середнього бізнесу Херсонської області, на думку експертів, є альтернативна енергетика, машинобудування, агросектор та туризм.

Хмельницька область

Ділове середовище Хмельницької області експерти визначають як задовільне. Тут активно працюють Центри надання адміністративних послуг, реєстраційні служби, однак держава загалом не займається створенням сприятливих умов для роботи малого та середнього бізнесу. В наступні 6 місяців експерти не прогнозують змін у діловому середовищі регіону. Рівень ділової активності визначається експертами як є невисокий. Це обумовлене тим, що Хмельницька область більшою мірою є сільськогосподарським регіоном відтак бізнес-активність має сезонний характер; також невисокому рівню ділової активності сприяють проблеми з експортерами.

Географічне розташування оцінюється експертами як надзвичайно сприятливе: місцезнаходження регіону на перехресті торгових напрямків позитивно впливає на розвиток малого та середнього бізнесу. Рівень розвитку інфраструктури є невисоким, якість доріг – вкрай низькою, відсутність аеропорту також не сприяє підвищенню оцінки. Природно-ресурсний потенціал регіону, на думку експертів, є високим, наявність унікальних корисних копалин створює гарні можливості для розвитку МСП.

Рівень освіти у Хмельницькій області, за оцінками експертів, є невисоким: наявні спеціалісти лише частково відповідають економічним потребам регіону, оскільки існує значна нестача спеціалістів робітничих професій.

Розвиток МСП. Найбільш вагомими проблемами розвитку малого та середнього бізнесу у регіоні складність процедур, зокрема мова йде про податкове навантаження та процедури, пов'язані із проходженням митниці, що сприяє тонізації економіки.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемними, на думку експертів, є підключення до електромереж та регулювання землекористування. До найменш проблемних регуляторних процедур відносяться цінове регулювання, реєстрація та постановка на облік підприємств, а також регулювання зовнішньої реклами.

Експерти відзначають, що з метою підтримки малого та середнього бізнесу, виконавча влада створює програми розвитку підприємств, спрощує адміністративні процедури, скорочує податки.

Пріоритетами державної влади у 2017 році експерти вважають залучення інвестицій, спрощення реєстраційних процедур, збільшення доступу до кредитів та зменшення проблем з адмініструванням податків. Найбільший потенціал для МСП регіону мають аграрний сектор, легка та переробна промисловість, сфера торгівлі і туризму.

Черкаська область

Згідно з результатами опитування, ділове середовище Черкаської області є задовільним. Хоча експерти відзначають відкритість держави до співпраці, вони ставлять під сумнів ефективність державних заходів для розвитку підприємництва. За їх словами, зміни ділового клімату впродовж найближчих 6 місяців будуть нерівномірними – середовище стане більш сприятливим для середнього бізнесу та менш сприятливим для малого.

За оцінками експертів, рівень бізнес-активності регіону є середнім. Причинами цього є відсутність ринків збуту та низька купівельна спроможність населення.

Розташування у центральній частині України, наявність розгалужених транспортних шляхів, водних артерій та природних ресурсів, згідно з експертною думкою, є сприятливими факторами для ведення підприємницької діяльності. Проблеми інфраструктури Черкаської області, як і в інших регіонах, пов'язані з низькою якістю транспортних шляхів.

Рівень вищої освіти у регіоні експерти вважають високим, рівень професійно-технічної та післядипломної освіти – середнім. Респонденти вказують на недостатність практичної складової освіти, а також невідповідність навчальних програм вимогам ринку праці. Окрім того, існує якісний дисбаланс між попитом та пропозицією на ринку праці: в регіоні не вистачає технічних спеціальностей.

Розвиток МСП. Серед перешкод для розвитку МСП у Черкаській області експерти називають адміністративне та податкове навантаження, важкий доступ до кредитних ресурсів, складність оформлення землекористування та недостатню обізнаність керівників МСП. Найбільш проблемними регуляторними процедурами для МСП регіону експерти вважають заходи, пов'язані з регулюванням землекористування та валютним регулюванням, найменш проблемними – реєстрацію та постановку на облік підприємств.

Загалом експерти погоджуються, що виконавча влада робить конкретні кроки з метою підтримки малого та середнього бізнесу. До них відносяться створення регіональної ради підприємців, розробка обласної програми підтримки підприємництва, виділення коштів на навчання тих, хто хоче відкрити власну справу і для центру розвитку підприємництва.

Найбільш пріоритетними завданнями державної політики на 2017 рік експерти вважають зниження податкового навантаження та врегулювання митних питань. Перспективними галузями для малого та середнього бізнесу є сектор послуг (IT) та агросектор.

Чернівецька область

Діловий клімат Чернівецької області, на думку експертів, є задовільним: існують певні перепони для розвитку МСП на місцевому рівні, а підняття мінімальної заробітної плати створює проблеми зі сплатою податків. За прогнозами респондентів, впродовж наступних 6 місяців ситуація не зміниться. Рівень ділової

активності в регіоні є вкрай низьким через низьку купівельну спроможність населення, обмежувальні заходи НБУ та загальнодержавну економічну нестабільність.

Географічне розташування регіону, за оцінками експертів, є сприятливим, зокрема на розвиток малого та середнього бізнесу позитивно впливає близькість до кордону. Рівень розвитку інфраструктури є низьким через погане транспортне сполучення. Природно-ресурсний потенціал визначається експертами як високий.

Рівень освіти у Чернівецькій області, на думку експертів, є невисоким, структура освіти не відповідає економічним потребам регіону: існують проблеми з підготовкою студентів та інформаційним забезпеченням абітурієнтів.

Розвиток МСП. Найбільш гострими проблемами для розвитку малого та середнього бізнесу у регіоні експерти вважають несприятливу законодавчу базу, нестабільність кредитної системи та зарегульованість.

Серед регуляторних процедур найбільш проблемними, за оцінками експертів, є регулювання землекористування, митне оформлення та сертифікація (технічне регулювання) (рис.23). Найменш проблемною регуляторною процедурою є регулювання пожежної безпеки.

Виконавча влада, за словами експертів, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу шляхом створення програм підтримки та розвитку, відкриття центрів надання адміністративних послуг та проведення показових навчань у галузях, що найкраще розвиваються в області.

Найбільш пріоритетними напрямками держаної політики у 2017 році експерти назвали досягнення стабільності законодавчої бази та національної валюти, визначення позицій держави щодо пенсійної та податкової реформ. Найбільший потенціал для МСП регіону мають туризм, аграрний сектор, лісопереробна галузь, рекреаційна сфера та легка промисловість.

Чернігівська область

Діловий клімат Чернігівської області, на думку експертів, є задовільним, попри здійснення постійних заходів для створення сприятливих умов для розвитку малого та середнього бізнесу. Впродовж наступних 6 місяців респонденти очікують покращення ситуації внаслідок реалізації реформи децентралізації й отримання місцевими органами влади повноважень, які сприятимуть розвитку малих та середніх підприємств. Експерти вважають, що розвиток великих підприємств разом із низькою купівельною спроможністю населення визначає невисокий рівень ділової активності в регіоні.

Географічне розташування Чернігівської області, за оцінками експертів, є задовільним. Хоча сусідство зі столичним регіоном та близькість до кордону дозволяє використовувати значний транзитний потенціал для розвитку малого та середнього бізнесу. Рівень розвитку інфраструктури є невисоким через необхідність проведення ремонту доріг, а також проблемами з енергопостачанням. Природно-ресурсний потенціал регіону експерти оцінюють як середній.

Рівень розвитку освіти у Чернігівській області, на думку респондентів, є невисоким: через недостатність працівників робітничих спеціальностей та низькі стандарти навчання економічні потреби регіону задовольняються лише частково.

Розвиток МСП. Найбільш гострими проблемами малого та середнього бізнесу експерти називають складну суспільно-політичну ситуацію в країні, недосконалість нормативно-правового регулювання, слабкість матеріально-технічної та фінансової складових підприємницької діяльності, а також нестачу фінансів.

Найбільш проблемними регуляторними процедурами експерти вважають підключення до електромереж та регулювання землекористування (рис.24). Найменш проблемними – реєстрацію та постановку на облік підприємств, регулювання пожежної безпеки, ліцензування та цінове регулювання.

Експерти відзначають, що для підтримки МСП виконавча влада реалізує обласну програму розвитку малого та середнього бізнесу, в рамках якої здійснюється комплекс заходів щодо підтримки підприємництва, створено фонд пільгових кредитів та відбувається відшкодування відсотків за кредитами.

Найбільш пріоритетними завданнями державної політики у 2017 році, на думку експертів, є спрощення реєстраційних процедур, проведення діалогу з представниками малого та середнього бізнесу, дерегуляція, децентралізація та вдосконалення нормативно-правової бази. Найбільший потенціал для розвитку МСП регіону мають сфера торгівлі, аграрний сектор та деревообробна промисловість.

М. Київ

Ділове середовище столиці, за словами експертів, є незадовільним через відсутність фінансових ресурсів, перевантаження ринку, зарегульованість та податковий тягар. У 2017 році експерти не очікують кардинальних змін у діловій активності в столиці, однак очікують про зростання ВВП в країні в цілому. Ділова активність у столиці знаходиться на середньому рівні через зниження обсягів промислового виробництва.

Географічне розташування оцінюється експертами як надзвичайно сприятливе через розташування в столиці усіх центрів економічного та політичного життя країни. Рівень розвитку інфраструктури викликає занепокоєння через нестачу логістичних комплексів. Природно-ресурсний потенціал регіону, за словами експертів, є низьким – усі наявні ресурси вже були освоєні.

Рівень освіти у м. Києві, на думку респондентів, є високий, бо столиця притягує найбільш освічених людей зі всієї країни. Разом існує загальна для всієї країни проблема з невідповідністю підготовки кадрів потребам в них, зокрема мова йде про інженерно-технічні спеціальності. Також є проблема з підготовкою фахівців робітничих спеціальностей.

Розвиток МСП. Найгострішими проблемами столиці експерти вважають регуляторне навантаження, відсутність фінансової підтримки, складність при оформленні землекористування, корупцію.

Найбільш проблемними регуляторними процедурами, на думку експертів, є регулювання землекористування та валютне регулювання. Найменш проблемними – реєстрація та постановка на облік підприємств і цінове регулювання.

Експерти вказують, що для підтримки малого та середнього бізнесу виконавча влада реалізує програму грошової компенсації за відсотками по кредиту.

Найбільш пріоритетними завданнями державної політики у 2017 році респонденти вважають дерегуляцію, підготовку та впровадження стратегій підтримки та розвитку МСП, реформування фіскальної служби та спрощення податкової системи. Найбільший потенціал для розвитку малого та середнього бізнесу в регіоні, на думку експертів, мають сфера послуг, торгівлі, енергетики, високих технологій та транспорту.

