



USAID
ВІД АМЕРИКАНСЬКОГО НАРОДУ

УКРАЇНА

Щорічна оцінка ділового клімату в Україні: 2015 рік

За результатами опитування малого та
середнього бізнесу

Аналітичний звіт



Київ - 2016

Підготовка цієї публікації стала можливою завдяки підтримці американського народу, що була надана 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 і політичних консультацій»



громадською організацією
«Центр соціально-економічних досліджень «CASE-Україна»



громадською організацією
«Київський економічний інститут»

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

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

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

Автори висловлюють подяку Олександрі Бетлій, Ігорю Бураковському, Андрію Бутіну, Артуру Ковальчуку, Віталію Кравчуку, Костянтину Кравчуку, Ользі Красовській, Олександру Крініцину, Вероніці Мовчан (ГО «Інститут економічних досліджень та політичних консультацій»), Дмитру Боярчуку, Володимирі Дубровському, Вірі Недзведській, Андрію Саварцю (ГО «Центр соціально-економічних досліджень «CASE-Україна»), Олені Бєсєдіній, Ганні Вахітовій, Максиму Обрізану (ГО «Київський економічний інститут»), Дмитру Ляпіну, Володимирі Семеніхину, Андрію Паляниці за слушні коментарі та корисні пропозиції при підготовці анкет для опитування представників малого та середнього бізнесу.

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, 44, оф. 5, Київ 01033 Україна

Тел.: +380 44 289-5532

Факс: +380 44 200-3825

eef.org.ua

facebook.com/USAIDLEVProgram

ISBN 978-617-7393-24-4

Зміст

Список ілюстрацій.....	7
Список таблиць	12
Вступ.....	13
Основні результати.....	15
Короткий огляд методології дослідження	22
Значення термінів, використаних у цьому звіті	25
1. Діловий клімат: оцінки та очікування	26
1.1 Аналіз Індексу ділового клімату 2015 та його складових.....	26
1.2 Ділове середовище: оцінки та очікування в короткотерміновій перспективі	28
1.2.1 Оцінка стану ділового середовища.....	28
1.2.2 Очікувані зміни ділового середовища.....	29
1.2.3 Ділове середовище: оцінки бізнесу vs. експертів.....	29
1.3 Ділова активність: оцінки та очікування в короткотерміновій перспективі	31
1.3.1 Оцінка фінансово-економічної ситуації на підприємстві	31
1.3.2 Динаміка фінансово-економічної ситуації на підприємстві.....	31
1.3.3 Очікувані зміни фінансово-економічної ситуації	32
1.4 Ділова активність у довгостроковій перспективі: минулі та майбутні тенденції	32
1.4.1 Зміни ділової активності за останні два роки.....	32
1.4.2 Перспективи розвитку бізнесу: очікування зміни через два роки	33
1.4.3 Висновки.....	34
2. Перешкоди для діяльності та зростання МСП.....	35
2.1 Фактори, що негативно впливали на діяльність МСП в 2015 році	35
2.2 Основні виклики для МСП в 2016 році	39
2.3 Перешкоди для зростання МСП в дворічній перспективі	40
2.4 Висновки.....	42
3. Вартість регулювання	43
3.1 «Часовий податок»	43
3.2 Процедури реєстрації.....	43
3.3 Процедури, пов'язані із будівництвом та введенням в експлуатацію приміщень.....	54
3.4 Ліцензування.....	58

3.5	Регулювання продукції й послуг.....	63
3.6	Державний нагляд.....	67
3.7	Регулювання цін.....	72
3.8	Регулювання зовнішньоекономічної діяльності	75
3.8.1	Регулювання імпорту.....	75
3.8.2	Регулювання експорту.....	79
3.9	Адміністрування податків	84
3.10	Оцінка зміни регуляторного середовища	91
3.11	Підключення до електромереж	94
3.11.1	Опис респондентів, які підключалися до електромереж.....	94
3.11.2	Замовлена потужність	95
3.11.3	Вартість підключення	96
3.11.4	Тривалість підключення	96
3.11.5	Успішність підключення	97
3.11.6	Причини того, чому не вдалося підключитися.....	97
3.11.7	Вартість за 1 кВт	98
3.12	Висновки.....	98
4.	Держава та бізнес	99
4.1	Відносини бізнесу та влади з точки зору МСП	99
4.1.1	Образ держави: яким його бачать МСП	99
4.1.2	Довіра до інституцій	100
4.1.3	Оцінка перешкод з боку органів влади	102
4.1.4	Висновки.....	104
4.2	Державна підтримка: якою її бачать МСП.....	104
4.2.1	Досвід користування інструментами державної підтримки.....	106
4.2.2	Оцінка доцільності пільгових умов для певних категорій підприємництва	106
4.2.3	Оцінка готовності бізнесу отримувати платні консультації.....	107
4.2.4	Висновки.....	108
5.	Портрет МСП	109
5.1	МСП: визначення та кількість працюючих.....	109
5.2	Динаміка кількості працівників	109
5.3	Гендерний та віковий склад МСП.....	110

5.4	Структура споживачів та постачальників.....	111
5.5	Зміна форми реєстрації фізичних осіб-підприємців	112
5.6	Ринки, на яких працюють підприємства	112
5.7	Вихід на нові ринки.....	113
5.8	Перешкоди для виходу на нові ринки	113
5.9	Організація діяльності у сфері маркетингу	114
5.10	Інновації на підприємстві.....	115
5.11	Джерела інновацій	115
5.12	Висновки.....	115
6.	Опис вибірки	116
6.1	Загальна та досліджувана сукупність.....	116
6.2	Вибіркова сукупність	116
6.3	Класифікація підприємств за розміром	117
6.4	Організаційна форма МСП.....	118
6.5	Регіон проведення опитування	119
6.6	Види діяльності підприємств	120
6.7	Тип власності.....	121
7.	Аналіз даних.....	122
7.1	Індекси та агреговані показники (confidence/composite indicators).....	122
7.2	«Ціна» дотримання регуляторного законодавства	125
8.	Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Вінницька область.....	126
8.1	Резюме.....	126
8.2	Інформація про опитані підприємства.....	126
8.3	Індекси ділового середовища та ділової активності	128
8.4	Перешкоди для зростання бізнесу.....	131
8.5	Характеристики МСП Вінницької області.....	133
8.6	Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки	134
8.7	Жіноче підприємництво Вінницької області	137
9.	Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Львівська область.....	140
9.1	Резюме.....	140
9.2	Інформація про опитані підприємства.....	140

9.3	Індекси ділового середовища та ділової активності	142
9.4	Перешкоди для зростання бізнесу	145
9.5	Характеристики МСП Львівської області	147
9.6	Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки	148
9.7	Жіноче підприємництво Львівської області	151
10.	Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Тернопільська область	154
10.1	Резюме.....	154
10.2	Інформація про опитані підприємства.....	154
10.3	Індекси ділового середовища та ділової активності	156
10.4	Перешкоди для зростання бізнесу	159
10.5	Характеристики МСП Тернопільської області	162
10.6	Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки	163
10.7	Жіноче підприємництво Тернопільської області	166
11.	Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Херсонська область.....	169
11.1	Резюме.....	169
11.2	Інформація про опитані підприємства.....	169
11.3	Індекси ділового середовища та ділової активності	171
11.4	Перешкоди для зростання бізнесу	174
11.5	Характеристики МСП Херсонської області	176
11.6	Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки	177
11.7	Жіноче підприємництво Херсонської області	180

Список ілюстрацій

Рис. 1. Індекс ділового клімату МСП 2015 та його складові	26
Рис. 2. Індекс ділового клімату МСП 2015 та його складові (за організаційно-правовою формою МСП) ...	27
Рис. 3. Індекси: ділове середовище та активність	28
Рис. 4. Оцінка ділового (загальноекономічного) середовища, індекс	29
Рис. 5. Оцінки ділового середовища експертами та очікування щодо його змін, % опитаних	30
Рис. 6. Оцінка фінансово-економічної ситуації, індекс	31
Рис. 7. Зміна обсягів діяльності підприємств за останні два роки, % опитаних	33
Рис. 8. Плани щодо зміни обсягів діяльності підприємств протягом наступних двох років, % опитаних..	34
Рис. 9. Плани щодо зміни обсягів діяльності підприємств протягом наступних двох років, % опитаних..	34
Рис. 10. Фактори, що обмежували зростання МСП в 2015 році, % опитаних	35
Рис. 11. Основні фактори, що обмежували зростання підприємств-юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, % опитаних	37
Рис. 12. Виклики, з якими стикнулися МСП в 2015 році, % опитаних	39
Рис. 13. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних	40
Рис. 14. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств (за розміром), % опитаних	41
Рис. 15. Реєстрація без посередника, % опитаних	44
Рис. 16. Основні реєстраційні індикатори	45
Рис. 17. Загальна вартість та тривалість процесу реєстрації у державного реєстратора	46
Рис. 18. Загальна тривалість проходження процедури реєстрації залежно від розміру підприємств (в т.ч. у розрахунку на одного працівника), днів	48
Рис. 19. Час, витрачений на реєстрацію по регіонах, днів	49
Рис. 20. Вартість реєстрації в регіонах, грн.	50
Рис. 21. Поширеність неофіційних платежів за регіонами, % опитаних	51
Рис. 22. Відсоток підприємств, що під час реєстрації використовували послуги посередників, % опитаних	51
Рис. 23. Реєстрація за допомогою посередника	52
Рис. 24. Проблеми, що виникали у процесі реєстрації МСП (динаміка), % опитаних	53
Рис. 25. Проблеми, що виникали у МСП під час реєстрації у 2015 році, за 5-бальною шкалою, % опитаних	53
Рис. 26. Типи приміщень, які використовують МСП, та підстави їх використання, % опитаних.....	54
Рис. 27. Оцінка змін процесів і умов, пов'язаних з початком користування приміщенням порівняно з 2012 роком (за розміром підприємств), % опитаних.....	58
Рис. 28. Ліцензійне покриття у розрізі розміру підприємств, % опитаних.....	59
Рис. 29. Тривалість отримання однієї ліцензії (загалом, та у розрахунку на одного працівника), днів	61
Рис. 30. Регіональний розподіл за часом та вартістю отримання ліцензії, % опитаних.....	61
Рис. 31. Оцінка змін процесів і умов, пов'язаних з ліцензуванням порівняно з 2012 роком (за розміром МСП), % опитаних	63
Рис. 32. Часові витрати МСП на отримання сертифікату відповідності, у т.ч. в розрахунку на одного працюючого, днів	64

Рис. 33. Часові витрати МСП на отримання гігієнічного (санітарного) дозволу, у т.ч. в розрахунку на одного працюючого, днів	66
Рис. 34. Оцінка змін умов та процесів сертифікації залежно від розміру підприємств, % опитаних	67
Рис. 35. Співвідношення між частотою, тривалістю та вартістю перевірок і розміром підприємства (річні показники)	70
Рис. 36. Витрати у процесі перевірок у розрізі виду діяльності МСП	71
Рис. 37. Частота інспекцій по регіонах: середня частота, варіація випадків (разів на рік)	72
Рис. 38. Оцінка впливу органів влади на продукцію, або послуги МСП, % опитаних	73
Рис. 39. Обсяги державного регулювання, % опитаних	74
Рис. 40. Контроль цін на продукцію/послуги МСП, % опитаних	74
Рис. 41. Відсоток підприємств, що імпортували сировину та обладнання у 2015 році (за регіонами), % опитаних	76
Рис. 42. Труднощі, пов'язані з імпортом сировини, матеріалів, обладнання, % опитаних	77
Рис. 43. Відсоток підприємств, які мали певні труднощі, пов'язані з імпортом (залежно від розміру підприємств), % опитаних	78
Рис. 44. Напрями експорту, % опитаних	79
Рис. 45. Експортували у 2015 році, за регіонами, % опитаних	80
Рис. 46. Труднощі, пов'язані зі здійсненням експортних операцій, % опитаних	82
Рис. 47. Відсоток підприємств, які мали певні труднощі, пов'язані з експортом (залежно від розміру підприємств), % опитаних	83
Рис. 48. Частка загального річного прибутку, які підприємства сплачують у державний та місцевий бюджети у вигляді податків,), % опитаних	86
Рис. 49. Оцінка респондентами аспектів податкової системи, % опитаних	87
Рис. 50. Труднощі, пов'язані з адмініструванням та регулюванням сплати податків (за організаційно-правовою формою МСП), % опитаних	88
Рис. 51. Труднощі, пов'язані з системою оподаткування, % опитаних	89
Рис. 52. Оцінка зміни процесу та умов адміністрування податків та зборів порівняно з 2012 роком, % опитаних	90
Рис. 53. Індекс змін регуляторного середовища та його складові	91
Рис. 54. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за розміром підприємств)	92
Рис. 55. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за організаційно-правовою формою підприємств)	93
Рис. 56. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за організаційно-правовою формою підприємств)	94
Рис. 57. Середня вартість підключення до електромереж, грн.	96
Рис. 58. Середня тривалість підключення до електромереж, днів	97
Рис. 59. Причини, через які підприємствам не вдалося підключитися (у відсотках серед тих, яким не вдалося), % опитаних	98
Рис. 60. Погляд бізнесу на роль держави (за розміром підприємств), % опитаних	100
Рис. 61. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних	101

Рис. 62. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу (за розміром), % опитаних.....	102
Рис. 63. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств, % опитаних	103
Рис. 64. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за розміром підприємств), % опитаних	103
Рис. 65. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (за розміром підприємств), % опитаних	104
Рис. 66. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП, % опитаних	105
Рис. 67. Оцінка того, чи потрібні пільги певним категоріям підприємств, % опитаних	107
Рис. 68. Галузі підприємництва, для яких, на думку респондентів, потрібні пільгові умови, % опитаних	107
Рис. 69. Оцінка готовності бізнесу платити за консультації, % опитаних.....	108
Рис. 70. Порівняння структури споживачів і постачальників, % опитаних.....	111
Рис. 71. Плани ФОП щодо реєстрації як юридичні особи, % опитаних.....	112
Рис. 72. Ринки, на яких працюють опитані підприємства, % опитаних	112
Рис. 73. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства, % опитаних.....	113
Рис. 74. Перешкоди для виходу на нові ринки, % опитаних.....	114
Рис. 75. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за розміром), % опитаних.....	114
Рис. 76. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємстві, % опитаних.....	115
Рис. 77. Система індексів, що використовується у «Щорічній оцінці ділового клімату».....	123
Рис. 78. Індекс зміни регуляторного середовища МСП та його складові	124
Рис. 79. Розподіл опитаних підприємств Вінницької області і України в цілому за розміром, % опитаних	127
Рис. 80. Розподіл опитаних підприємств Вінницької області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних.....	127
Рис. 81. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних.....	128
Рис. 82. Індекси: ділове середовище та активність	129
Рис. 83. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних	131
Рис. 84. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Вінницької області, % опитаних.....	132
Рис. 85. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Вінницької області та України в цілому (за результатами факторного аналізу) , % опитаних	133
Рис. 86. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних.....	134
Рис. 87. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних	135
Рис. 88. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних	136
Рис. 89. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Вінницької області, % опитаних	137
Рис. 90. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Вінницької області, % опитаних	138
Рис. 91. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Вінницької області, % опитаних	139
Рис. 92. Розподіл опитаних підприємств Львівської області і України в цілому за розміром, % опитаних	141

<i>Рис. 93. Розподіл опитаних підприємств Львівської області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних.....</i>	<i>141</i>
<i>Рис. 94. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних.....</i>	<i>142</i>
<i>Рис. 95. Індекси: ділове середовище та активність</i>	<i>143</i>
<i>Рис. 96. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних</i>	<i>145</i>
<i>Рис. 97. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Львівської області, % опитаних.....</i>	<i>146</i>
<i>Рис. 98. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Львівської області та України в цілому (за результатами факторного аналізу) , % опитаних</i>	<i>147</i>
<i>Рис. 99. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних.....</i>	<i>148</i>
<i>Рис. 100. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних</i>	<i>149</i>
<i>Рис. 101. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних</i>	<i>150</i>
<i>Рис. 102. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Львівської області, % опитаних</i>	<i>151</i>
<i>Рис. 103. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Львівської області, % опитаних...</i>	<i>152</i>
<i>Рис. 104. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Львівської області, % опитаних.....</i>	<i>153</i>
<i>Рис. 105. Розподіл опитаних підприємств Тернопільської області і України в цілому за розміром, % опитаних.....</i>	<i>155</i>
<i>Рис. 106. Розподіл опитаних підприємств Тернопільської області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних</i>	<i>155</i>
<i>Рис. 107. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних.....</i>	<i>156</i>
<i>Рис. 108. Індекси: ділове середовище та активність</i>	<i>157</i>
<i>Рис. 109. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних</i>	<i>159</i>
<i>Рис. 110. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Тернопільської області , % опитаних.....</i>	<i>160</i>
<i>Рис. 111. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Тернопільської області та України в цілому (за результатами факторного аналізу), % опитаних.....</i>	<i>161</i>
<i>Рис. 112. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних.....</i>	<i>162</i>
<i>Рис. 113. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних</i>	<i>164</i>
<i>Рис. 114. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних</i>	<i>165</i>
<i>Рис. 115. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Тернопільської області, % опитаних</i>	<i>166</i>
<i>Рис. 116. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Тернопільської області, % опитаних</i>	<i>167</i>
<i>Рис. 117. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Тернопільської області, % опитаних.....</i>	<i>168</i>

<i>Рис. 118. Розподіл опитаних підприємств Херсонської області і України в цілому за розміром, % опитаних</i>	170
<i>Рис. 119. Розподіл опитаних підприємств Херсонської області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних</i>	170
<i>Рис. 120. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних</i>	171
<i>Рис. 121. Індекси: ділове середовище та активність</i>	171
<i>Рис. 122. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних</i>	173
<i>Рис. 123. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Херсонської області, % опитаних</i>	174
<i>Рис. 124. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Херсонської області та України в цілому (за результатами факторного аналізу), % опитаних</i>	175
<i>Рис. 125. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних</i>	176
<i>Рис. 126. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних</i>	178
<i>Рис. 127. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних</i>	179
<i>Рис. 128. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Херсонської області, % опитаних</i>	180
<i>Рис. 129. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Херсонської області, % опитаних</i>	181
<i>Рис. 130. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Херсонської області, % опитаних</i>	182

Список таблиць

Таблиця 1. Основні факти про дослідження.....	23
Таблиця 2. Фактори, які обмежують зростання бізнесу, % опитаних	38
Таблиця 3. Напрями платежів при реєстрації підприємства, % опитаних.....	46
Таблиця 4. Тривалість та вартість процесу реєстрації	47
Таблиця 5. Напрями платежів та орієнтовні витрати на проходження процедур (будівництво), % опитаних.....	56
Таблиця 6. Напрями платежів та орієнтовні витрати на проходження процедур (ремонт).....	56
Таблиця 7. Основні показники регулювання процесів будівництва та ремонту	57
Таблиця 8. Вартість отримання ліцензії	60
Таблиця 9. Основні показники регулювання ліцензування, % опитаних	62
Таблиця 10. Платежі за сертифікацію, гігієнічні висновки	65
Таблиця 11. Покриття перевірками, частота перевірок і тривалість у 2015 році	68
Таблиця 12. Вартість перевірок за відомствами у 2015 році	69
Таблиця 13. Напрями платежів за дозволи/ліцензії на імпорт, % опитаних	77
Таблиця 14. Індекс труднощів, пов'язаних з регулюванням імпорту (де 0 - зовсім не було труднощів, 4 - значні труднощі).....	78
Таблиця 15. Напрями платежів за дозволи/ліцензії на імпорт, % опитаних	81
Таблиця 16. Індекс труднощів, пов'язаних з регулюванням експорту (де 0 - зовсім не було труднощів, 4 - значні труднощі).....	83
Таблиця 17. Основні напрямки оподаткування, % опитаних	85
Таблиця 18. Індекс труднощів, пов'язаних з адмініструванням та регулюванням сплати податків (де 0 - зовсім не було труднощів, 4 - значні труднощі).....	88
Таблиця 19. Підприємства, що проводили підключення до електромереж – розподіл за організаційною формою і розміром	95
Таблиця 20. Підприємства, що проводили підключення до електромереж – розподіл за організаційною формою і сектором	95
Таблиця 21. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за регіоном	110
Таблиця 22. Організаційно-правова форма опитаних підприємств	118
Таблиця 23. Розподіл підприємств за розміром та організаційно-правовою формою	119
Таблиця 24. Кількість опитаних у регіонах	119
Таблиця 25. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою.....	120

Вступ

Стратегічною метою політики уряду є створення умов для максимально повної реалізації потенціалу малого та середнього підприємництва, причому реалізація цієї мети залежить від узгодженості дій держави в різних сферах економіки, які (дії) в сукупності формують національний діловий клімат

Для оцінювання якості ділового середовища Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» розробила спеціальний національний інструмент – «Щорічна оцінка ділового клімату» (англійською Annual Business Climate Assessment, ABCA). У змістовному плані цей інструмент є системою заходів зі збору, узагальнення та аналізу інформації з метою виявлення бар'єрів на шляху розвитку малого та середнього підприємництва в Україні та визначення пріоритетних економічних, правових та регуляторних заходів (реформ) для покращення середовища ведення бізнесу в Україні з точки зору самого малого та середнього бізнесу. В операційному плані така оцінка є інструментом щорічного моніторингу перешкод ведення бізнесу в Україні, кількісного визначення вартості дотримання регуляторних вимог сектором МСП, визначення кількісних та якісних результатів запровадження заходів із покращення ділового середовища з точки зору їхньої ефективності та впливу на МСП.

Аналітичний звіт «Щорічна оцінка ділового клімату 2015 року» підготовлено за результатами опитування 1828 представників сектору МСП. Зокрема було опитано керівників 1325 підприємств- юридичних осіб та 502 підприємці-фізичні особи, проведено 10 фокус-груп та 83 глибинні інтерв'ю з представниками органів виконавчої влади, експертного середовища та бізнес-асоціацій в усіх регіонах України без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення Антитерористичної операції.

Цей звіт є першим із серії аналітичних документів, які готуються експертами Програми в 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 має стати невід'ємною складовою процесу розробки й впровадження заходів політики сприяння розвитку малого та середнього підприємництва в Україні.

«Щорічна оцінка ділового клімату» фактично відображає оцінку якості основних складових бізнес-середовища представниками малого та середнього бізнесу та їхні очікування щодо майбутніх змін, а також «рейтинг» перешкод, із якими стикаються МСП у своїй діяльності. Предметом оцінювання є також ситуація на підприємстві, плани та напрямки розвитку виробничо-комерційної діяльності на майбутнє, а також загальні настрої в секторі малого та середнього бізнесу.

У процесі збору та обробки інформації використано всі кількісні та якісні методи соціологічного дослідження, які включають опитування за допомогою стандартизованих запитальників, проведення фокус-груп і глибинних інтерв'ю з представниками бізнес-асоціацій, НУО, що займаються аналітикою, а також органів влади місцевого та загальнодержавного рівня. Такий підхід дозволяє чітко визначити саме пріоритетні напрямки дій у різних сферах державної політики з точки зору основних зацікавлених сторін. Результати «Щорічної оцінки ділового клімату ABCA» знайшли своє відображення в таких аналітичних продуктах:

1. щорічний аналітичний звіт «Щорічна оцінка ділового клімату», який містить оцінки якості бізнес-середовища, у якому оперують МСП, вартості дотримання регуляторних вимог у секторі МСП та його (сектору) узагальнений портрет;
2. індекси, що характеризують поточний стан та очікувані зміни ділового клімату в цілому, а також його основні компоненти, інші показники, що характеризують ситуацію в секторі МСП у статичній та динамічній;
3. база даних інформації про підприємства сектору МСП, отримана безпосередньо від керівників підприємств (raw data, microdata), яка може використовуватися для різних аналітичних потреб;
4. спеціальні детальні оцінки найвагоміших бар'єрів для розвитку МСП та рекомендації щодо їх усунення чи пом'якшення впливу на бізнес (для 2016 року: податкове адміністрування, технічне регулювання, регулювання ЗЕД, якість державної політики щодо МСП)

Оцінку ділового клімату з точки зору малого та середнього бізнесу Програма USAID «Лідерство в економічному врядуванні» робитиме та оприлюднюватиме щорічно.

Основні результати

Діловий клімат

- Результати дослідження свідчать, що попри несприятливість умов, в яких відбувається економічна діяльність в країні, включно з військовими діями, наслідками анексії та окупації частини території країни для економіки, несприятливу ринкову кон'юнктуру, спостерігається тенденція до певного пожвавлення ділової активності в секторі МСП в короткотерміновій перспективі, яка має високі шанси стати сталою протягом наступних двох років за умови зменшення адміністративного тягаря для бізнесу.
- Довгострокові очікування МСП щодо ділової активності є суттєво вищими за короткострокові, а рівень невизначеності є досить низьким, що свідчить про впевненість МСП у своїх очікуваннях та безумовно є позитивним сигналом.
- Додатне значення *індексу змін регуляторного середовища* свідчить, що МСП в 2015 році відчули певні позитивні зміни порівняно з минулими роками.
- Значення *індексу ділової активності* більше ніж значення *індексу ділового середовища* вказує на те, що чим скоріше підприємства відчують результати реформ, яких вони очікують, тим більшим може бути відновлення економічної активності в країні.
- Що менший розмір підприємства, тим гіршими є оцінки ділового середовища, а мікропідприємства – це єдина категорія підприємств за розміром, де більше половини опитаних вважають поточний стан ділового середовища поганим, вони відрізняються від малих та середніх підприємств найбільшою часткою тих, що планують скоротити діяльність протягом наступних двох років.
- Оцінки ділового середовища представників МСП та оцінки опитаних представників органів влади, бізнес асоціацій та експертів суттєво розрізняються. МСП гірше оцінюють поточний стан середовища та більш песимістично налаштовані щодо ймовірності його змін. Значення *індексів ділового середовища та очікуваних змін ділового середовища* за результатами опитування МСП свідчать про домінування негативних оцінок, натомість значення цих же показників за результатами опитування представників органів влади, бізнес асоціацій та експертів вказують на перевагу позитивних оцінок та оптимістичних очікувань.
- Нестабільна політична ситуація, низький попит, податковий тиск, інфляція та складне податкове адміністрування були найвагомішими перешкодами для МСП в 2015 році. Несприятлива економічна ситуація є основною причиною того, чому підприємства не планують зростати в наступні два роки.
- Попри те, що корупція вважається суттєвою проблемою бізнес клімату в Україні, вона посідає лише сьоме місце в рейтингу перешкод ведення бізнесу за результатами цього дослідження; отримані дані свідчать, що для ФОП ця перешкода є вагомішою (четверте місце в рейтингу перешкод для ФОП), ніж для підприємств-юридичних осіб (восьме місце в рейтингу перешкод для підприємств-юридичних осіб).
- Часті зміни законодавства названі перешкодою кожним четвертим з опитаних МСП, підприємств-юридичні особи частіше від ФОП скаржаться на часті зміни законодавства.

Регуляторне середовище

- Оцінка МСП змін, які відбулися у регуляторному середовищі протягом 2012-2015 років є позитивною (індекс зміни регуляторного середовища +0,17).
- Респонденти відзначають спрощення в умовах та процесах всіх регуляторних процедур, за виключенням процедур, пов'язаних з початком користування приміщеннями (індекс змін умов та процесів, пов'язаних з початком користування приміщеннями -0,04).
- Індекс змін регуляторного клімату є додатним для МСП незалежно від організаційно-правової форми, виду діяльності та розміру.
- Підприємства більшого розміру гірше оцінюють зміни регуляторного середовища протягом 2012-2015 років (відповідні індекси становлять +0,19 для мікропідприємств, +0,16 для малих та +0,11 для середніх підприємств).
- Фізичні особи-підприємці позитивніше оцінюють зміни регуляторного середовища (індекси змін регуляторного середовища становлять +0,24 для ФОП та +0,15 для юридичних осіб).
- Найгірше оцінили зміни регуляторного клімату МСП сфери послуг (індекс змін регуляторного клімату +0,09), найкраще – МСП сфери торгівлі (індекс змін регуляторного клімату +0,28).

Вартість дотримання регулювання для МСП

- Середнє значення часу, присвяченого спілкуванню з органами влади у керівництва, для усіх опитаних становить 14,6%.
- Витрати основної частини МСП внаслідок регулювання пов'язані з ліцензуванням, отриманням сертифікатів відповідності, отриманням гігієнічних дозволів та перевітками.
- 39,9% МСП реєструвалися (здійснювали перереєстрацію) у 2015 році, тому витрати на проходження цієї процедури включені до загальних витрат.
- Ліцензування коштує МСП в середньому 14713 грн. на рік, з них пряма вартість процедури становить 6841 грн., решта – непряма вартість, пов'язана з часовими витратами на отримання ліцензії (36 днів).
- Отримання сертифікату відповідності забирає у МСП в середньому 14381 грн. на рік, з них пряма вартість процедури становить 6263 грн., решта – непряма вартість, пов'язана з часовими витратами (14 днів – отримання одного сертифікату).
- Річна вартість отримання гігієнічного або санітарного дозволу для МСП становить в середньому 9537 грн. на рік, з них пряма вартість процедури становить 2500 грн., решта – непряма вартість, пов'язана з часовими витратами (9 днів – отримання одного дозволу).
- Загальна вартість перевірок протягом 2015 року становила в середньому 40938 грн., при цьому у формі прямих витрат МСП заплатили 33141 грн., решта – часові витрати, пов'язані з загальною тривалістю інспекцій (14 днів).
- На реєстрацію (перереєстрацію) МСП витратили в середньому 1011 грн., з них пряма вартість складала 241 грн., решта – непрямі витрати, еквівалентні робочим 4 дням.
- Загальні річні витрати МСП на проходження відповідних процедур у 2015 році становили в середньому 29761 грн.¹ В перерахунку на одного працюючого загальні річні витрати для

¹ Сума поражена з урахуванням частки опитаних МСП, які здійснювали процедуру.

мікропідприємств становлять 5952 грн., малих підприємств – 1145 грн., середніх підприємств – 268 грн.

Реєстрація

- Повна процедура реєстрації/перереєстрації підприємства (без посередника) у 2015 році становила 10,5 днів та коштувала в середньому 380 гривень.
- Обсяги витрат на реєстрацію у 2015 році та у попередні періоди свідчать про стабільне зниження як загальної тривалості, так і вартості реєстраційної процедури. Теж саме стосується як рівня адміністративних внесків, так і неофіційних витрат.
- Зниження вартості витрат супроводжується відсутністю змін у частоті сплати неофіційних та добровільних внесків. Частка респондентів, які при реєстрації платили хабарі хоча б в один орган у 2015 році становила 18,6%.
- Послугами посередників при реєстрації/перереєстрації підприємства у 2015 році користувалися 13,4% підприємств. Часові витрати підприємств склали 5 днів, фінансові – 1002 гривні.
- Підприємці, які реєстрували бізнес у 2015 році, частіше повідомляють про відсутність труднощів як з тривалістю та вартістю процесу реєстрації, так і з його складністю.
- На думку більшості підприємців (63,4%), процес та умови реєстрації у 2015 році спростились порівняно з 2012 роком. Лише 7,0% респондентів відзначили ускладнення ситуації та 29,6% не помітили жодних змін.

Ліцензування

- У 2015 році принаймні одну ліцензію мали 31,3% підприємств. Ще 12,5% мали ліцензії раніше та 56,2% ніколи не мали ліцензій.
- Порівнюючи рівень ліцензування з попереднім періодом (2012 роком), 78,9% респондентів наголошують на відсутності змін у кількості ліцензій, тоді як 13,0% підприємств наголосили на зменшенні кількості ліцензій та майже стільки ж – на збільшенні – 8,1%.
- В середньому зазначені підприємства мають 2 ліцензії. Для отримання однієї ліцензії підприємство має витратити в середньому 36 днів та 6841 гривні.
- Поряд з офіційною платою, витратами на проведення експертизи, нотаріальні посвідчення, 18,2% підприємств оплатили послуги юристів та посередників та 13,2% - мали неофіційні або добровільні платежі.
- Спрощення процесу та умов отримання ліцензії у 2015 році відзначили 27,8% респондентів, тоді як 19,5% наголосили на їх ускладненні. Більшість опитаних (52,8%) не помітили жодних змін.

Регулювання продукції та послуг

- Сертифікувати продукцію та послуги необхідно 20,7% опитаних підприємств, крім цього, 17,6% мають отримувати санітарні та гігієнічні дозволи.
- У 2015 році підприємства займалися процесом сертифікації в середньому 4 рази на рік, витрачаючи близько 14 днів та 6263 гривень щоразу. Крім офіційних платежів, ще 11,6% респондентів платили юристам або посередникам, 11,2% - мали неофіційні або добровільні платежі.

- Оформленням санітарних або гігієнічних висновків опитані підприємства займалися 5 разів на рік, витрачаючи в середньому 9 днів та 2673 гривень щоразу. Про добровільні внески та неофіційні платежі повідомляють 10,9% респондентів, 7,0% платили юристам та посередникам.
- Частка підприємств, які відзначили спрощення процесу та умов сертифікації дещо переважає відсоток тих, які відзначили ускладнення (21,2% та 12,2% відповідно). Більшість (66,7%) не помітили змін.

Державний нагляд

- У 2015 році принаймні одним органом перевірялися 48,8% опитаних підприємств, частота інспекцій склала в середньому 4 рази.
- 53,7% респондентів відзначили зменшення кількості перевірок у порівнянні з 2012 роком, тоді як лише 3,4% - їх збільшення.
- Найбільше покриття мали перевірки Органами пожежної охорони (22,4% респондентів), Державною податковою інспекцією (17,8%) та Державною санітарно-епідеміологічною службою (9,9%).
- Загальна тривалість інспекцій протягом 2015 року становила 14 днів. Найбільше часу забирали перевірки ДПІ (в середньому – 8 днів).
- Витрати внаслідок перевірок мали 37,8% зазначених підприємств, більшість з яких стосувалася штрафів (34,7%). Про неофіційні платежі повідомили 6,0% респондентів. Загалом, на проходження інспекцій підприємства мали витратити 33141 гривні.
- Підприємства переважно відзначають спрощення ситуації з перевірками (41,6% порівняно з 7,3% респондентів, які відзначили ускладнення).

Регулювання імпорту продукції та послуг

- Імпортом товарів та послуг у 2015 році займалися 8,1% опитаних підприємств, в середньому здійснюючи 11 операцій на рік.
- На проходження митниці імпортери витрачають в середньому 3 дні та 11785 гривень щоразу. При цьому про сплату неофіційних платежів повідомили 19,1% респондентів.
- 45,1% імпортерів мали отримувати сертифікат відповідності на імпортовану продукцію, що займало в середньому 4 дні та коштувало 4340 гривень. Неофіційні платежі в цьому випадку сплачували 8,5% імпортерів, 24,5% платили юристам та посередникам.
- Попередні дозволи та/або ліцензії на імпорт отримували 36% респондентів. З них 18% повідомили про хабарі та неофіційні внески.
- Загалом, оформлення імпорту у підприємств не викликало значних проблем: індекс проблемності процедури складає 0,95 (де 0 – не було труднощів, 4 – значні труднощі, з процедурою імпорту). Порівняно з іншими аспектами, найбільші складнощі у імпортерів викликає загальна непередбачуваність ситуації з імпортом у кожному конкретному випадку.
- Спрощення умов та процесу імпорту у 2015 році відзначили 30,7% імпортерів, що дещо перевищує частку тих, хто наголосив на погіршенні (17,3%). Про відсутність змін повідомили 52,0% респондентів.

Регулювання експорту продукції та послуг

- Експортували продукцію або послуги 9,0% опитаних підприємств, в середньому – 16 разів за 2015 рік.
- Проходження митниці займало щоразу близько 2 днів та коштувало експортеру 1978 гривень. При цьому 6,8% підприємств повідомили про сплату хабарів.
- Додатково 27,3% МСП реєстрували контракт, 17,0% отримували дозволи та ліцензії та 27,9% респондентів отримували інші документи.
- МСП переважно не мали труднощів, пов'язаних з експортом (індекс «проблемності» склав 0,73 (де 0 – не було труднощів, 4 – значні труднощі). Найбільші проблеми викликає у підприємств неможливість передбачити ситуацію у кожному конкретному випадку.
- Порівнюючи процедуру експорту у 2015 та 2012 роках 28,5% підприємств відзначили спрощення процесів і умов, тоді як 15,3% - навпаки, їх ускладнення.

Адміністрування податків

- За оцінками підприємств, витрати на сплату податків у 2015 році становили 27,3% прибутку за рік. Витрати підприємств-суб'єктів спрощеної системи оподаткування та загальної майже не відрізняються (24,6% доходу та 30,1% відповідно).
- Найбільш типовими податками є єдиний соціальний внесок (82,1% респондентів), військовий збір (71,4%) та податок на прибуток фізичних осіб (69,1%).
- 48,0% опитаних підприємств повідомили про сплату Єдиного податку.
- Найбільш проблематичними сторонами податкової системи є нестабільність законодавства (вагомні труднощі виникають у 61,0% підприємств), розміри податків та зборів (48,0%), розміри штрафних санкцій за помилки (45,0%) та часті зміни податкової звітності (43,3%).
- Найменше труднощів у підприємств виникало через хабарництво, залежність від податкових інспекторів та часті перевірки.
- Респонденти скоріше позитивно оцінюють зміни умов та процесу адміністрування сплати податків: частка підприємств, які відзначили спрощення умов та процесу адміністрування податків у 2015 році перевищила частку підприємств, які наголосили на їх ускладненні (34,7% проти 26,2%).

Підключення до електромереж

- 27% опитаних підприємств підключались до електромереж, практично усім з них вдалося підключитися.
- Процес підключення тривав в середньому 44 дні для ФОП та 51 день для юридичних осіб.
- Підключення коштувало в середньому близько 13 500 грн. для ФОП та 22 500 грн. для юридичних осіб.
- Основні причини того, чому деяким підприємствам не вдалося підключитися – висока вартість підключення, а також проблеми із документами і бюрократією.

«Портрет» МСП

- В середньому, на одному опитаному МСП працює 23 особи, причому одна фізична особа-підприємець працевлаштовує в середньому 8 осіб, а одне підприємство, яке є юридичною особою, – 29 осіб.
- Більшість опитаних МСП зменшили кількість працівників за останні два роки.
- Чоловіки та жінки приблизно порівну представлені серед респондентів.
- Структура споживачів та постачальників досить диверсифікована: для більшості підприємств основний споживач купує менш ніж половину їхніх товарів чи послуг, а основний постачальник забезпечує менше половини матеріалів чи сировини.
- Частка підприємств, які переживають спад у діяльності, перевищує частку тих, які спостерігають зростання.
- Підприємства працюють переважно на ринку свого міста та області, а також України.
- Менші за розміром підприємства рідше мають плани виходити на нові ринки. Основна перешкода – несприятлива економічна ситуація в Україні та брак коштів.
- У підприємств переважно немає спеціального відділу маркетингу, або є лише одна людина, яка займається маркетингом поруч з іншими завданнями у роботі.
- Більш ніж половина опитаних впроваджували певні інновації на підприємстві. Як правило, це було виробництво нових продуктів або надання нових послуг.

Довіра бізнесу до держави

- При вирішенні проблем, пов'язаних із веденням бізнесу, підприємці найбільше довіряють представникам такого ж приватного сектору, як і вони самі, – тобто юристам і бізнес-консультантам. Однак, досить високим рівнем довіри – відразу після приватного сектору – користуються представники місцевих органів влади. Це свідчить про готовність бізнесу вирішувати проблемні питання на місцевому рівні і про потенційну важливу роль місцевої влади у сфері підприємництва у контексті децентралізації.
- Загалом, рівень довіри бізнесу до державної політики можна назвати низьким. МСП скоріше вважають державу перешкодою для ведення бізнесу чи навіть «ворогом» бізнесу, ніж партнером. Слід зауважити, що зі збільшенням розміру підприємств зменшується частка тих, що вважають державу ворогом.
- Разом із цим, більшість підприємств не змогли назвати конкретний орган влади, який створює перешкоди для їхньої діяльності. Це свідчить про актуальність глибшого дослідження про те, яким чином у підприємців формується сприйняття ролі держави для бізнесу та від чого залежить довіра до держави в цілому.
- Переважна більшість опитаних МСП очікує пряму чи непряму підтримку з боку держави щодо розвитку бізнесу, лише 14% опитаних вважають, що їм не потрібна ніяка форма державної підтримки.
- Говорячи про підтримку для бізнесу з боку держави, МСП переважно дотримуються думки, що держава повинна забезпечити кращі умови для ведення бізнесу — тобто, забезпечити непряму державну підтримку у вигляді дерегуляції, спрощення адміністрування податків та надання

адміністративних послуг, реформи податкових служб. Разом з цим, респонденти підтримують ідею надання пільг певним категоріям підприємств, таким як новостворені підприємства.

- МСП часто висловлювали потребу у інформаційній підтримці та консультаціях щодо розвитку бізнесу, і при потребі платити за такі консультації, вони шукатимуть способи, де ці витрати можна скоротити за допомогою спільної оплати через бізнес-об'єднання або за часткової допомоги з боку органів влади.

Заходи держаної політики для МСП

Найбільш очікуваними МСП заходами з боку держави для покращення бізнес середовища є:

- (1) Спрощення податкового адміністрування,*
- (2) Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності,*
- (3) Створення єдиного інформаційного порталу, де можна дізнатися про те, як вести бізнес в Україні*
- (4) Перетворення податкової на сервісну службу для платників податків*
- (5) Переведення частини адміністративних послуг в електронний вигляд*

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 дослідження полягає у виявленні бар'єрів на шляху розвитку малих та середніх підприємств, кількісному визначенню «ціни» дотримання регуляторних вимог для МСП, та отриманні достовірних даних для кількісної та якісної оцінки ділового клімату для МСП.

Діловий клімат² тут розглядається, як сукупність факторів, що характеризують середовище діяльності бізнесу, зокрема 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.

Правила та процедури ведення бізнесу, щодо яких здійснювалася оцінка, включають наступне:

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

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.

Методи збору інформації

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.
- Фокус-групи з представниками бізнесу або/та бізнес-асоціацій.

² <http://www.businessdictionary.com/definition/business-climate.html#ixzz3IKOHOpV6>

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

Вибірка дослідження

Кількісне опитування було проведено на репрезентативній вибірці 1827 малих та середніх підприємств, з них 502 респонденти – фізичні особи-підприємці та 1325 – юридичні особи (запланована цільова вибірка – 1800 МСП, з яких 500 – фізичні особи-підприємці та 1300 – підприємства)³. Вибірка відображає фактичну структуру загальної сукупності 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 проекту, для Вінницької, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Тернопільської та Херсонської областей, було підвищено квоту МСП у вибірці. У всіх шести 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.

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	1932161, з них 341001 – підприємства, 1591160 – фізичні особи-підприємці
Вибірка	1827, з них 1325 – підприємства, 502 - фізичні особи-підприємці
Респонденти	Представники вищої управлінської ланки підприємства (директор, заступник директора, головний бухгалтер) або власник
Анкета	127 питань

³ Побудова вибірки базувалася на даних Державного комітету статистики України станом на 1 січня 2014 року (загальна кількість суб'єктів господарювання становила 1932161 одиниць, з них 341001 підприємств та 1591160 фізичних осіб-підприємців).

Період, за який проводилося дослідження	2015 рік
Терміни виконання польового етапу дослідження	Листопад 2015 - січень 2016 року
Метод	Фокус-група
Географія	Вінницька, Дніпропетровська, Львівська, Тернопільська, Херсонська, Одеська області та місто Київ
Кількість	10 фокус-груп
Респонденти	Представники бізнесу або/та бізнес-асоціацій
Тривалість обговорення	До двох годин
Теми	Механізми державної підтримки бізнесу, адміністративні послуги, податкова реформа для МСБ, дерегуляція господарської діяльності, просування експорту МСБ
Метод	Глибинні інтерв'ю
Географія	Усі області України, за виключенням АР Крим та м. Севастополь
Кількість	83 глибинні інтерв'ю, в кожному регіоні проведено не менше 3 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	18 питань
Середня тривалість інтерв'ю	45 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.

Добровільні внески – це платежі, що сплачуються підприємцями до різноманітних фондів готівкою, продукцією, або послугами. Також включають підписку 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 розглядаються як хабарі.

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.

Неофіційні платежі – це хабарі, сплачені готівкою, продукцією чи послугами вибраним службовцям. Дані, отримані по цьому індикатору у більшості випадків нижче, ніж фактична кількість неофіційних платежів. Цінність цього індикатора полягає здебільшого у порівняльному аналізі. В межах даного дослідження 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.

Платежі за проведення експертизи – це офіційні платежі, сплачені третій стороні за проведення незалежного аналізу й експертизи. Найчастіше використовуються в системах дозволів й 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 процесу. Не виключено, що якусь частину цих платежів посередники ймовірно сплачують урядовцям як неофіційні платежі.

Покриття – це % компаній, що визнали принаймні один випадок розповсюдження на них дії регуляторного акта за рік.

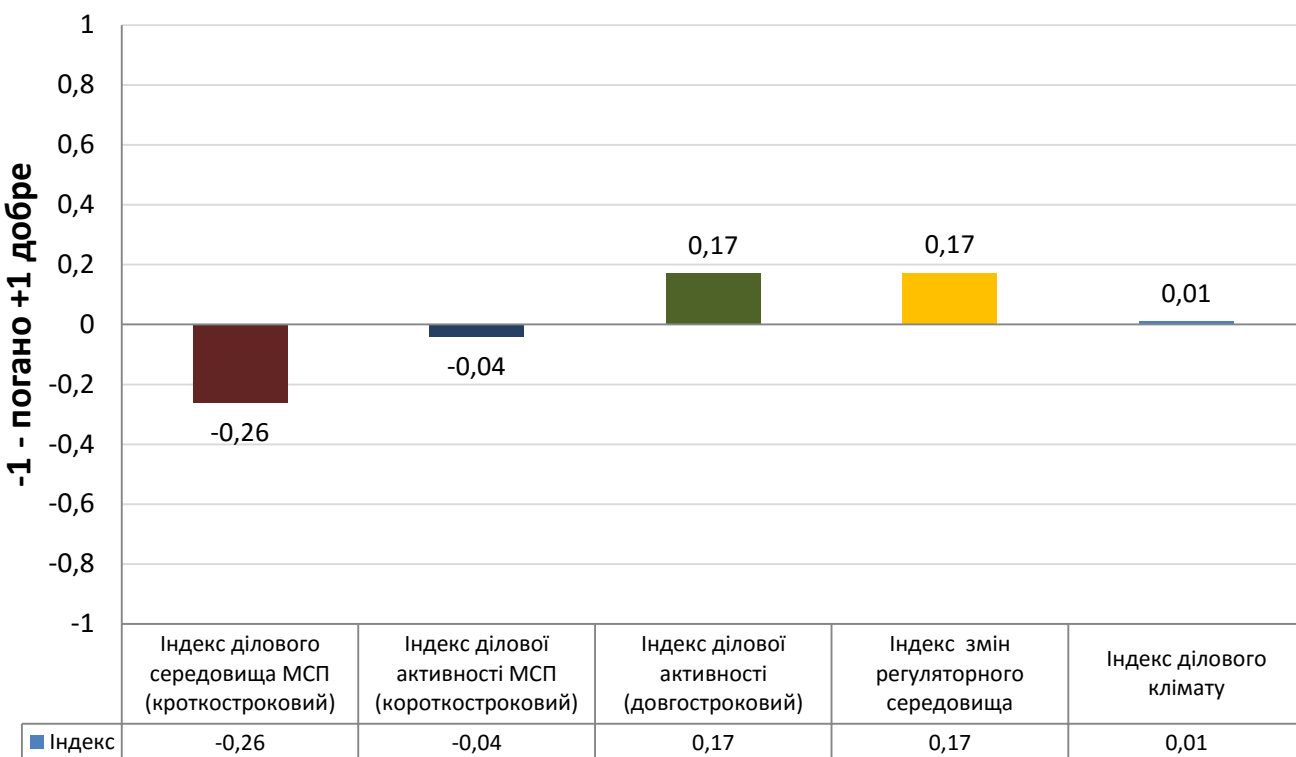
1. Діловий клімат: оцінки та очікування

1.1 Аналіз Індексу ділового клімату 2015 та його складових

Індекс ділового клімату МСП, який вимірюється за шкалою від -1 (дуже погано) до 1 (дуже добре), за результатами «Щорічної оцінки ділового клімату» для 2015 року, дорівнює 0,01, тобто має умовно позитивне значення, будучи статистично близьким до нуля. З чотирьох його складових індексів один — Індекс ділового середовища (короткостроковий) - має від'ємне значення (-0,26), два інших — Індекс ділової активності (довгостроковий) та Індекс змін регуляторного середовища - мають додатні значення (по 0,17 кожний), і ще один — Індекс ділової активності (короткостроковий) - має умовно негативне значення, близьке до нуля.

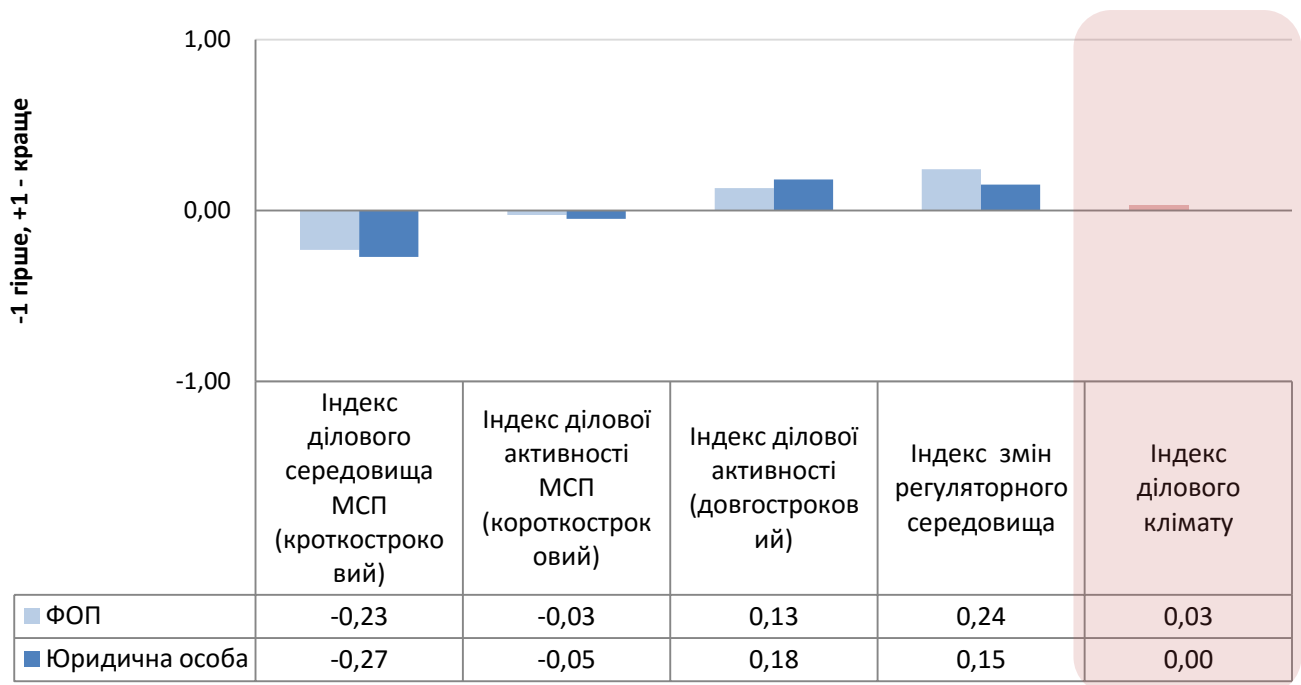
Аналіз складових цього індексу свідчить, що, попри несприятливі умови ділового середовища та економічну кон'юнктуру 2015 року, спостерігається тенденція до незначного пожвавлення ділової активності в короткотерміновій перспективі, яка має досить високі шанси стати сталою у дворічній перспективі. Додатне значення Індексу змін регуляторного середовища свідчить, що сектор МСП відчув певні позитивні зміни.

Рис. 1. Індекс ділового клімату МСП 2015 та його складові



Оцінка ділового клімату не залежить від організаційно-правової форми МСП. Значення Індексу ділового клімату не відрізняється для фізичних осіб-підприємців (+0,03) та юридичних осіб (0,00). Так само, не відрізняються для обох груп МСП ні короткострокові, ні довгострокові оцінки ділової активності та ділового середовища. Разом з цим, ФОПи дещо краще оцінюють зміни у регуляторному середовищі: так, відповідний показник становить +0,24 у групі ФОПів та 0,15 у групі юридичних осіб. Значення індексу у розрізі організаційно-правової форми МСП представлено на Рис. 2.

Рис. 2. Індекс ділового клімату МСП 2015 та його складові (за організаційно-правовою формою МСП)

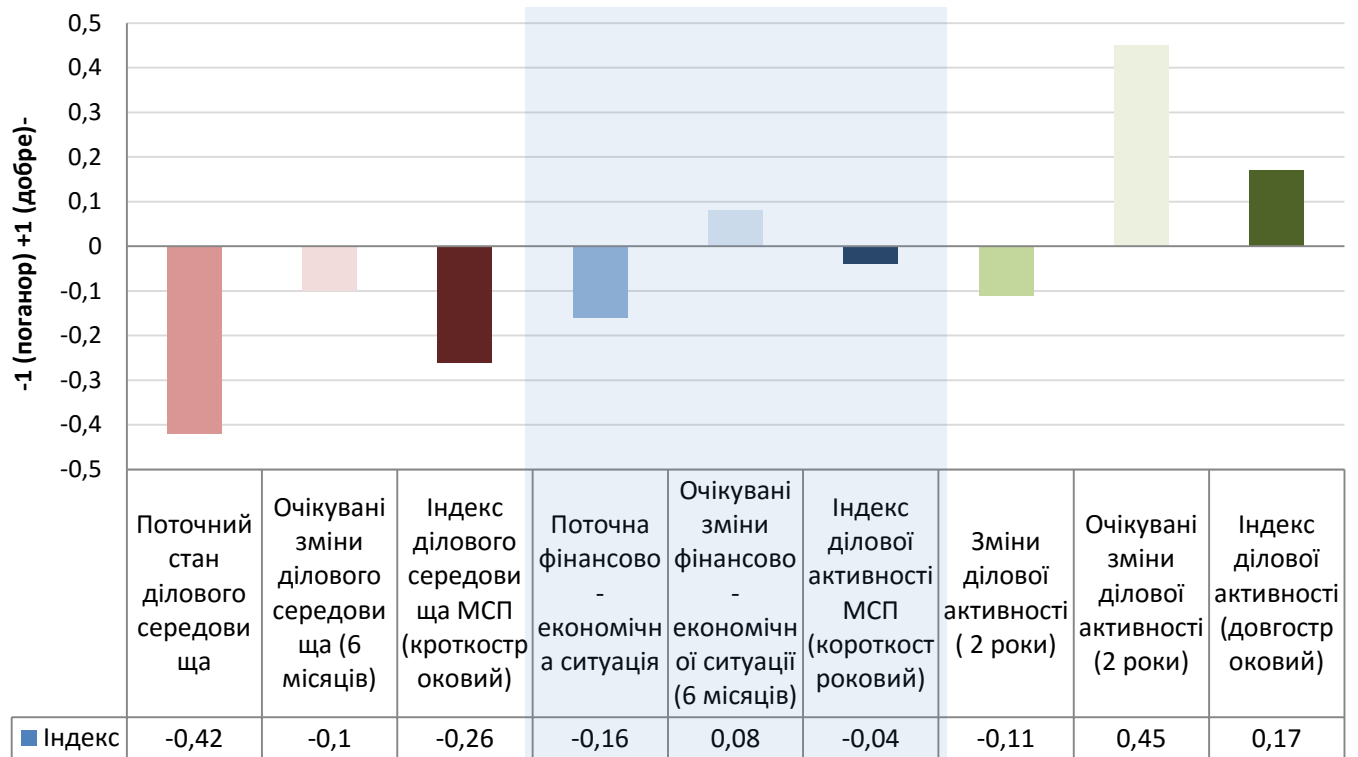


Індекс ділового середовища (короткостроковий) має від'ємне значення та дорівнює -0,26 за рахунок переважно негативних оцінок ділового середовища та економічної кон'юнктури у 2015 році (значення базового індексу поточного стану ділового середовища дорівнює -0,42). Разом із тим, очікування МСП щодо майбутнього сповнені обережного оптимізму. Значення відповідного базового індексу становить -0,1.

Індекс ділової активності (короткостроковий), попри умовно негативне значення (-0,04) за рахунок від'ємного значення індексу оцінки поточної фінансово-економічної ситуації (-0,16), усе ж несе позитивні сигнали про ймовірну активізацію ділової активності у 2016 році за рахунок умовно позитивного значення індексу очікуваних змін у фінансово-економічній ситуації.

Індекс ділової активності (довгостроковий) заслуговує на особливу увагу. За результатами дослідження, його значення є додатним та дорівнює 0,17 завдяки оптимізму МСП щодо очікуваних змін ділової активності в перспективі двох років. Значення цього індексу дорівнює 0,45, це найвище значення з усіх індексів, розраховане за результатами цього дослідження

Рис. 3. Індекси: ділове середовище та активність



Порівняння цих індексів показує, що в той час, як оцінки та очікування МСП у короткостроковій перспективі переважно негативні, у довгостроковому вимірі вони свідчать про діловий оптимізм та готовність підприємств до розвитку та збільшення активності на ринку. Крім цього, зафіксована різниця і між короткостроковими індексами. Значення індексу ділової активності більше ніж значення індексу ділового середовища вказує на те, що чим скоріше підприємства відчують результати реформ, яких вони очікують, тим більшим може бути відновлення економічної активності в країні.

1.2 Ділове середовище: оцінки та очікування в короткотерміновій перспективі

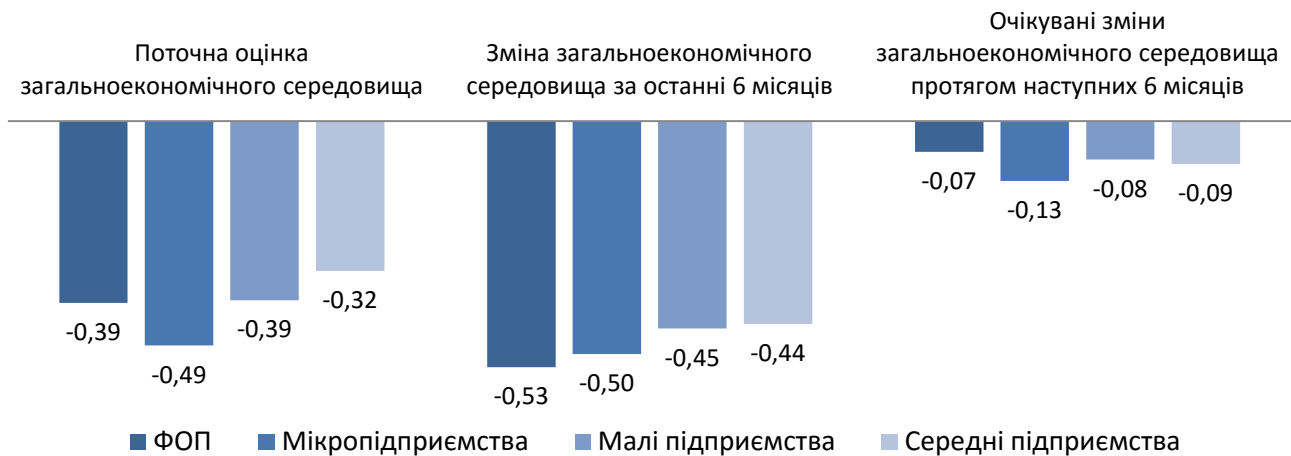
1.2.1 Оцінка стану ділового середовища

Базовий індекс оцінки поточного стану ділового середовища дорівнює -0,42⁴ за шкалою від -1 до 1. Це означає, що негативні оцінки суттєво переважають, тобто, за оцінками МСП, ділове середовище не є сприятливим для їхньої діяльності. Майже кожен другий опитаний (48,5%) вважає ділове середовище несприятливим, і лише 6,4% МСП оцінили середовище як сприятливе. Разом із тим, 45,2% вважали його задовільним.

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.

Підприємства-юридичні особи дають більш негативну оцінку діловому середовищу ніж ФОП. Так, відповідний індекс оцінки серед ФОП дорівнює -0,39, а серед підприємств-юридичних осіб — -0,43.

Рис. 4. Оцінка ділового (загальноекономічного) середовища, індекс



Також існує статистично значуща різниця між мікропідприємствами та малими і середніми підприємствами, які є юридичними особами. Що менший розмір підприємства, тим гіршими є оцінки ділового середовища. Зокрема, індекс оцінки ділового середовища для середніх підприємств становить -0,32, для малих підприємств - -0,39, а для мікропідприємств дорівнює -0,49. Слід зауважити, що мікропідприємства – це єдина категорія підприємств за розміром, де більше половини опитаних (54,1%) вважають поточний стан ділового середовища поганим.

1.2.2 Очікувані зміни ділового середовища

Респонденти значно краще оцінюють перспективи змін ділового середовища протягом наступних шести місяців, хоча і в цьому випадку переважають негативні очікування, але в набагато меншому масштабі. 38,7% усіх респондентів вважають, що ділове середовище погіршиться протягом цього часу, тоді як 28,7% опитаних очікують його покращення. Решта 32,6% вибірки вважає, що загальноекономічна ситуація не зміниться протягом наступних півроку. Базовий індекс очікуваних змін ділового середовища дорівнює -0,1.

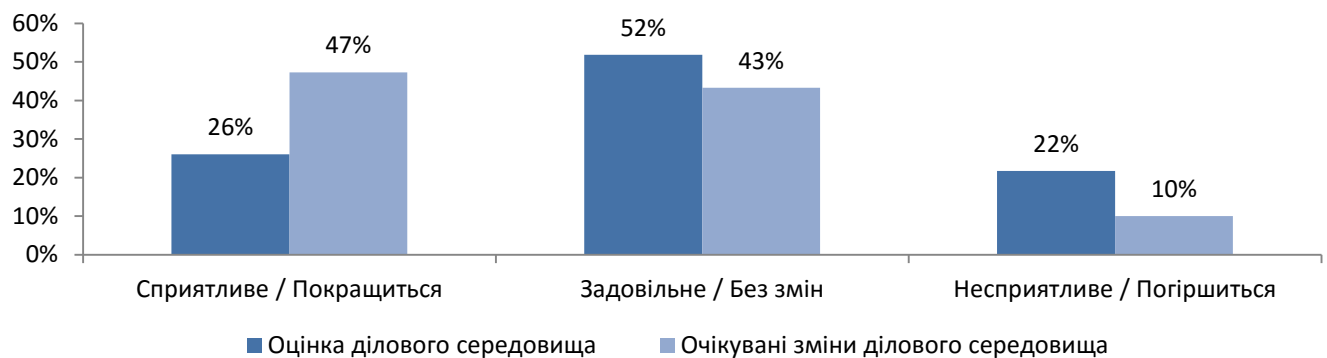
Опитані ФОП та юридичні особи не відрізняються на статистично значущому рівні у своїх очікуваннях щодо майбутніх змін ділового клімату. Відповідний індекс очікуваних змін для фізичних осіб-підприємців становить -0,07, а для підприємств-юридичних осіб він дорівнює -0,11. Між підприємствами різного розміру серед юридичних осіб також не спостерігається статистично значущої різниці в прогнозах щодо змін такого середовища. Для мікропідприємств, зокрема, індекс очікуваних змін становить -0,13, для малих підприємств він дорівнює -0,08, а для середніх підприємств знаходяться на рівні -0,09.

1.2.3 Ділове середовище: оцінки бізнесу vs. експертів

Дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» (ABCA) у 2015 році включало проведення глибоких інтерв'ю з експертами – представниками центральних та місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, а також бізнес-асоціацій. Всього було опитано 83 експерти. Оцінки ділового середовища для ведення малого та середнього бізнесу опитаними експертами та їхні очікування щодо його змін істотно кращі, ніж ті, які були зроблені опитаними малими та середніми підприємствами.

Так, індекс оцінки ділового середовища серед експертів становить 0,05, тоді як для опитаних підприємств його значення дорівнює -0,42. 26% опитаних експертів назвали ділове середовище для ведення малого та середнього бізнесу у своєму регіоні сприятливим, а 22% – несприятливим. 52% експертів вважають його задовільним. Очікування представників влади та бізнес-асоціацій щодо зміни ділового середовища для ведення малого та середнього бізнесу у своєму регіоні протягом майбутніх шести місяців також були кращими, ніж очікування опитаного бізнесу. Зокрема, 47% опитаних експертів очікували, що ділове середовище покращиться, а 43% вважали, що воно не зміниться протягом наступних півроку. Лише 10% очікували погіршення ділового середовища. У результаті, індекс очікуваних змін ділового середовища серед експертів склав 0,38, тоді як серед опитаних малих та середніх підприємств значення відповідного індексу становить -0,1.

Рис. 5. Оцінки ділового середовища експертами та очікування щодо його змін, % опитаних



Пояснюючи свої оцінки ділового середовища, ті представники органів влади та бізнес-асоціацій, які оцінили його позитивно, аргументували це прогресом у сфері дерегуляції, співпрацею між бізнесом та місцевою владою, впливом спрощеної податкової системи, діяльністю бізнес-об'єднань та наявністю інфраструктури з підтримки бізнесу: центрів платників податків та центрів надання адміністративних послуг. Негативні оцінки ділового середовища супроводжувалися коментарями, що вказували на низьку купівельну спроможність населення, інфляцію, корупцію, брак підтримки бізнесу з боку органів влади, брак кредитів та вплив збройного конфлікту у зоні АТО.

Експерти, які очікували покращення ділового середовища для ведення малого та середнього бізнесу протягом наступних шести місяців, пояснювали це тим, що економічна ситуація досягла найнижчої точки, після якої очікується зростання, а також висловлювали оптимізм у зв'язку з початком дії Угоди про асоціацію з ЄС, розробкою програм розвитку МСБ, зниженням податкового навантаження та дерегуляцією. А експерти, які вважали, що ділове середовище погіршиться за наступні півроку, бачили основними причинами цього подальше зубожіння населення та монополізацію економіки великим бізнесом.

1.3 Ділова активність: оцінки та очікування в короткотерміновій перспективі

1.3.1 Оцінка фінансово-економічної ситуації на підприємстві

Більше половини опитаних МСП оцінюють поточну фінансово-економічну ситуацію на своєму підприємстві задовільно (56,2). Серед решти респондентів негативні оцінки більш, ніж вдвічі переважають над позитивними: 30% опитаних вважають теперішню фінансово-економічну ситуацію на підприємстві поганою, а 13,7% – доброю. Відповідно, базовий *Індекс оцінки фінансово-економічної ситуації* дорівнює -0,16.

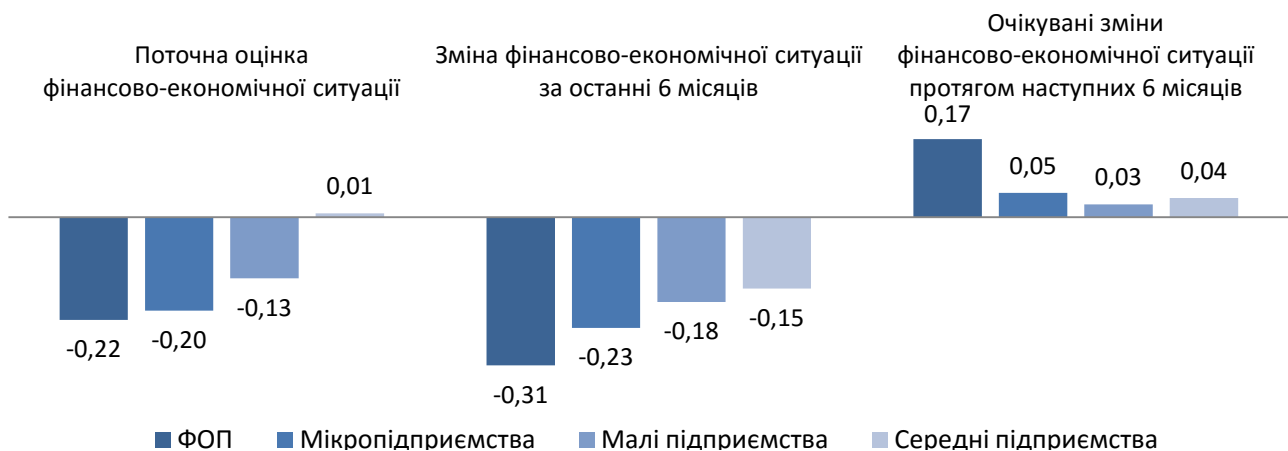
Фізичні особи-підприємці оцінюють своє фінансово-економічне становище гірше, ніж підприємства-юридичні особи. Для ФОП відповідний індекс оцінки становить -0,22, тоді як для юридичних осіб його значення дорівнює -0,14. Різниця між цими значеннями статистично значуща.

Серед юридичних осіб на статистично значущому рівні спостерігається різниця між оцінками власної фінансово-економічної ситуації мікропідприємствами, малими та середніми підприємствами. Середні підприємства – єдині серед цих категорій за розміром, для яких індекс оцінки поточної фінансово-економічної ситуації не знаходиться на від'ємному рівні. Для середніх підприємств цей індекс дорівнює 0,01, тоді як для малих його значення становить -0,13, а для мікропідприємств – зменшується до -0,2.

1.3.2 Динаміка фінансово-економічної ситуації на підприємстві

Оцінюючи зміни у власній фінансово-економічній ситуації в 2015 році, опитані МСП найчастіше відповідають, що їхня фінансово-економічна ситуація не змінилася⁵. Таку думку висловили 45,4% респондентів. Ті ж з опитаних, які повідомляли про зміни фінансово-економічного становища свого підприємства, переважно інформували про погіршення ситуації. Так, 39% опитаних відповіли, що фінансово-економічне становище їхнього бізнесу погіршилося протягом останніх шести місяців, а 15,6% повідомили, що воно покращилося. У результаті, *Індекс змін фінансово-економічної ситуації* на підприємстві становить -0,24.

Рис. 6. Оцінка фінансово-економічної ситуації, індекс



⁵ Респонденти оцінювали зміни фінансово-економічної ситуації на підприємстві (бізнесі) на кінець 2015 року порівняно з серединою 2015 року.

Для фізичних осіб-підприємців ці зміни були гіршими, ніж для підприємств, які є юридичними особами. Для ФОП індекс змін фінансово-економічної ситуації дорівнює -0,31, а для юридичних осіб відповідний індекс становить -0,21. Різниця між цими категоріями опитаних – статистично значуща.

Підприємства-юридичні особи різних розмірів деякою мірою відрізняються за оцінкою змін фінансово-економічної ситуації, проте ця різниця не статистично значуща. Відповідний індекс змін для мікропідприємств становить -0,23, для малих підприємств його значення дорівнює -0,18, а для середніх підприємств відповідне значення індексу дорівнює -0,15.

1.3.3 Очікувані зміни фінансово-економічної ситуації

Очікування респондентів щодо змін фінансово-економічного становища протягом наступних шести місяців⁶ кращі порівняно із оцінками поточної ситуації та минулих змін. Зокрема, відсоток опитаних, які сподіваються на покращення свого становища (34,7%), більший за частку тих, що очікують його погіршення (27%). Решта 38,3% учасників опитування вважають, що їхня фінансово-економічна ситуація не зміниться за цей час. Відповідний базовий *Індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації*.

Фізичні особи-підприємці більш оптимістично налаштовані стосовно змін фінансово-економічної ситуації свого бізнесу, ніж юридичні особи. Для підприємств-юридичних осіб *Індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації* дорівнює 0,04, а для ФОП він практично в чотири рази вищий -- 0,17. Ця різниця статистично значуща. Однак, між підприємствами-юридичними особами різного розміру практично немає різниці в оцінці майбутніх змін фінансово-економічного становища. Для мікропідприємств значення відповідного індексу очікуваних змін становить 0,05, для малих підприємств – 0,03, а для середніх – 0,04.

1.4 Ділова активність у довгостроковій перспективі: минулі та майбутні тенденції

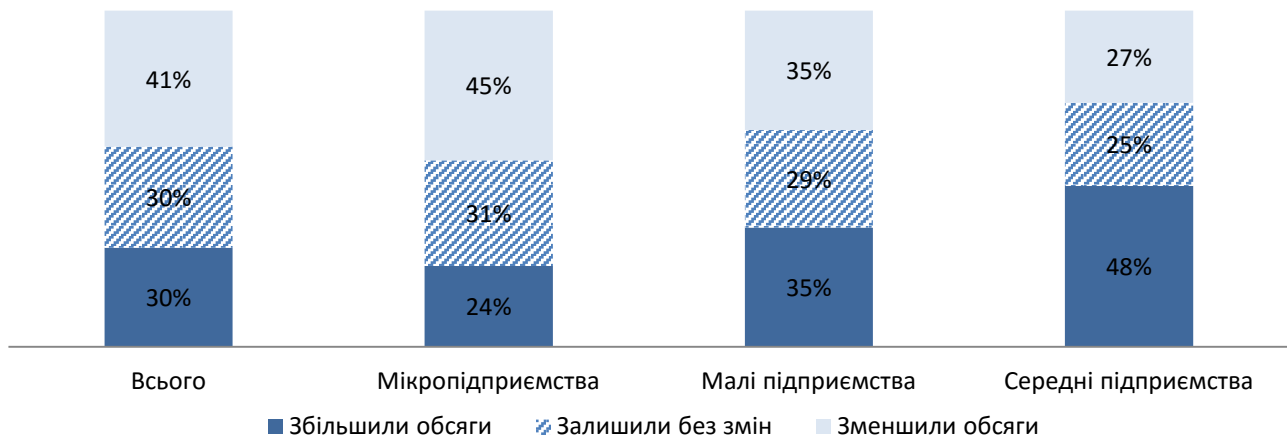
1.4.1 Зміни ділової активності за останні два роки

Значення базового *Індексу змін ділової активності* за останні два роки дорівнює -0,11. Це означає, що частка МСП, які зменшили обсяги виробництва або надання послуг чи торгівлі в 2015 році порівняно до 2014 року, перевищує частку тих, що їх збільшили. Так, 40,5% учасників опитування повідомили, що діяльність їхнього підприємства скоротилася за останні два роки, тоді як 29,5% відмітили зростання діяльності підприємства. Для 30% опитаних підприємств обсяги діяльності за цей час не змінились. Слід зауважити, що в умовах дії несприятливих зовнішніх чинників на ділову активність, зокрема впливу окупації частини території країни та військові дії у районах проведення антитерористичної операції, значення показника свідчить про потенціал сектору МСП та швидке пристосування до умов середовища.

Між фізичними особами-підприємцями та юридичними особами практично немає різниці у зміні обсягів діяльності протягом останніх двох років. 43% ФОП повідомили, що зменшили обсяги діяльності, а 26% – що збільшили їх. Серед підприємств, які є юридичними особами, частка тих, що скоротили свою діяльність, становить 39%, а тих, які її збільшили – 31%.

⁶ В кінці 2015 року респонденти давали відповідь на питання «Як зміниться фінансово-економічна ситуація на підприємстві в наступні шість місяців?», горизонтом очікувань, які висловлені в кінці одного року зазвичай є середина наступного. Однак цінність такої оцінки полягає не лише в прогнозі як такому, а й характеризує ситуацію, за якої сформульоване таке очікування.

Рис. 7. Зміна обсягів діяльності підприємств за останні два роки, % опитаних



Однак спостерігається статистично значуща різниця між підприємствами різного розміру у тому, як відбувався їхній розвиток протягом останніх двох років. В той час як більша частина мікропідприємств (45%) зменшили обсяги діяльності протягом останніх двох років, практично половина підприємств середнього розміру (48%), навпаки, розвинули свою діяльність. Для малих підприємств частки тих, що збільшили, і тих, що скоротили обсяги діяльності за попередні два роки, рівні і становлять 35,5%.

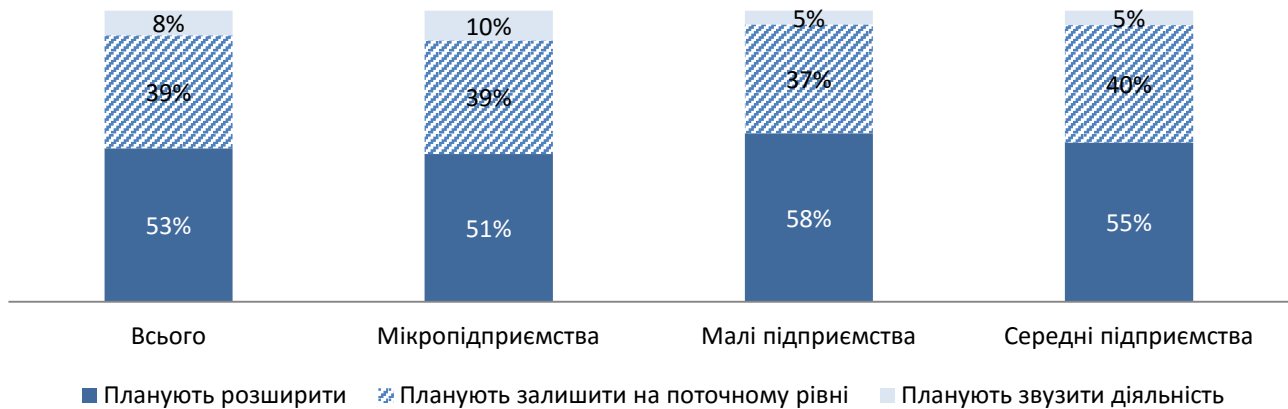
1.4.2 Перспективи розвитку бізнесу: очікування зміни через два роки

Значення базового *Індексу очікуваних змін ділової активності* в наступні два роки дорівнює 0,45. Це найвище значення з поміж усіх індексів, обрахованих за результатами цього дослідження. Серед МСП переважають оптимістичні сподівання: більше половини опитаних (53%) повідомили, що планують розширити діяльність підприємства найближчим часом. 39% планують залишити діяльність на поточному рівні, а 8% мають плани її скоротити.

Загалом, довгострокові очікування МСП щодо ділової активності є суттєво вищими за короткострокові, а рівень невизначеності є досить низьким, що є нетиповим для ділових очікувань в Україні. Лише 8% респондентів не змогли дати відповіді на запитання «Чи плануєте Ви розширювати діяльність свого підприємства протягом наступних двох років?». Це свідчить про впевненість МСП у своїх очікуваннях, що безумовно є позитивним сигналом.

Мікропідприємства відрізняються від малих та середніх підприємств тим, що містять найбільшу частку тих, що планують скоротити діяльність протягом наступних двох років. Так, 10% мікропідприємств вважають, що скоротять свої обсяги діяльності найближчими роками, тоді як відповідні частки серед малих та середніх підприємств становлять 5%. Найбільша частка підприємств, які планують розширювати діяльність, серед малих підприємств – це 58% опитаних із цієї категорії.

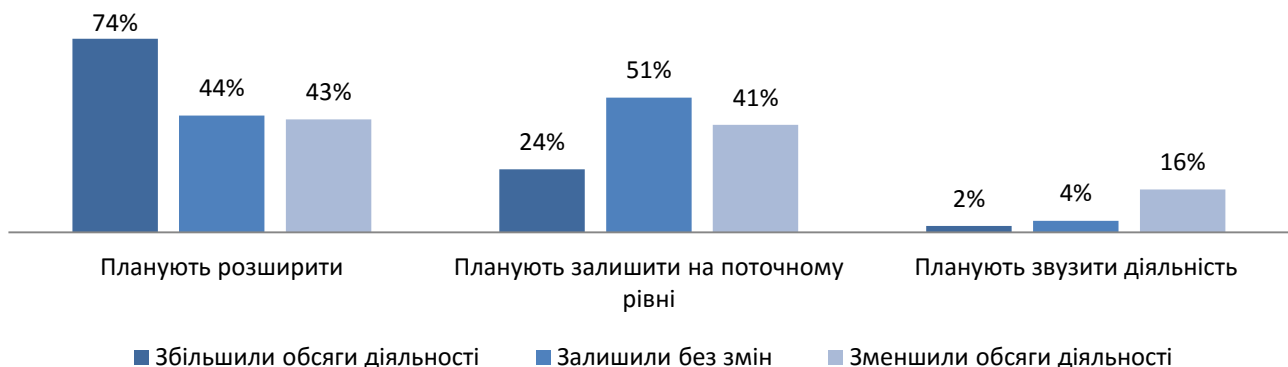
Рис. 8. Плани щодо зміни обсягів діяльності підприємств протягом наступних двох років, % опитаних



Варто також відзначити, що існує певний зв'язок між тим, якою була динаміка розвитку підприємств за попередні два роки та їхніми планами щодо наступних двох років. Опитані підприємства, які збільшили обсяги діяльності останнім часом, бачать найкращі перспективи на майбутнє: три із чотирьох таких підприємств (74%) планують і далі розширювати обсяги діяльності. Решта з них переважно вважають, що залишаться у теперішніх масштабах діяльності. Ті ж підприємства, які за минулі два роки не змінили обсягів діяльності, мають менше планів щодо їх розширення: у цій категорії 44% опитаних планують зростання на найближчий час.

Серед підприємств, які протягом двох минулих років скоротили обсяги діяльності, також менш ніж половина респондентів (43%) бачать перспективи для розвитку на наступні два роки. І у цій категорії підприємств відсоток опитаних, що планують скоротити свою діяльність, помітно більший, ніж серед інших підприємств. Так, 16% підприємств, які за останні два роки звужили обсяги діяльності, мають плани скоротити їх і протягом наступних двох років, тоді як серед підприємств, які розширили свою діяльність або не змінили її обсягів, ця частка становить відповідно 2% та 4%.

Рис. 9. Плани щодо зміни обсягів діяльності підприємств протягом наступних двох років, % опитаних



1.4.3 Висновки

- Отримані результати свідчать про високий потенціал сектору МСП, який в умовах дії несприятливих зовнішніх чинників на ділову активність, швидко пристосовується до середовища, що змінюється.

- Аналіз складових *індексу ділового клімату* показує, що попри несприятливі умови ділового середовища, військові дії та економічну кон'юнктуру 2015 року, спостерігається тенденція до певного пожвавлення ділової активності МСП в короткотерміновій перспективі, яка має досить високі шанси стати сталою у дворічній перспективі.
- Довгострокові очікування МСП щодо ділової активності є суттєво вищими за короткострокові, а рівень невизначеності є досить низьким, що свідчить про впевненість МСП у своїх очікуваннях та безумовно є позитивним сигналом.
- Додатне значення *індексу змін регуляторного середовища* свідчить, що сектор МСП відчув певні позитивні зміни в 2015 році порівняно до минулих періодів.
- Значення *індексу ділової активності* більше ніж значення *індексу ділового середовища* вказує на те, що чим скоріше підприємства відчують результати реформ, яких вони очікують, тим більшим може бути відновлення економічної активності в країні.
- Що менший розмір підприємства, тим гіршими є оцінки ділового середовища. Слід зазначити, що мікропідприємства – це єдина категорія підприємств за розміром, де більше половини опитаних вважають поточний стан ділового середовища поганим. Мікропідприємства відрізняються від малих та середніх підприємств тим, що серед них найбільша частка тих, які планують скоротити діяльність протягом наступних двох років.
- Оцінки ділового середовища представників МСП та оцінки опитаних представників органів влади, бізнес асоціацій та експертів суттєво розрізняються. МСП гірше оцінюють поточний стан середовища та більш песимістично налаштовані щодо ймовірності його змін. Значення *індексів ділового середовища та очікуваних змін ділового середовища* за результатами опитування МСП свідчать про домінування негативних оцінок, натомість значення цих же показників за результатами опитування представників органів влади, бізнес асоціацій та експертів вказують на перевагу позитивних оцінок та оптимістичних очікувань.

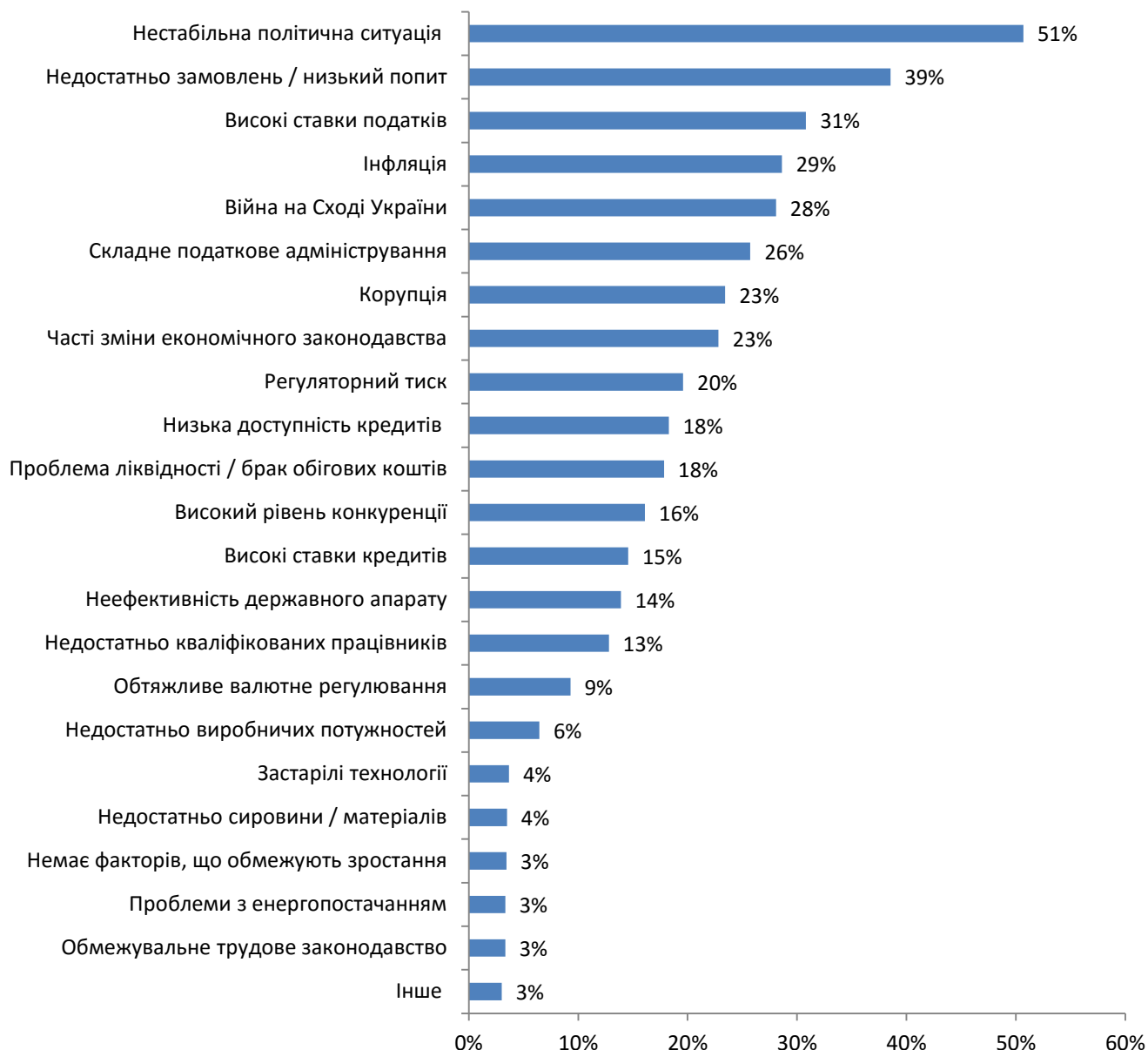
2. Перешкоди для діяльності та зростання МСП

2.1 Фактори, що негативно впливали на діяльність МСП в 2015 році

Загальний список факторів, які на думку опитаних МСП, найбільшою мірою негативно впливали на діяльність підприємств та в 2015 році, складається з 22 позицій. Рейтинг очолює, з великим відривом від інших факторів, нестабільна політична ситуація. На цю проблему вказав кожен другий з опитаних МСП (51%). Це є однаково вагомим негативним фактором як для фізичних осіб-підприємців, 51% з яких скаржиться на цю перешкоду, так і для підприємств-юридичних осіб (також 51%).

Рис. 10. Фактори, що обмежували зростання МСП в 2015 році⁷, % опитаних

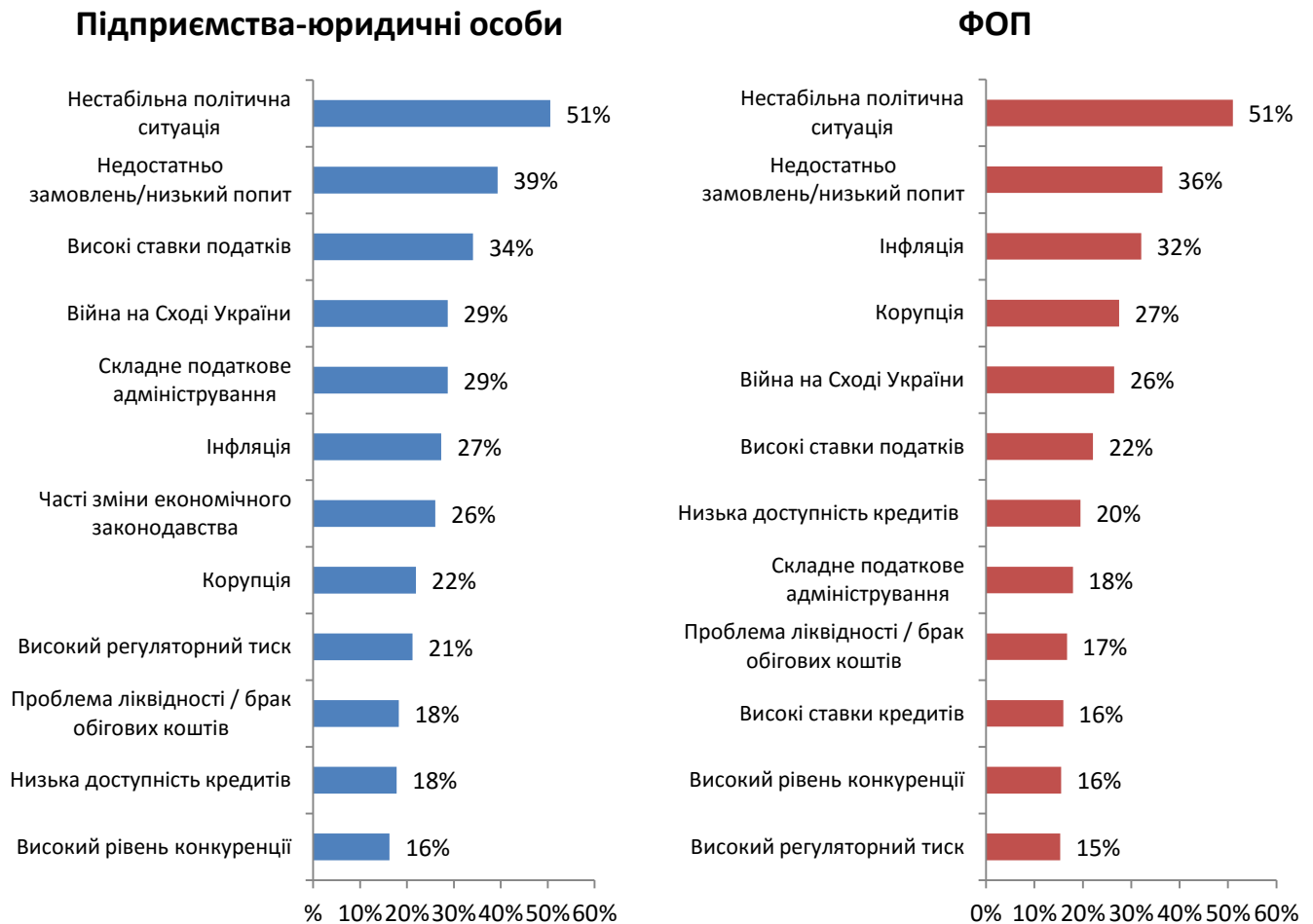
⁷ Сума відсотків є більшою ніж 100%, бо респонденти мали можливість вибирати до 5 факторів з 22 запропонованих та додавати власний варіант відповіді.



Другою за важливістю перешкодою для МСП є несприятлива ситуація на ринку: брак замовлень, недостатні обсяги реалізації, низький попит на продукцію - 39% опитаних назвали як вагомий перешкоду. Важливість цієї проблеми практично однакова як для фізичних осіб-підприємців (36%), так й для підприємств-юридичних осіб (39%).

Третє та четверте місце в рейтингу перешкод посідають фактори, які є результатом впливу «макро» складових ділового середовища - податкової системи та макроекономічної політики. Кожен третій опитаний (31%) скаржиться на високі ставки податків, а кожен четвертий (26%) – на складне податкове адміністрування. Слід зауважити, що для підприємств-юридичних осіб проблеми із податками є більш вагомими, ніж для фізичних осіб-підприємців. Так, якщо високі ставки податків вважають перешкодою 34% підприємств, які є юридичними особами й цей фактор посідає третє місце у рейтингу, то серед ФОП цей фактор називає 22% опитаних й він посідає шосте місце.

Рис. 11. Основні фактори, що обмежували зростання підприємств-юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, % опитаних



Для 29% опитаних, перешкодою для розвитку бізнесу в 2015 році була інфляція (32% ФОП та 27% юридичних осіб), а 28% повідомили, що їхньому бізнесу не дозволяє зростати війна на Сході України (29% юридичних осіб та 26% ФОП).

Війна та її вплив на всі аспекти життя в країні, за оцінками опитаних МСП, посіли п'яте місце в рейтингу факторів, що обмежували зростання бізнесу. 28% опитаних вибрали цей фактор в якості перешкоди. Серед підприємств-юридичних осіб ця проблема посідає четверту позицію (29% опитаних), в рейтингу перешкод для ФОП фактор впливу війни на п'ятому місці (26% опитаних).

Шосте місце в рейтингу посідає складне податкове адміністрування. Кожен четвертий (26%) з опитаних МСП скаржиться на цю проблему. Складне податкове адміністрування називають проблемою 29% юридичних осіб, й вона посідає п'яте місце в списку перешкод, а в рейтингу факторів, що обмежували зростання для ФОП ця проблема лише на восьмому місці - 18% опитаних ФОП вказали на неї.

Корупція посідає лише сьоме місце в рейтингу - її називають перешкодою 23% опитаних, зокрема 27% фізичних осіб-підприємців та 22% підприємств, які є юридичними особами. Для ФОП ця проблема є вагомою, у відповідному рейтингу вона посідає четверте місце -- 27% фізичних осіб-підприємців вибрали її в якості перешкоди, натомість в рейтингу перешкод для юридичних осіб цей фактор восьмий (22% респондентів з цієї групи).

Часті зміни законодавства названі перешкодою кожним четвертим з опитаних й посідають восьме місце в рейтингу. Підприємства-юридичні особи частіше від ФОП скаржаться на часті зміни законодавства: це є проблемою для 26% юридичних осіб порівняно із 14% фізичних осіб-підприємців.

Дев'яте місце в рейтингу за регуляторним тиском – 20% опитаних. Він також є більш вагомою перешкодою для юридичних осіб, ніж ФОП (відповідно 21% та 15% опитаних).

Таблиця 2. Фактори, які обмежують зростання бізнесу, % опитаних

	Вибірка	ФОП	Юридичні особи	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Немає факторів, що обмежують зростання	3%	7%	2%	4%	2%	2%
Недостатньо кваліфікованих працівників	13%	12%	13%	12%	16%	15%
Недостатньо замовлень / обсягів реалізації / низький попит на продукцію	39%	36%	39%	40%	40%	30%
Недостатньо сировини / матеріалів	4%	4%	3%	3%	3%	5%
Проблема ліквідності / брак обігових коштів	18%	17%	18%	17%	19%	22%
Нестабільна політична ситуація (нестабільність уряду, можливість протестних рухів)	51%	51%	51%	50%	53%	54%
Недостатньо виробничих потужностей	6%	5%	7%	6%	8%	8%
Низька доступність кредитів (складність процедури отримання кредитів, вимоги банків)	18%	20%	18%	19%	19%	15%
Складне податкове адміністрування	26%	18%	29%	22%	37%	31%
Війна на Сході України	28%	26%	29%	28%	28%	31%
Обмежувальне трудове законодавство	3%	4%	3%	3%	4%	3%
Корупція	23%	27%	22%	25%	21%	17%
Проблеми з енергопостачанням	3%	4%	3%	3%	4%	4%
Високий регуляторний тиск (нечітке законодавство, перевірки, бюрократичність процедур)	20%	15%	21%	18%	20%	28%
Високі ставки податків	31%	22%	34%	28%	38%	34%
Застарілі технології	4%	2%	4%	3%	3%	8%
Високі ставки кредитів	15%	16%	14%	15%	11%	18%
Часті зміни економічного законодавства	23%	14%	26%	20%	27%	32%
Високий рівень конкуренції	16%	16%	16%	15%	19%	17%
Обтяжливе валютне	9%	10%	9%	10%	7%	9%

	Вибірка	ФОП	Юридичні особи	Мікро- підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
регулювання						
Інфляція	29%	32%	27%	30%	28%	25%
Неефективність державного апарату	14%	14%	14%	15%	13%	13%
Інше	3%	3%	3%	3%	1%	4%

Низька доступність кредитів та брак ліквідності та обігових коштів ділять між собою десяте місце в рейтингу перешкод в 2015 році. Кожну перешкоду вибрали по 18% опитаних МСП. Ще чотири перешкоди з абсолютним значенням, більшим за 10%, посідають місця з дванадцятого по п'ятнадцяте серед двадцяти двох названих факторів. Це, відповідно, високий рівень конкуренції (16%), високі ставки кредитів (15%), неефективність державного апарату (14%) та брак кваліфікованих працівників (13%).

2.2 Основні виклики для МСП в 2016 році

Для узагальнення основних перешкод та подальшого аналізу впливу на діяльність МСП у 2015 році був проведений факторний аналіз, за результатами якого було виділено 10 груп перешкод, що характеризують основні виклики, з якими стикнулися МСП у 2015 році.

Рис. 12. Виклики, з якими стикнулися МСП в 2015 році, % опитаних



Перше місце в рейтингу посідає група факторів, що включає наслідки військової агресії Російської Федерації та загальну нестабільність політичної ситуації в країні (59% опитаних). Друга, за частотою вибору, група проблем пов'язана з податковим законодавством, зокрема мова йде про складність податкового адміністрування, часті зміни в законодавстві, часті зміни у формах податкової та іншої звітності (54%). Третя група проблем, що обмежувала ділову активність у секторі МСП, пов'язана з несприятливою кон'юктурою на ринках, браком попиту, високим рівнем конкуренції (48%). Четверта група проблем характеризує фінансову складову діяльності МСП, включаючи брак коштів, високі ставки кредитів та іншого позичкового

капіталу (36%). П'ятою в рейтингу є група перешкод, пов'язана з високим регуляторним тиском та корупцією (36%). Шостою є група факторів, що включає в себе обтяжливе валютне регулювання та інфляцію (35%). Брак кваліфікованих трудових ресурсів та необхідних потужностей складає сьому групу факторів (20%). Восьму позицію в рейтингу посідає неефективність державного апарату (17%). Решта перешкод - 4% та менше.

2.3 Перешкоди для зростання МСП в дворічній перспективі

47% учасників опитування вказали, що не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом наступних двох років. Серед цієї групи опитаних лише 5% вказали, що не планують зростати найближчим часом через те, що отримують достатньо доходу.

Рис. 13. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств, % опитаних



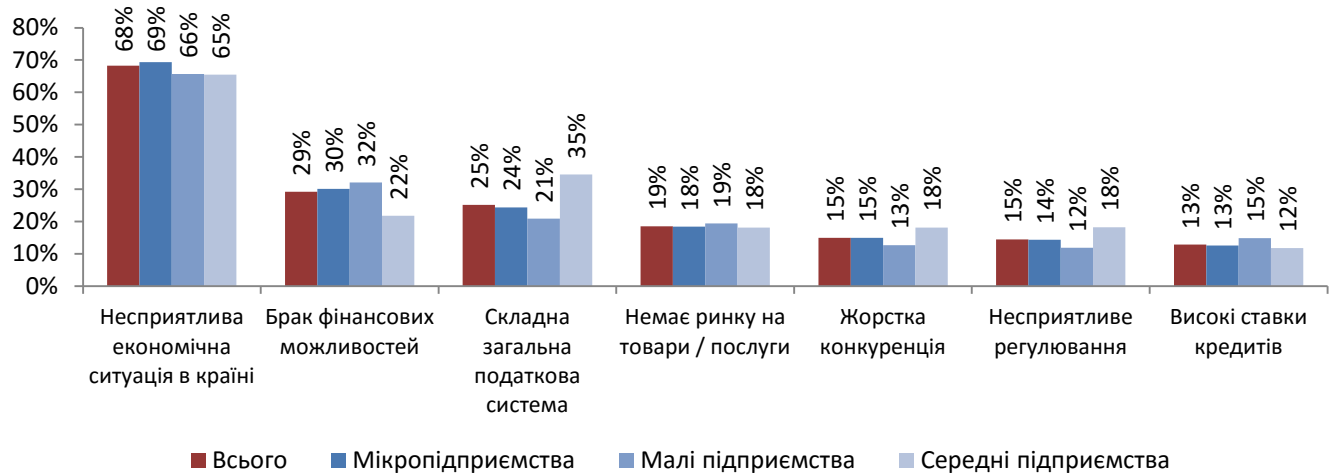
Решта підприємств вказали на проблеми, які заважають їм розширювати обсяги діяльності. Найпоширеніша із цих перешкод – несприятлива економічна ситуація в країні в 2015 році. 68% тих підприємств, які не планують розширювати свою діяльність, назвали це причиною відсутності таких планів⁸. Несприятлива економічна ситуація однаково негативно впливає на різні групи підприємств за формою власності та за розміром. На цю перешкоду вказали 69% фізичних осіб-підприємців та 68% підприємств, які є юридичними особами. Також про неї повідомляють 69% мікропідприємств, 66% малих та 65% середніх підприємств.

Інші перешкоди для розширення діяльності підприємств назвали значно менше респондентів. Так, наступна за поширеністю перешкода – брак фінансових можливостей – актуальна для 29% опитаних. При цьому підприємства середнього розміру рідше відкладають розширення через брак коштів, ніж менші за розміром фірми: на цю перешкоду вказали 22% середніх підприємств, тоді як відповідна частка серед мікропідприємств склала 30%, а серед малих – 32%. Відсоток фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб, що повідомили про брак фінансових можливостей для розширення, – практично однаковий: 31% серед ФОП та 29% серед юридичних осіб.

⁸ У цьому запитанні можна було вказувати більш, ніж одну перешкоду для зростання.

25% підприємств назвали складність загальної податкової системи причиною того, чому вони не будуть розширювати свій бізнес найближчим часом. Фізичні особи-підприємці та юридичні особи майже однаковою мірою бачать це як перешкоду (24% ФОП та 26% юридичних осіб). Та серед підприємств різних розмірів існує певна різниця: середні підприємства частіше скаржаться на складну загальну податкову систему, ніж менші підприємства. Так, 35% середніх підприємств називають складну загальну податкову систему причиною того, що не планують розширювати свою діяльність, в той час як серед мікропідприємств відповідна частка становить 24%, а серед малих – 21%.

Рис. 14. Основні перешкоди для розширення діяльності підприємств (за розміром), % опитаних



Ринкові фактори також досить помітно впливають на плани підприємств щодо розширення. 19% опитаних називає причиною того, чому вони не будуть розширювати свою діяльність, відсутність ринку для їхніх товарів або послуг, а 15% вказують на жорстку конкуренцію. Відсутність ринку – це проблема, яка однаковою мірою стосується підприємств різного розміру та різних форм власності, тоді як про жорстку конкуренцію повідомляє дещо більше підприємств-юридичних осіб (16%), ніж фізичних осіб-підприємців (12%). Невелика різниця є і в оцінці конкуренції як перешкоди для зростання підприємствами різного розміру: жорстка конкуренція стримує розвиток 18% середніх фірм, 13% малих та 15% мікропідприємств.

15% підприємств називають несприятливе регулювання перешкодою, яка заважає їхньому зростанню. Фізичні особи-підприємці вказують на цю перешкоду дещо частіше, ніж юридичні особи (18% ФОП порівняно із 13% юридичних осіб). Серед підприємств різних розмірів найчастіше зустрічаються із цією проблемою середні підприємства (18% порівняно із 14% мікропідприємств та 12% малих підприємств).

Високі ставки кредитів стали перешкодою для зростання 13% підприємств. 7% опитаних назвали перешкодою для розширення небажання втратити податкові пільги, такі як можливість користуватися спрощеною системою оподаткування, а 6% – брак виробничих потужностей. Такі причини, як брак інформації та небажання втратити контроль над процесами на підприємстві, назвали менше 5% опитаних.

Крім цього, 5% респондентів вказали на інші причини відсутності планів щодо зростання. Це, зокрема, відсутність попиту на товари чи послуги, низька купівельна спроможність населення, несприятлива політична ситуація, відсутність землі та неможливість отримати дозвіл на розширення.

2.4 Висновки

- Нестабільна політична ситуація, низький попит, податковий тиск, інфляція та складне податкове адміністрування були найвагомішими перешкодами для МСП в 2015 році.
- Попри те, що корупція вважається суттєвою проблемою бізнес клімату в Україні, вона посідає лише сьоме місце в рейтингу перешкод ведення бізнесу за результатами цього дослідження.
- Отримані дані свідчать, що для ФОП корупція є вагомішою перешкодою (четверте місце в рейтингу перешкод для ФОП), ніж для підприємств-юридичних осіб (восьме місце в рейтингу перешкод для підприємств-юридичних осіб).
- Часті зміни законодавства названі перешкодою кожним четвертим з опитаних, підприємства-юридичні особи частіше від ФОП скаржаться на часті зміни законодавства.
- Неприятлива економічна ситуація є основною причиною того, чому підприємства не планують зростати в наступні два роки.

3. Вартість регулювання

3.1 «Часовий податок»⁹

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.

За оцінками підприємств, їхнє керівництво витрачає різний обсяг часу на спілкування з представниками державних органів. Серед опитаних підприємств є як ті, що сказали, що керівництво зовсім не витрачає часу на роботу з державними органами, так і ті, що оцінили цей обсяг часу як 100%.

Середнє значення часу, присвяченого спілкуванню з органами влади у керівництва, для усіх опитаних становить 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 12% часу керівництва, а для підприємств-юридичних осіб відповідне значення – більше: 15,6%.

В перерахунку на одного працюючого часовий податок зростає зі зменшенням розміру підприємств, зокрема для мікропідприємств цей показник дорівнює 2,94, малих – 0,57 та середніх – 0,17.

Серед підприємств, які є юридичними особами, мікропідприємства та малі підприємства практично не відрізняються між собою часом, що витрачається на комунікацію із владою. Керівництво мікропідприємств виділяє на це 14,7% свого часу, а керівництво малих підприємств – 14,9%. Та для середніх підприємств цей відсоток зростає: їхнє керівництво витрачає на спілкування з владою в середньому 19% робочого часу.

Крім цього, респонденти, які вказали, що вони є суб'єктами спрощеної системи оподаткування, в середньому витрачають на спілкування з органами влади меншу частку часу керівництва (12%), ніж ті респонденти, які не є суб'єктами спрощеної системи (17% часу).

3.2 Процедури реєстрації

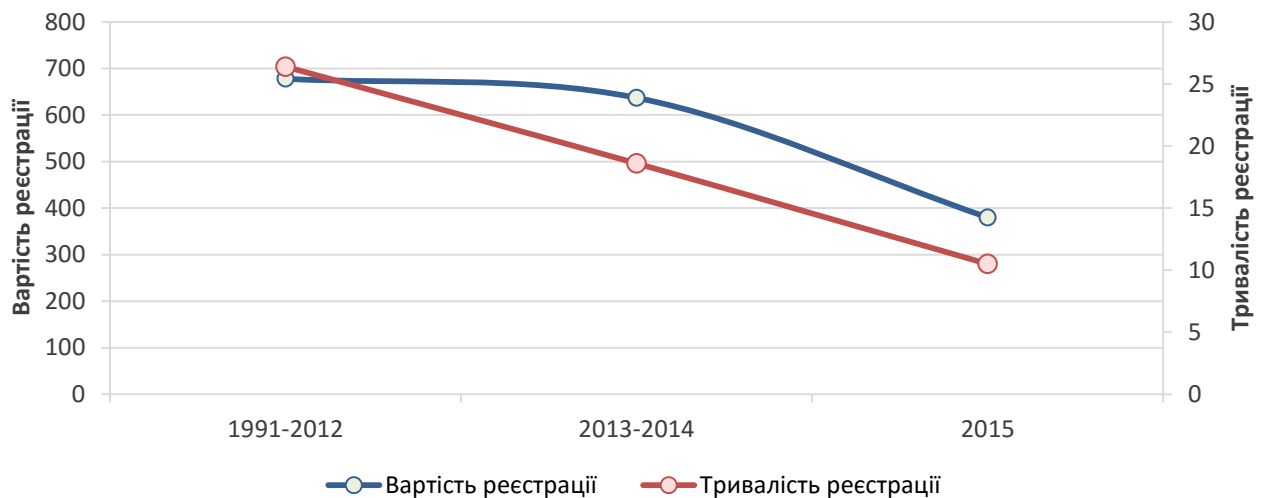
Перед початком діяльності українські підприємці повинні зареєструвати свою діяльність, що є одночасно і створенням підприємства. Подібну процедуру потрібно проходити також при зміні форми власності та організаційної структури підприємства під час перереєстрації. Від простоти чи складності цієї процедури залежить швидкість розвитку бізнесу в країні. Виділяються три складові цього процесу, а саме: 1) передреєстраційні заходи, 2) власне реєстрація в органах місцевої адміністрації та 3) післяреєстраційні заходи. Кожна з них потребує від підприємства витрат часу та ресурсів.

⁹ Відсоток робочого часу, який витрачається керівництвом підприємства на спілкування з державними органами за оцінками респондентів опитування

Повна реєстрація бізнесу без посередника у 2015 році тривала в середньому 10,5 днів (при цьому, у 53,5% випадків (пере)реєстрація підприємства зайняла не більше 3 днів). Результати опитування свідчать, що загальні витрати часу зменшувалися з кожним роком: якщо в 2013 році процес реєстрації (перереєстрації) займав в середньому 19,7 дня, то у 2014 році середні витрати становили вже 16,6 дня. Для порівняння, підприємства, які проходили реєстраційні процедури протягом 1991-2012 року роках мали витрачати на ту ж саму процедуру в середньому 26,4 дня.

Разом з тривалістю, протягом останніх років знижувалася і вартість реєстраційної процедури. Так, у 2015 році витрати на реєстрацію, за оцінками підприємств, становили в середньому 380 гривень, що значно нижче за середнє значення у підприємств, які проходили реєстрацію у 2013-2014 роках (637 грн.), та у 1991-2012 роках (678 грн.). При цьому у 2015 році 50% підприємств витратили на реєстрацію не більше 83 гривень, тоді як серед підприємств, що зареєструвалися до 2012 року, половина повідомили про витрати до 297 гривень, протягом 2013-2014 років – до 130 гривень.

Рис. 15. Реєстрація без посередника, % опитаних



Таким чином, протягом останніх років зафіксовано стабільне зниження як загальної тривалості, так і вартості реєстраційної процедури. При цьому, зниження загальної вартості певною мірою пов'язане зі зменшенням рівня адміністративних внесків у органи реєстрації: так, у 2015 році підприємства витратили в середньому 236 грн. на сплату офіційних платежів, що відчутно менше за витрати попередніх років – 329 грн. у 2013-2014 роках та 409 грн. у 1991-2012 роках (зазначимо, що зниження рівня платежів певною мірою пов'язане зі зменшенням протягом останніх років кількості установ, в яких підприємство має реєструватися, те ж стосується і кількості днів)¹⁰. Крім цього, з огляду на співвідношення загальної вартості реєстрації та названих офіційних платежів можна припустити, що зміни у спрощенні процесу реєстрації торкнулися також і неформального сектору.

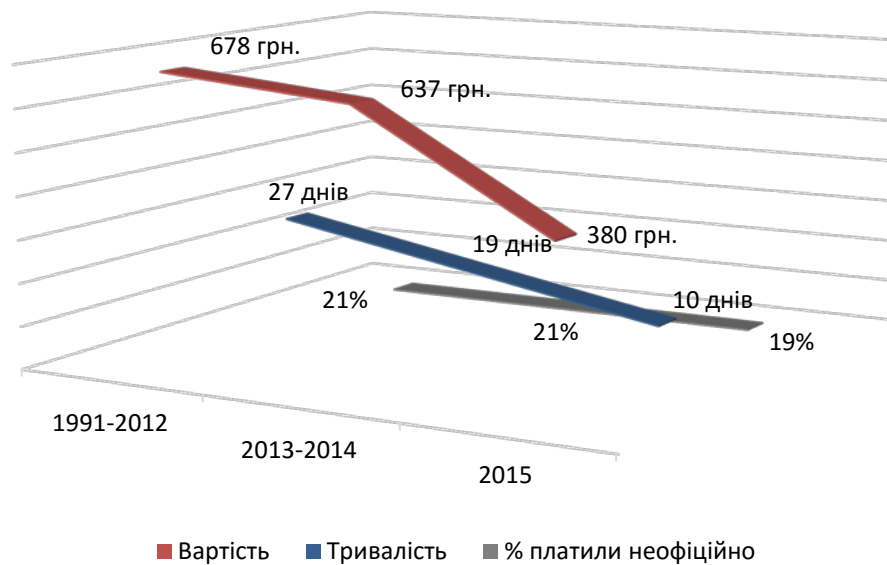
Зменшення загальної вартості витрат супроводжується відсутністю змін у кількості підприємств, які платили за реєстрацію/перереєстрацію: це стосується як офіційної, так і неофіційної плати. Варто зазначити, що, не зважаючи на політику, спрямовану проти корупції, результати дослідження показують відсутність змін у

¹⁰ Підприємства, які здійснювали реєстрацію у 2015 році в середньому витрачали 252 гривні на проходження реєстраційних процедур.

цьому напрямі. Так, частка респондентів, які при реєстрації платили хабарі хоча б в один орган, майже не змінилася: 18,6% серед підприємців, які реєстрували бізнес у 2015 році, та 21,2% серед тих, які проходили процедуру реєстрації у 2013-2014 роках.

Загалом, можна говорити про покращення умов, пов'язаних з реєстрацією або перереєстрацією підприємств.

Рис. 16. Основні реєстраційні індикатори



Про сплату неофіційних платежів частіше повідомляють фізичні особи-підприємці (22,7% проти 14,5% серед юридичних осіб)¹¹. Те ж саме стосується і розміру підприємств: неофіційні платежі частіше сплачують у групі мікропідприємств (19,0% респондентів), рідше – у групі малих та середніх підприємств (11,9% та 12,9% респондентів відповідно). Натомість, у розрізі секторів та регіонів відмінностей не виявлено: рівень неофіційних платежів є відносно стабільним незалежно від виду діяльності та розміщення підприємства.

Далі наведено дані щодо витрат на різних етапах реєстрації.

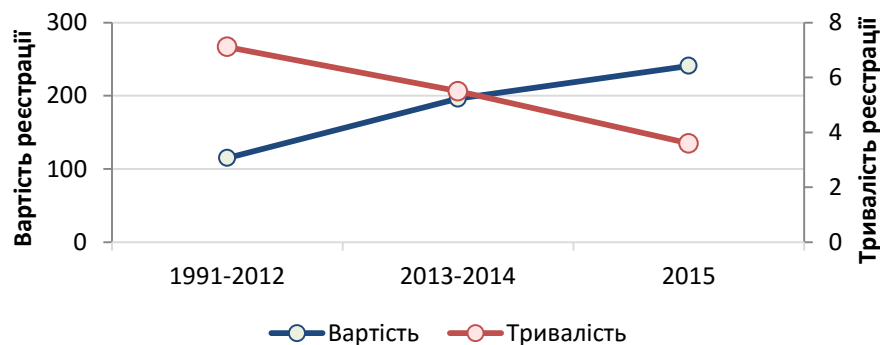
В першу чергу суб'єкт підприємницької діяльності має зареєструватися у Єдиному державному реєстрі, або, відповідно, зареєструвати зміни до відомостей, що містяться у Єдиному державному реєстрі. Відповідно до статті 25 Закону України 191-VIII (191-19) від 12.02.2015, державна реєстрація юридичної особи здійснюється у день надходження передбачених документів, фізичної особи-підприємця – не пізніше наступного робочого дня після надходження документів (у 2013-2014 відповідні терміни становили 3 робочі дні у випадку юридичних осіб та 2 дні у випадку ФОПів). Разом з тим, результати багатьох незалежних досліджень свідчать, що ці вимоги не завжди виконуються. Так, у 2015 році процес (пере)реєстрації у державній реєстраційній службі тривав в середньому 3,6 дня. Порівняно з попередніми роками цей показник помітно покращився: так, у 2014 та 2013 роках на відповідну процедуру підприємці витрачали в середньому 5,5 днів, а респонденти, які зверталися до державного реєстратора до 2012 року –

¹¹ Аналізувалися підприємства, що повідомляли про проходження реєстраційної процедури у 2013-2015 роках; значущий хі квадрат.

7,7 днів. При цьому, у 2015 році 42,6% опитаних зареєструвалися протягом одного дня, а для 75% респондентів відповідний процес тривав не більше 3 днів. Для порівняння, у 2013-2014 роках в середньому за один день реєструвалися 33,7% респондентів, тоді як у період з 1991 по 2012 роки – 30,5%, що свідчить про покращення умов реєстрації.

Вартість державної реєстрації, визначена статтею 10 Закону України 191-VIII, у 2015 році становила 0,05 мінімальної заробітної плати (60,9 грн.) у випадку юридичних осіб, та 0,02% (24,36 грн.) у випадку ФОПів. Серед підприємств, які у 2015 році проходили державного реєстратора, 71,8% респондентів повідомили про сплату офіційних платежів, вартість яких становила в середньому 129 гривень. При цьому, 17,2% підприємств повідомили про витрати на добровільні внески та неофіційні платежі. Загальні витрати склали 241 грн., що більше за вартість процесу у 2013-2014 роках (у середньому – 196 грн.)¹².

Рис. 17. Загальна вартість та тривалість процесу реєстрації у державного реєстратора



Після етапу державної реєстрації суб'єкт підприємницької діяльності має зареєструватися в інших державних органах та установах. Кількість органів залежить від організаційно-правової форми підприємства, сфери діяльності та інших чинників.

Таблиця 3. Напрями платежів при реєстрації підприємства, % опитаних¹³

	Офіційна плата			Неофіційна плата (включаючи добровільні внески)		
	2015	2014-2013	1991-2012	2015	2013	1991-2012
Державний реєстратор	72%	81%	78%	17%	20%	20%
ДФС як платник єдиного податку	43%	44%	47%	20%	19%	16%
ДФС як платник ПДВ	36%	46%	42%	16%	24%	16%
МВС (печатка)	51%	54%	58%	16%	20%	16%
Державна служба статистики	64%	71%	74%	22%	24%	16%
Пенсійний фонд	35%	42%	41%	12%	16%	13%
Фонди соціального страхування	34%	45%	40%	19%	29%	22%
Інше	44%	59%	58%	14%	17%	13%

¹² Через небажання більшості респондентів повідомляти про розміри неофіційних платежів дані є приблизними і носять консервативний характер.

¹³ Курсивом відмічені органи, в яких підприємства не реєструються, але раніше мали реєструватися.

Нижче розглядається тривалість реєстрації у найбільш типових державних органах. Так, підприємство має отримати свідоцтво від Державної фіскальної служби – як платник єдиного податку або як платник ПДВ, зареєструватися у органах Державної служби статистики, Пенсійному фонді та Фонді соціального страхування. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб - підприємців" № 3575-IV від 16.03.2006, який набрав чинності 19.10.2006, взяття юридичної особи на облік в органах статистики, державної податкової служби, Пенсійного фонду України, фондів соціального страхування відбувається на підставі надходження до цих органів відомостей з реєстраційної картки на проведення державної реєстрації юридичної особи або фізичної особи-підприємця. Додатково, відповідно до Закону України «Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо спрощення порядку відкриття бізнесу» № 1206-VII від 15.04.2014, що набув чинності з 06.11.2014, скасовано обов'язкове використання печаток юридичними особами. Скорочення термінів на реєстрацію як платника ПДВ пов'язане зі змінами у законодавстві: законом № 71 (від 28.12.2014) скорочено строк реєстрації платником ПДВ з 5 до 3 робочих днів (нова редакція пункту 183.9 статті 183 Податкового кодексу України).

Відповідно до зазначених змін у необхідності реєстрації у різних органах та тим, що респонденти не зазначали рік реєстрації (за виключенням державної реєстрації) у відповідних органах, наступні дані стосуються всіх підприємств, які реєструвалися у зазначених органах незалежно від року реєстрації. Відповідно, дані є консервативними та не віддзеркалюють останніх законодавчих змін.

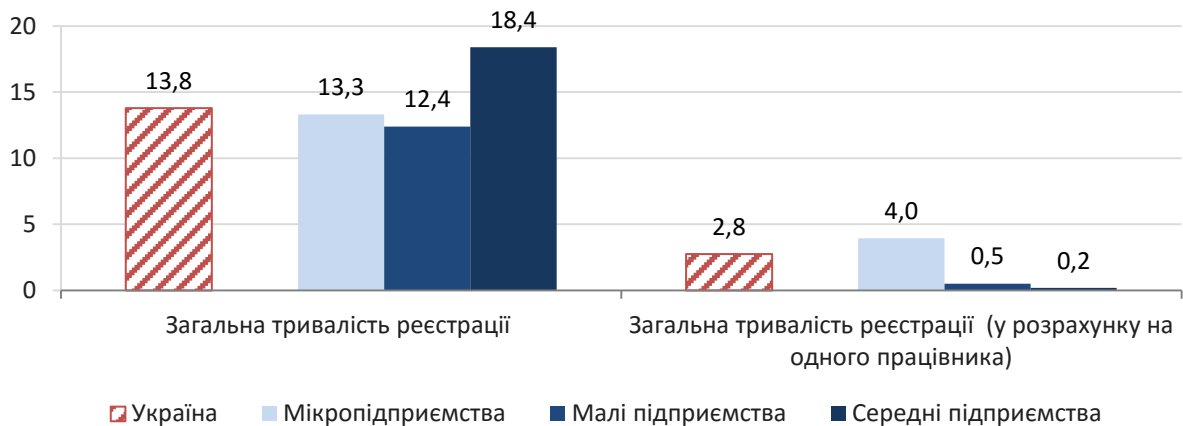
Таблиця 4. Тривалість та вартість процесу реєстрації

	Кількість днів/годин	Загальна вартість	Максимальна межа витрат у випадку 50% респондентів
Державний реєстратор (2015 рік)	3,6	241	50
ДФС/ Міндоходів як платник єдиного податку	4,8	224	96
ДФС/Міндоходів як платник ПДВ	7,6	342	130
Державна служба статистики	2,8	42	29
Печатка МВС	4,9	452	216
Пенсійний фонд	3,2	302	312
Фонди соціального страхування	2,8	-	-
Інше	14,0	621	215

Середні витрати часу на проходження повної процедури реєстрації можуть відрізнятися залежно від особливостей підприємств. Так, тривалість процесу реєстрації пов'язана з розміром підприємства і не залежить від організаційно-правової форми підприємства (ФОП/юридична особа). У середньому процес реєстрації мікропідприємства (до 10 працівників) тривав 13,3 дня, малого підприємства (11-50 працівників)

– 12,4 дня, тоді як середнього (51-250 працівників) – 18,4 дня¹⁴. Навпаки, у розрахунку на одного працівника витрати часу збільшуються зі зменшенням розміру МСП – відповідно, менші підприємства несуть більші збитки порівняно з більшими підприємствами.

Рис. 18. Загальна тривалість проходження процедури реєстрації залежно від розміру підприємств (в т.ч. у розрахунку на одного працівника), днів



Навпроти, розмір підприємства не впливає на загальну плату за реєстрацію. З іншого боку, відповідно до офіційних документів, рівень адміністративних платежів залежить від організаційно-правової форми підприємства: платежі, які мають сплачувати фізичні особи-підприємці мають бути нижчими за відповідні витрати з боку юридичних осіб. Разом з тим, ФОПи повідомляють про вищі офіційні платежі: за проходження реєстраційних процедур останні сплачували в середньому 347 гривень, тоді як юридичні особи – 222 гривні¹⁵. Відповідно, загальна сума, яку витрачали підприємці для проходження реєстрації, виявилася вищою у групі ФОПів: 435 гривень проти 312 у групі юридичних осіб¹⁶.

Тривалість реєстрації є неоднаковою у різних регіонах¹⁷. Дані за часом, витраченим підприємствами на проходження процедури у різних регіонах, подані на рисунку «Час, витрачений на реєстрацію по регіонах».

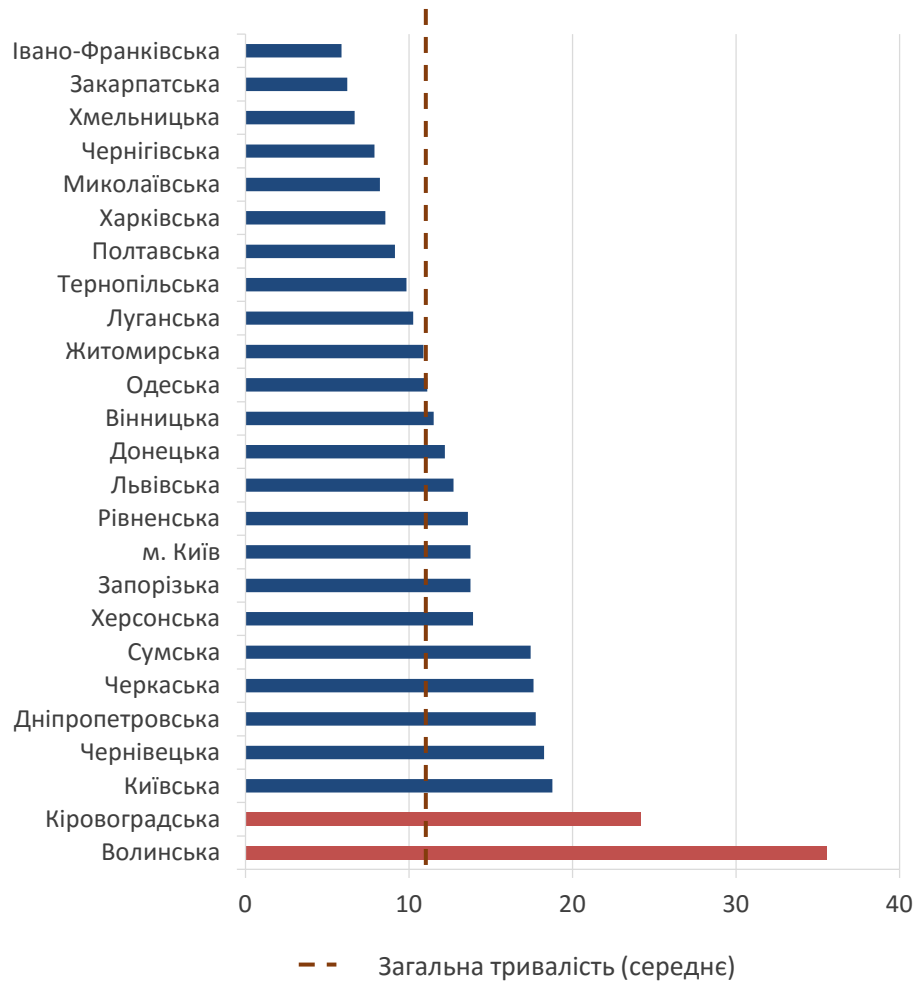
¹⁴ Обрахування тривалості реєстрації за розмірами здійснювалося за період 2013-2015 років (загальний показник тривалості реєстраційної процедури за цей період становить 13,8 днів). У 2015 році процес реєстрації мікропідприємства тривав у середньому 9,6 днів, малого підприємства – 8,0 днів, тоді як середнього – 20,7 днів.

¹⁵ Фізичні особи-підприємці частіше вказували суми неофіційних платежів (включно з добровільними внесками), які вони сплачували при реєстрації, завдяки чому ми підраховували середній розмір хабарів по цій категорії. Так, в середньому ФОПи мали витрачати додатково 1083 гривні на добровільні та неофіційні внески, при цьому вартість неофіційної плати коливається від 20 до 10000 гривень (зауважимо, що 50% респондентів витратили не більше 250 гривень).

¹⁶ Для 50% респондентів обох груп загальні витрати на реєстрацію не перевищували 100 гривень.

¹⁷ Розрахунки тривалості реєстрації за регіонами здійснювалися за період 2013-2015 років, відповідно, середнє значення витраченого часу дещо вище за показники 2015 року.

Рис. 19. Час, витрачений на реєстрацію по регіонах, днів

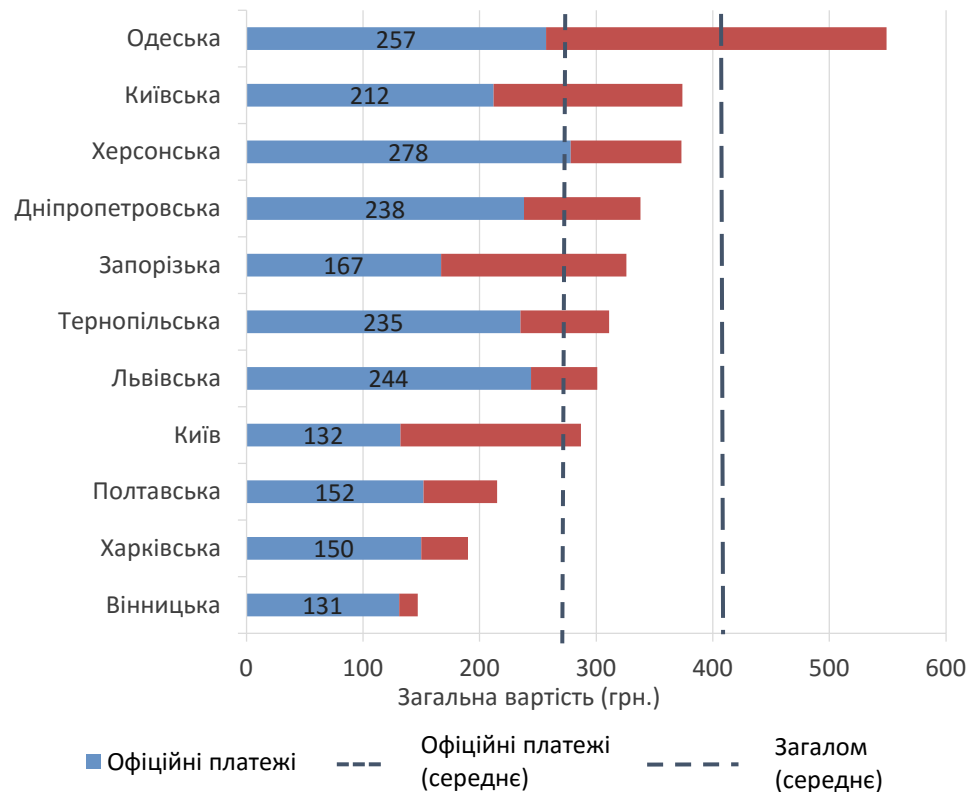


Як видно з рисунку, максимальна тривалість реєстрації спостерігається у Волинській області, респонденти якої повідомили про 35,5 витрачених днів. Так само, набагато перевищує середнє значення тривалість реєстраційної процедури у Кіровоградській області (24,2 днів). В середньому 6 днів тривав повний процес реєстрації у підприємств Івано-Франківської та Закарпатської¹⁸ областей, до 10 днів – у Хмельницькій, Чернігівській, Миколаївській, Харківській, Полтавській та Тернопільській областях.

Максимальні витрати на проходження державної реєстрації відзначили респонденти Одеської області: середня вартість офіційних платежів за реєстрацію склала 257 гривень, тоді як загальна вартість – 549 гривень. Зазначимо, що у цьому регіоні, порівняно з іншими, значний відсоток респондентів повідомили про сплату неофіційних внесків хоча б до одного органу (28%). Рівень загальних витрат за іншими регіонами нижчий за усереднений показник.

¹⁸ На питання про тривалість реєстрації у Закарпатській області відповіли 18 респондентів.

Рис. 20. Вартість реєстрації в регіонах, грн.¹⁹

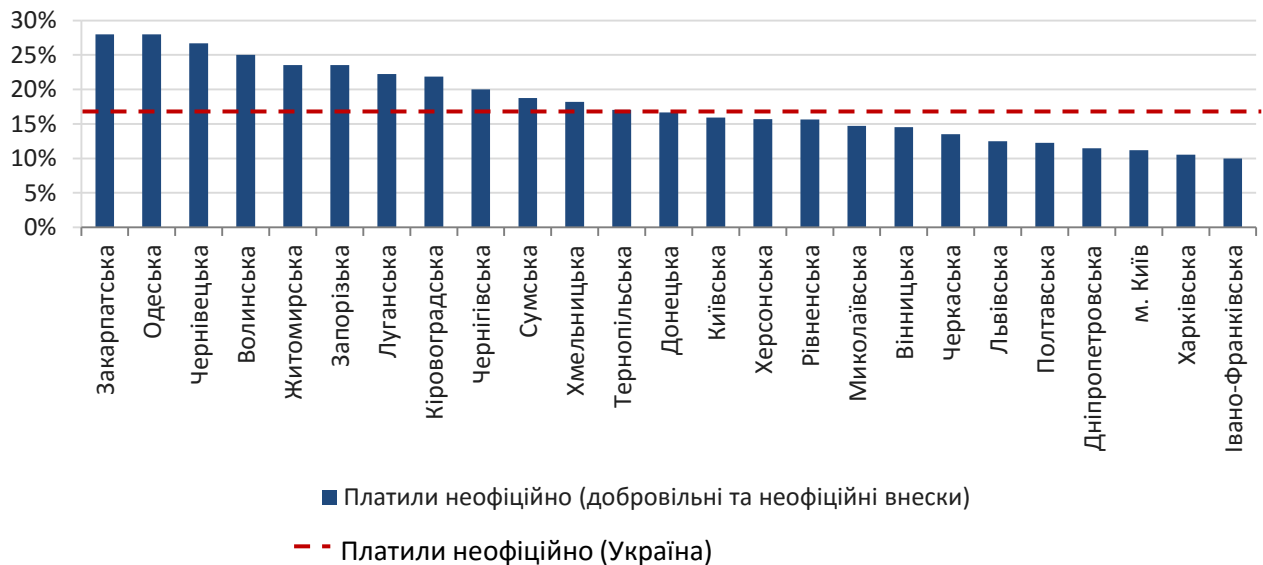


Найбільший розмах між офіційною платою та загальним рівнем витрат мають також Запорізька та Київська області та місто Київ, що може свідчити про певний рівень корупції в цих регіонах (так, про сплату добровільних та неофіційних внесків у Запорізькій та Київській областях повідомили відповідно 23,5% та 15,9% респондентів, у місті Київ – 11,2%). За оцінками респондентів найдешевше зареєструвати (перереєструвати) підприємство у Вінницькій області: загальні витрати на реєстрацію тут становлять в середньому 159 гривень.

На Рисунку «Поширеність неофіційних платежів за регіонами» зображено поширеність неофіційних витрат (добровільних та неофіційних внесків) за регіонами. Загальний показник неофіційних платежів по Україні (16,7% у 2012-2015 роках) перевищили 12 областей. При цьому, найчастіше про сплату хабарів повідомляли підприємства Закарпатської (28,0% респондентів платили неофіційно), Одеської (28,0%), Чернівецької (26,7%) та Волинської (25%) областей. Натомість, значно рідше за підприємства інших регіонів про неофіційну платню повідомили МСП Івано-Франківської, Харківської, Дніпропетровської областей та міста Києва.

¹⁹ Витрати подані лише за тими областями, в яких кількість респондентів становила 21 і більше.

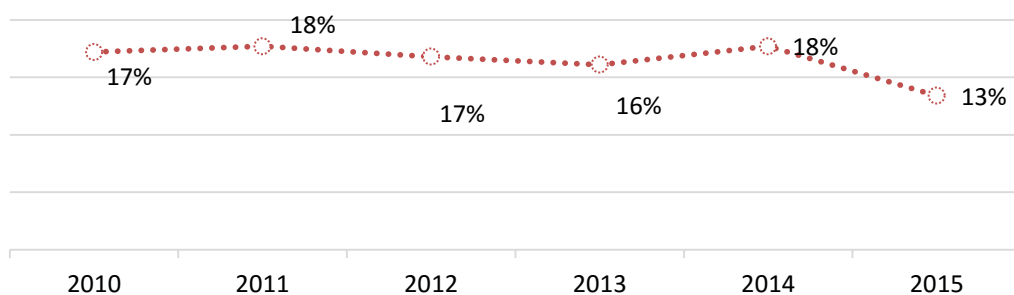
Рис. 21. Поширеність неофіційних платежів за регіонами, % опитаних



Реєстрація за допомогою посередника

Наявність посередників, відносно добре встановлений та стабільний процес реєстрації зумовлює використання підприємцями послуг останніх. Так, у 2015 році до посередників звернулося 13,4% підприємств. Цей показник дещо знизився порівняно з попередніми роками: серед підприємств, які реєструвалися до 2014 року про використання послуг посередників повідомили 16,7% підприємств, що може свідчити про полегшення процесу реєстрації бізнесу.

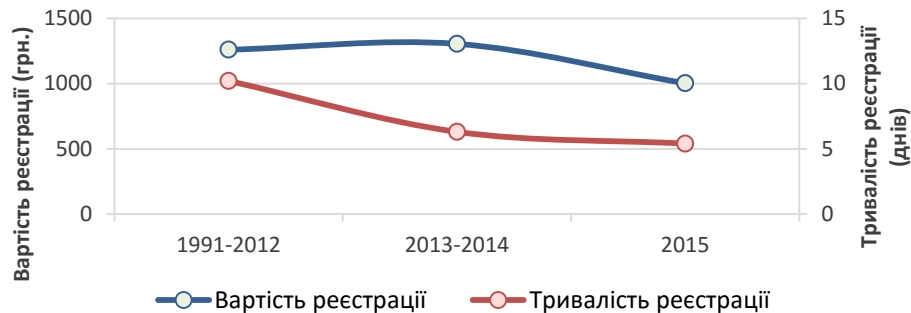
Рис. 22. Відсоток підприємств, що під час реєстрації використовували послуги посередників, % опитаних



Підприємці, які користувалися послугами посередника для (пере)реєстрації підприємства, у 2015 році витратили менше порівняно з попередніми роками. Так, тривалість реєстрації, відповідно до повідомлень респондентів, становила 5,4 дня (для порівняння, у 2013-2014 році реєстрація за допомогою посередника тривала в середньому 6,3 дня). Те ж саме стосується і вартості процесу: у 2015 реєстрація з посередником коштувала в середньому 1002 гривні, тоді як у 2013-2014 роках підприємець мав заплатити 1304 гривні. При цьому, половина опитаних підприємств, які використовували послуги посередника, витратили на

реєстрацію не більше 3 днів та не більше 600 гривень, що значно менше за показники попередніх років (відповідно, 4 дні та 1000 гривень).

Рис. 23. Реєстрація за допомогою посередника



Таким чином, звернення до посередників зекономило підприємцю 5 днів й необхідність відвідувати додаткові відомства за додаткову плату у 622 гривні. В цілому ж можна відзначити пряму залежність між тривалістю проходження реєстрації та її вартістю: підприємства, які відзначали більшу вартість процесу, реєструвалися швидше. Це справедливо як для підприємців, що користувалися послугами посередника, так і для тих, хто реєстрував підприємство самостійно.

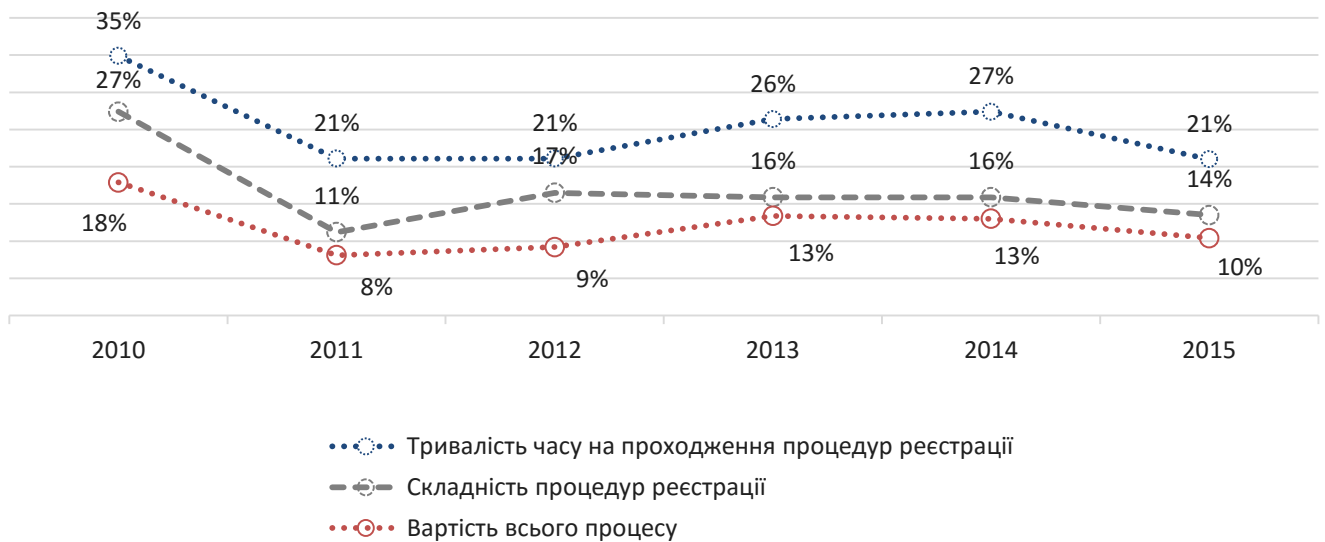
Незначне, але скорочення звернень до послуг посередників, а також загальне скорочення витрат на проходження процедури співвідноситься зі сприйняттям респондентами змін в реєстраційній системі за останні три роки. Так, на думку більшості підприємців (63,4%)²⁰, процес та умови реєстрації у 2015 році спростились порівняно з 2012 роком. Негативні оцінки змінам дали лише 7% респондентів, тоді як 29,6% не відзначили жодних змін. Відповідно, індекс змін процесів та умов²¹, пов'язаних з реєстраційною процедурою є додатнім та досить високим (+0,57).

Це підтверджують і оцінки респондентами труднощів, які виникали в процесі реєстрації. Порівняно з попередніми роками можна говорити про скорочення частки респондентів, які мали складнощі з реєстраційною процедурою та її аспектами.

²⁰ Маються на увазі респонденти, які зареєстрували свою діяльність (перереєструвалися) у 2015 році.

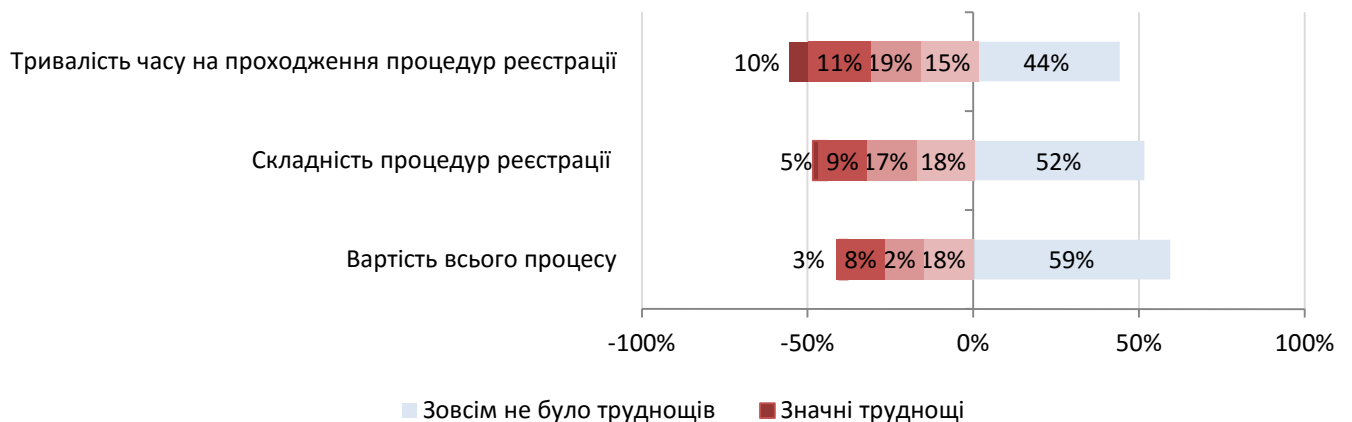
²¹ Інформація про методологію побудови Індексу змін регуляторного середовища подана у Розділі 7.

Рис. 24. Проблеми, що виникали у процесі реєстрації МСП (динаміка)²², % опитаних



Загалом, підприємці, які реєстрували бізнес у 2015 році, переважно повідомляють про відсутність труднощів як з вартістю процесу реєстрації, так і з його складністю. Натомість, найбільш проблемним аспектом реєстрації залишається її тривалість: незважаючи на її зниження відповідно до вищезазначеного показника тривалості процедури, 21,0% респондентів повідомили про значні складнощі у зв'язку з цим. Зазначимо, що підприємства різного розміру та організаційно-правової форми переважно однаково оцінюють зазначені аспекти проходження реєстраційної процедури.

Рис. 25. Проблеми, що виникали у МСП під час реєстрації у 2015 році, за 5-бальною шкалою, % опитаних



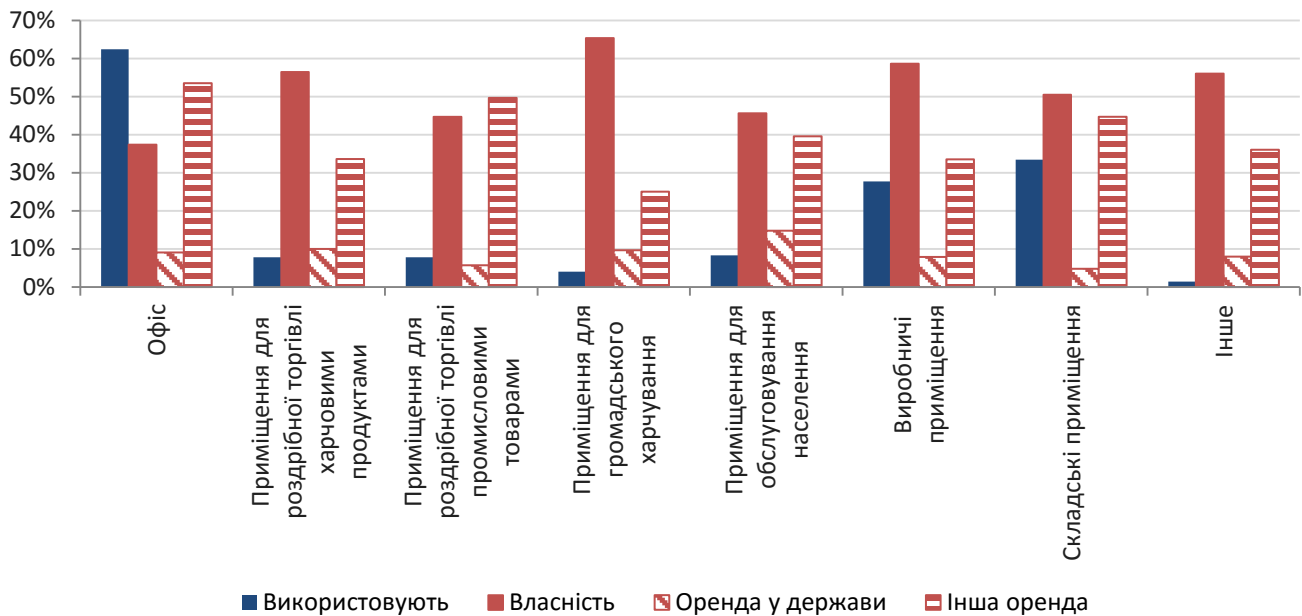
Таким чином, з огляду на вищезазначені індикатори можна говорити про певне покращення ситуації у сфері реєстрації порівняно з попередніми роками.

²² Аспекти реєстраційної процедури, що викликали значні та великі труднощі (альтернативи 3, 4 по 4-бальній шкалі, де 0 – не було труднощів, 4 – значні труднощі).

3.3 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 62,4% опитаних підприємців, складські приміщення – 33,4%, виробничі приміщення – 27,7%. Також 14,2% респондентів використовують приміщення для роздрібної торгівлі, 11,8% - приміщення для обслуговування населення та/або громадського харчування, 3,4% - інші види приміщень. Не мають, або не використовують приміщення 2,7% опитаних підприємців. При цьому, більше половини респондентів використовують орендовані площі: 51,9% - орендують їх у приватних власників, 9,3% - у держави, та 43,1% використовують приміщення на підставі власності.

Рис. 26. Типи приміщень, які використовують МСП, та підстави їх використання, % опитаних



Зазначимо, що орендують, насамперед у приватного власника, здебільшого менші за розмірами підприємства: так, серед мікропідприємств приміщення у приватних осіб орендують 56,5%, у держави – 8,4%, серед малих підприємств – 50,1% та 9,7% відповідно, серед середніх – 32,7% та 12,6% відповідно. Натомість, більші підприємства здебільшого використовують приміщення на підставі власності (63,8% респондентів).

Відповідно до результатів опитування, близько третини опитаних будували або ремонтували приміщення, та, відповідно, проходили необхідні дозвільні процедури. Так, 10,4% респондентів мали отримувати дозволи у зв'язку з будівництвом приміщення та ще 26,6% - у зв'язку з ремонтом/реконструкцією.

Регулювання будівельних робіт здійснюється відповідно до Закону України «Про регулювання містобудівної діяльності» від 17.02.2011 року. 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. Те ж саме стосується і початку користування збудованим (відремонтованим) приміщенням. Так, у випадку об'єктів I – III категорії складності, або об'єктів, будівництво яких здійснюється на підставі будівельного паспорта, забудовник має подати декларацію про початок будівельних робіт (розглядається протягом 5 робочих днів), тоді як для об'єктів IV та V категорій складності необхідно провести експертизу та отримати дозвіл на виконання будівельних робіт (розгляд протягом 10 днів). Прийняття в експлуатацію закінчених будівництвом приміщень здійснюється, так само, залежно від ступеня складності: у випадку об'єктів I-III категорій складності – на підставі реєстрації поданої замовником декларації, у випадку об'єктів IV – V категорій – на підставі акту готовності об'єкта до експлуатації та сертифікату. Прийняття рішення у обох випадках здійснюється органами державного архітектурно-будівельного контролю протягом 10 робочих днів з дати подання відповідних документів. Додатково, законом передбачено принцип «мовчазної згоди», за яким заявник набуває право на виконання будівельних робіт у разі, коли інспекція державного архітектурно-будівельного контролю не поінформувала його про результати розгляду відповідних документів. Зазначимо, що до запровадження вищезазначеного закону тривалість відповідних процедур становила 60 днів незалежно від категорії складності об'єкта, не передбачалися декларативний принцип виконання будівельних робіт та принцип мовчазної згоди, перелік необхідних дозволів був значно більшим.

Наведені надалі дані щодо вартості введення у користування приміщень, пов'язаних з підприємницькою діяльністю, стосуються підприємств, які здійснювали відповідні процедури починаючи з 1991 року. Відповідно, зазначені дані не враховують вищезазначених законодавчих та фактичних змін, є консервативними та мають насамперед описовий характер.

Відповідно до результатів дослідження, підприємець витрачає більше року на проходження процедур, необхідних для будівництва та введення в експлуатацію приміщення²³. Так, середня тривалість будівництва нового об'єкта становить 408,5 дня. При цьому, у випадку 50% респондентів, отримання всіх дозволів зайняло значно менше часу – до 210 днів, що свідчить про значні відмінності у окремих випадках. Крім часових витрат підприємці витрачали у середньому 61425 грн. протягом всього процесу.

Левову частку зазначених витрат займає виконання процедур для початку будівельних робіт (включаючи виділення землі, затвердження планів тощо) – близько 300,4 дня та 49426 грн. (витрати 50% опитаних підприємців не перевищували 180 днів та 15000 гривень). Дану суму складають офіційні платежі (в середньому 19186 грн.), платежі за проведення експертизи та оцінки (в середньому 10144 грн.), витрати на нотаріальні посвідчення (в середньому 4526 грн.), платежі юристам і посередникам та добровільні і неофіційні внески. Зазначимо, що добровільні та неофіційні витрати повідомили 36,1% підприємств.

На процедури, пов'язані з прийняттям об'єкту будівництва в експлуатацію, підприємці витрачали в середньому 83,3 дня та 16085 грн. З них 3643 грн. становили офіційні платежі, додатково підприємства сплачували за проведення експертизи та оцінки, за нотаріальні посвідчення, послуги юристів та посередників. Крім цього, 28,7% підприємств повідомили про сплату неофіційних та добровільних внесків.

²³ Йдеться про найбільш типове, на думку респондента, приміщення для його підприємства.

Таблиця 5. Напрями платежів та орієнтовні витрати на проходження процедур (будівництво), % опитаних

	Виконання всіх процедур до початку будівництва (% тих, хто платив)	Прийняття об'єкта в експлуатацію (% тих, хто платив)
Офіційні платежі	83,8%	65,1%
Платежі за проведення експертизи та оцінки	62,4%	57,1%
Витрати на нотаріальні посвідчення	54,9%	38,1%
Платежі юристам/посередникам	26,0%	15,0%
Добровільні пожертви/ неофіційні платежі	19,8%	17,9%
Загалом (грн.)	49426	16085

Додатково 48,3% підприємств повідомили про контроль процесу з боку місцевих або державних органів влади²⁴. В результаті 31,7% підприємств, які займалися будівництвом приміщення, сплачували офіційні платежі до відповідних органів влади, крім цього, 11,8% респондентів 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. Пряма вартість всього процесу склала в середньому 39205 грн. (для половини респондентів сума не перевищила 11596 грн.). Так, на першому етапі витрати опитаних підприємств становили 145,2 дня та 24282 грн. загалом. При цьому, 50% підприємств повідомили про отримання всіх необхідних дозволів у термін до 60 днів, для 50% вартість не перевищила 11385 грн. У зазначену суму входять як офіційні платежі (у середньому 18161 грн.), так і платежі за проведення експертизи та оцінки, витрати на нотаріальні посвідчення, платежі юристам або посередникам. Додатково, 29,8% підприємств повідомили про сплату неофіційних та добровільних внесків.

Прийняття об'єкта в експлуатацію коштувало підприємствам в цілому 18577 грн. (половина опитаних повідомили про витрати до 4943 грн.). Офіційні витрати склали 8081 грн., про неофіційні та добровільні внески повідомили 17,5% респондентів.

Таблиця 6. Напрями платежів та орієнтовні витрати на проходження процедур (ремонт)

	Виконання всіх процедур до початку будівництва		Прийняття об'єкта в експлуатацію	
	Платили (%)	Орієнтовна вартість (грн.)	Платили (%)	Орієнтовна вартість (грн.)
Офіційні платежі	60,5%	18161	43,6%	8081

²⁴ Витрати на зазначені процедури не включено в загальну вартість будівництва через незначну кількість респондентів, які повідомили про розміри платежів.

Платежі за проведення експертизи та оцінки	55,8%	6044	38,8%	5650
Витрати на нотаріальні посвідчення	46,5%	1761	29,8%	817
Платежі юристам/посередникам	26,6%	6471	18,8%	-
Добровільні пожертви/ неофіційні платежі	29,8%	-	17,5%	-
Загалом (грн.)		24282		18577

Узагальнені показники по процедурам будівництва та ремонту (перепрофілювання) приміщення подано у Таблиці «Основні показники регулювання процесів будівництва та ремонту».

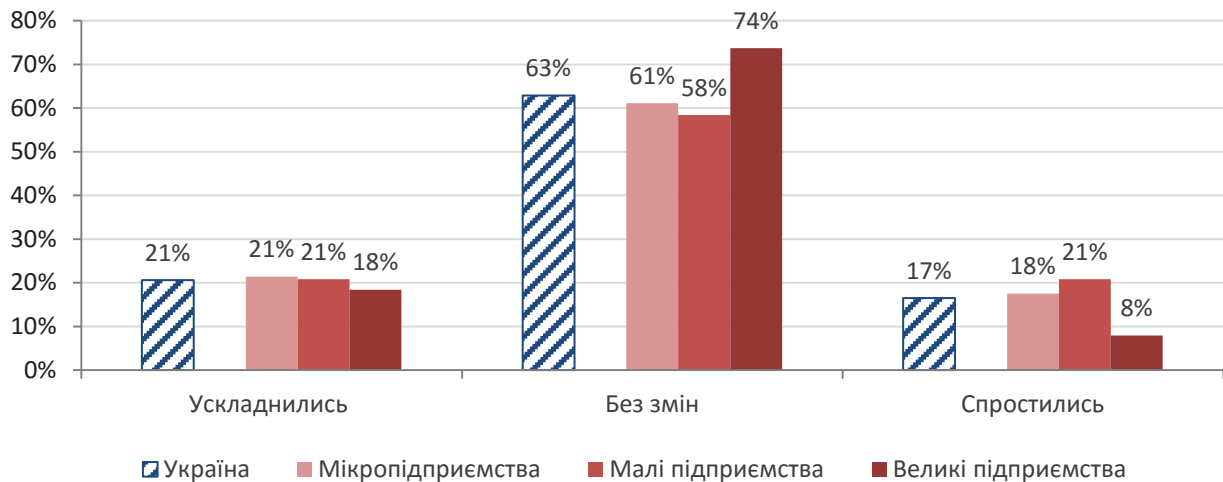
Таблиця 7. Основні показники регулювання процесів будівництва та ремонту

	Будівництво	Ремонт
Частка респондентів, які проходили процедуру (%)	10,4%	26,6%
Часові витрати на виконання всіх процедур до початку будівництва (днів)	300	145
Пряма вартість виконання всіх процедур до початку будівництва (грн.)	49426	24282
Часові витрати на прийняття об'єкта в експлуатацію після завершення робіт (днів)	83	-
Пряма вартість прийняття об'єкта в експлуатацію після завершення робіт (грн.)	16085	18577
Неофіційні та добровільні платежі в ході процесу (%)	28,0%	19,2%
Загальна тривалість процесу (днів)	405	-
Загальна пряма вартість процесу (грн.)	69036	39205

В процесі будівництва приміщення підприємці частіше стикалися зі сплатою хабарів, ніж підприємці, які ремонтували приміщення. Так, про сплату неофіційних та добровільних внесків протягом всього процесу будівництва повідомили 28,0% менеджерів, тоді як про хабарі у ході ремонту повідомили 19,2% підприємців. Загалом, неофіційні платежі протягом будівельних або ремонтних робіт сплачували 23,8% респондентів. Зазначимо, що частіше про відповідні напрями платежів повідомляють фізичні особи-підприємці (33,7% проти 16,3% у групі юридичних осіб). Так само, частота повідомлень про сплату хабарів зменшується з розміром підприємств: більші за розміром підприємства рідше говорять про неофіційні та/або добровільні внески (про сплату хабарів у процесі будівництва/ремонту приміщення повідомили 25,5% мікропідприємств, 20,8% малих підприємств та 10,7% середніх підприємств).

В цілому ж, порівнюючи процеси та умови, пов'язані з початком користування приміщеннями у 2015 році та 3 роки тому, переважають негативні оцінки (індекс оцінки змін від'ємний та становить -0,04). Так, спрощення ситуації відзначають 16,5% респондентів, тоді як ускладнення – 20,6%. Зазначимо, що підприємці, які займалися будівництвом приміщення, дещо гірше оцінюють зміни, які відбулися у сфері регулювання будівництва (індекс оцінки змін -0,08, тоді як у групі підприємств, що ремонтували приміщення -0,02).

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



	Україна	Мікро підприємства	Малі підприємства	Великі підприємства
Індекс	-0.04	-0.04	0.00	-0.11

Хоч оцінки змін умов та процесів, пов'язаних з початком користування приміщенням не пов'язані з розміром та організаційно-правовою формою підприємства, у групі середніх підприємств та серед юридичних осіб частка тих, хто відзначив спрощення ситуації з будівництвом (ремонт) приміщень менша, ніж серед інших підприємств.

3.4 Ліцензування

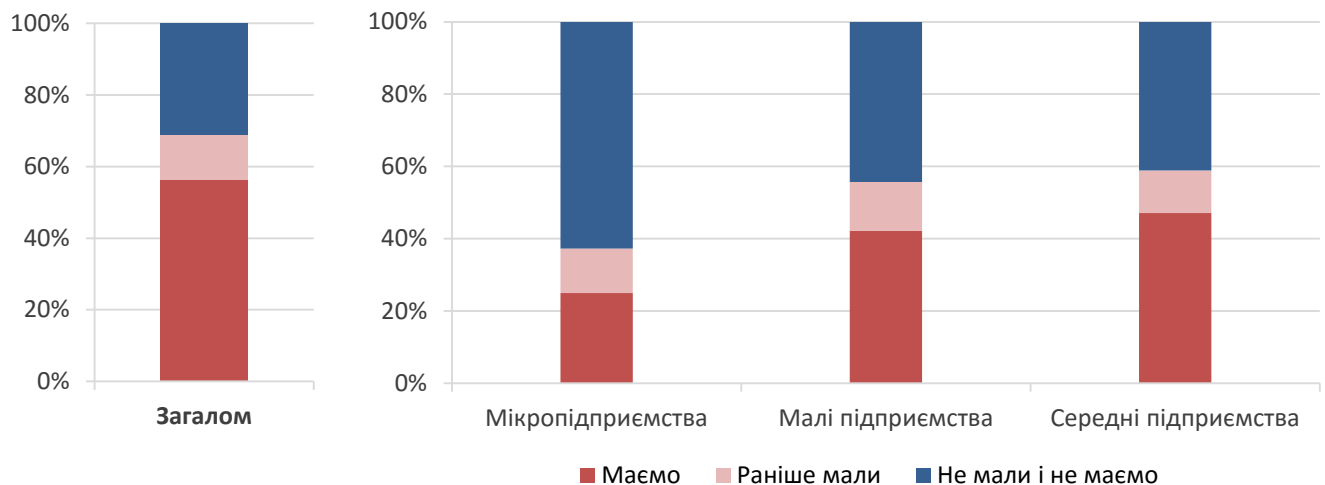
Окремі види господарської діяльності підлягають ліцензуванню. Відповідно, перш ніж розпочати свою діяльність, підприємці мають звернутися до державних органів та отримати ліцензії. Згідно законодавства, ліцензія – це документ, що надається органом ліцензування на право провадження суб'єктом господарювання 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.

Так, 31,3% респондентів зазначили, що мають принаймні одну ліцензію. Ще 12,5% підприємств мали ліцензії раніше, але зараз їх діяльність не ліцензується. Не мають та ніколи не мали ліцензій ще 56,2%

підприємств. Рівень ліцензійного покриття може бути пов'язаним як з переходом підприємців у сфери підприємництва, що не потребують ліцензування, так і з політикою щодо спрощення регулювання (зменшення видів діяльності, що ліцензуються). Рівень ліцензійного покриття пов'язаний з розміром підприємств. Так, серед середніх та малих підприємств мають ліцензії 47,1% та 42,2% відповідно, тоді як серед мікропідприємств – 24,9% респондентів.

Рис. 28. Ліцензійне покриття у розрізі розміру підприємств, % опитаних



Те ж саме можна сказати і в залежності від організаційно-правової форми МСП: серед фізичних осіб-підприємців ліцензії мають 26,5%, серед юридичних осіб – 33,1%. Найбільше ліцензуються МСП у сфері промисловості та будівництва (38,4%), та у сфері послуг (34,8% підприємств мають ліцензії). Найменше – сільськогосподарський сектор (мають ліцензії лише 13,3% опитаних підприємств).

В середньому опитані МСП мають 1,9 ліцензії. При цьому більшість респондентів (65,9%) повідомляють про 1 ліцензію. Кількість ліцензій залежить від розміру та виду діяльності підприємств. Так, мікропідприємства мають в середньому 1,5 ліцензії, тоді як більші за розміром підприємства (малі та середні) мають 2,0 та 2,2 ліцензії відповідно. Так само, найбільше ліцензій мають МСП сфери торгівлі – в середньому 2,7 ліцензії, тоді як підприємства інших видів діяльності повідомляють про приблизно 1,6 ліцензії. Натомість, кількість ліцензій не пов'язана з організаційно-правовою формою підприємства.

Порівнюючи рівень ліцензування з попереднім періодом (2012 роком), 78,9% респондентів наголошують на відсутності змін у кількості ліцензій, тоді як 13% підприємств наголосили на зменшенні кількості ліцензій та майже стільки ж – на збільшенні – 8,1%. Подібної думки притримуються підприємства незалежно від розміру, організаційно-правової форми та виду діяльності.

Строк прийняття рішення про видачу/не видачу ліцензії, відповідно до ЗУ «Про ліцензування видів господарської діяльності», має становити 10 днів з моменту подання відповідних документів, при цьому стягується разовий адміністративний внесок у розмірі однієї мінімальної заробітної плати (у 2015 році - 1218 грн.). У випадку виробництва і торгівлі алкогольними напоями та тютюновими виробами термін видачі ліцензії становить 30 днів, при цьому підприємець щорічно має сплачувати 780 гривень.

Відповідно до результатів опитування, процедура отримання однієї ліцензії займала у підприємства в середньому 36,4 дня, разом з цим, для половини респондентів тривалість процедури не перевищила 20 днів. Пряма вартість процесу становила 6841 грн., для 50% підприємств – не більше 3000 грн. Враховуючи непрямі витрати, можна говорити про загальну вартість процедури отримання ліцензії у сумі 14713 грн.

Крім офіційної плати, яка становила в середньому 3945 грн., 32,1% респондентів повідомили про сплату платежів за проведення експертизи та оцінки, та майже стільки ж (34,1%) – про витрати на нотаріальні посвідчення. Про добровільні пожертви та неофіційні платежі повідомили лише 6,6% та 9,3% респондентів відповідно. Таким чином, вартість отримання однієї ліцензії виявилася значно більшою за заявлений адміністративний внесок.

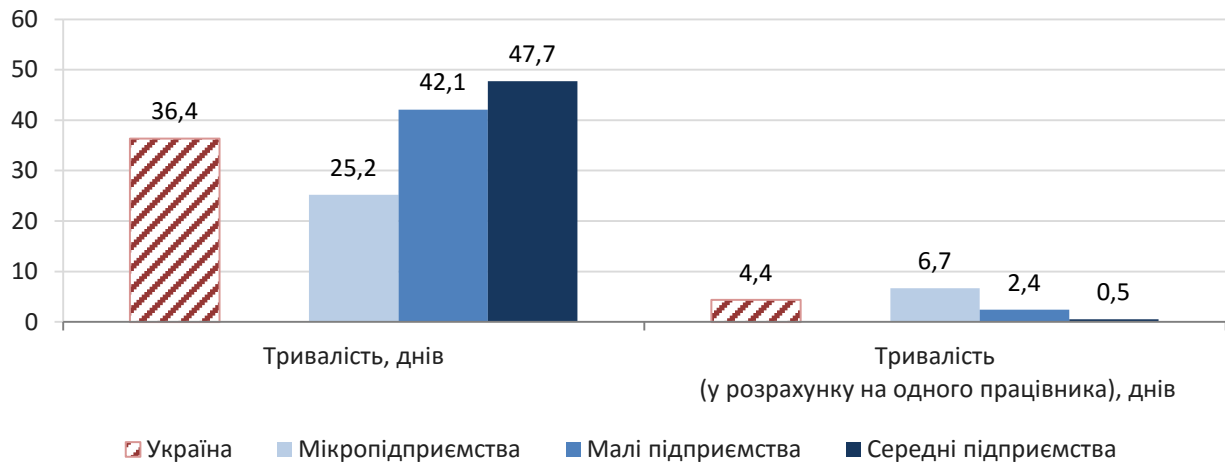
Таблиця 8. Вартість отримання ліцензії

	% тих, хто платив	Вартість (грн.)
Офіційні платежі	93,4%	3945
Платежі за проведення експертизи та оцінки	32,0%	5018
Витрати на нотаріальні посвідчення	34,3%	889
Платежі юристам/посередникам	18,2%	6607
Добровільні пожертви/ неофіційні платежі	13,2%	6133
Загалом		6841
Загальна вартість ліцензії (включаючи непрямі витрати)		14713

Витрати, пов'язані з отриманням ліцензії, зростають з розміром підприємств. Так, мікропідприємства повідомляють про 25,2 дня, витрачених на отримання ліцензії, тоді як у випадку малих та середніх підприємств – 42,1 та 47,7 дня відповідно. Те ж саме стосується і вартості процедури – прямі витрати мікропідприємств становлять 5482 грн., малих підприємств – 7559 грн., середніх – вже 10028 грн.

З іншого боку, найбільший тягар, пов'язаний з регуляторною процедурою, відчувають менші за розміром підприємства, адже вони мають менші прибутки та меншу кількість персоналу, яка зайнята відповідними питаннями. Так, у розрахунку на одного працівника, витрати часу на отримання однієї ліцензії є найбільшими для мікропідприємств та найменшими для середніх підприємств.

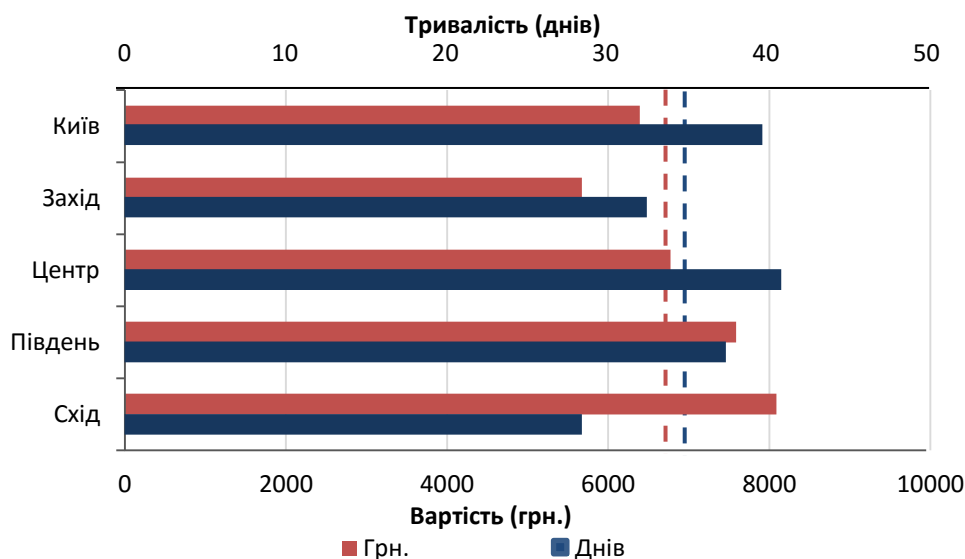
Рис. 29. Тривалість отримання однієї ліцензії (загалом, та у розрахунку на одного працівника), днів



Зазначимо, що зі збільшенням розміру підприємств зменшується частота сплати неофіційних платежів: так, якщо серед мікропідприємств про хабарі повідомили 15,5% підприємств, то серед малих та середніх підприємств цей показник становить 11,2% та 9,3% відповідно.

Подібне співвідношення стосується також ФОПів та юридичних осіб. Отримання ліцензії займає у приватного підприємця в середньому 20,1 дня та коштує 4770 грн., для юридичної особи витрати становлять 41,7 дня та 7622 грн. відповідно. Порівняно з юридичними особами, ФОПи частіше повідомляють про сплату неофіційних платежів – 11,7% проти 17,4% респондентів.

Рис. 30. Регіональний розподіл за часом та вартістю отримання ліцензії, % опитаних



Так, найшвидше отримували ліцензії підприємства сходу України (в середньому 28,5 дня), тоді як найдовше – підприємства центральної України та м. Київ (41,0 та 39,8 дня відповідно). Також, перевищила усереднену тривалість процедури на півдні України (37,5 дня). З іншого боку, найдорожче обійшлося отримання

ліцензії саме підприємствам Сходу країни (в середньому 8089 грн.), тоді як найменше заплатили підприємства західної України. Зазначимо, що з точки зору загальної вартості, процедура отримання ліцензії є найсприятливішою саме у західних областях України – відповідно до повідомлень підприємств цього регіону, повна вартість ліцензії у 2015 році становила 10518 грн., тоді як найгірші результати показали місто Київ (17709 грн.) та центральна Україна (14402 грн.). Зазначимо, що вибірки в регіонах відносно невеликі і можуть бути зсунуті в бік компаній, які потребують простіші або складніші ліцензії, тому зазначені дані не претендують на вичерпність та безумовність висновків.

Термін дії ліцензії регулюється статтею 12 зазначеного вище закону, відповідно до якої ліцензії видаються безстроково. Разом з тим, на окремі види господарської діяльності ліцензії можуть обмежуватися 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 безстрокові ліцензії мають лише 28,6% підприємств. Відповідно, 71,4% опитаних мають строкові ліцензії, середній термін дії яких становить 3,9 року. Крім цього, значна частина підприємств (31,0%) мають ліцензії строком на 5 років. Відповідно до організаційно-правової форми, п'ятирічні ліцензії мають переважно юридичні особи (37,9% проти 6,6% приватних підприємців), відповідно до виду діяльності – підприємства, що працюють у сферах промисловості та будівництва (64,3%, тоді як серед підприємств інших галузей 5-річні ліцензії мають до 30% респондентів).

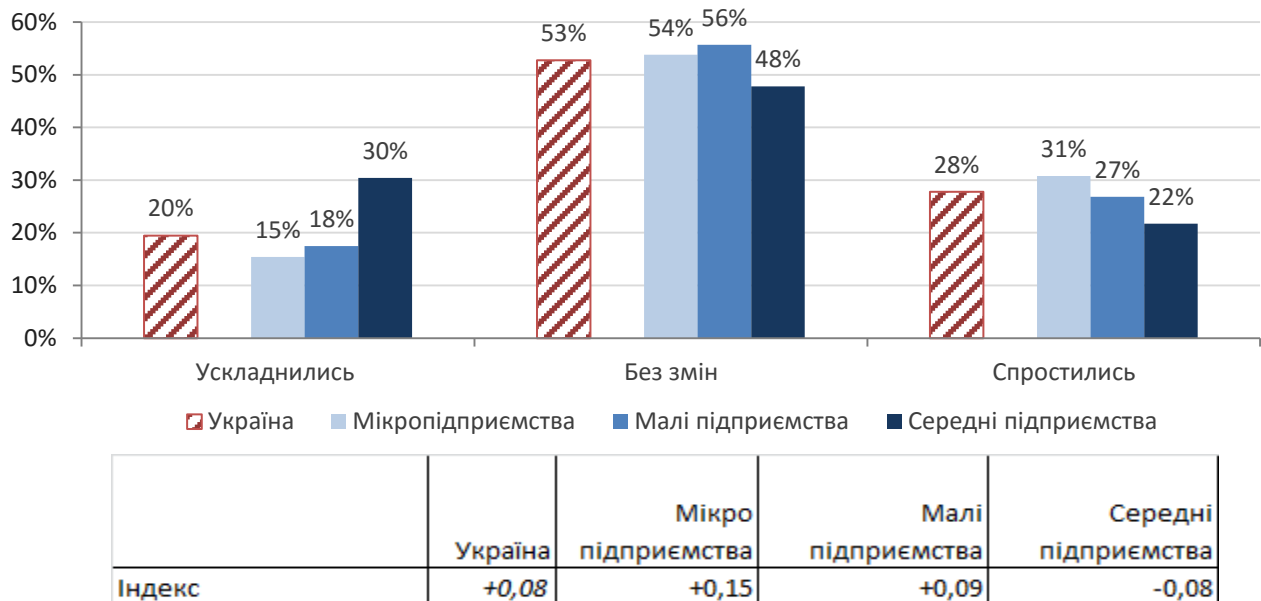
Основні показники регулювання процедури отримання ліцензій подано у Таблиці «Основні показники регулювання ліцензування».

Таблиця 9. Основні показники регулювання ліцензування, % опитаних

Покриття (%)	31,3%
Кількість ліцензій	1,9
Безстрокові ліцензії (%)	28,6%
Тривалість отримання однієї ліцензії (днів)	36
Пряма вартість однієї ліцензії (грн.)	6841
Рівень неофіційних платежів (%)	13,2%
Загальна вартість отримання однієї ліцензії (грн.)	14713

Загалом, не зважаючи на політику уряду щодо спрощення ліцензування господарської діяльності (зокрема, закон від 03.03.2015 року, правки до ряду законодавчих актів тощо), ситуація з регулюванням ліцензій особливо не змінилася. Зокрема, така точка зору підтверджується сприйняттями респондентів. Так, порівнюючи процеси та умови, пов'язані з отриманням ліцензій у 2015 та 2012 роках, на відсутності змін наголосили половина підприємств (52,9%). При цьому їх спрощення відзначили 27,7% респондентів, тоді як 19,4% сказали про ускладнення (відповідно, індекс змін регуляторної процедури додатний: +0,08).

Рис. 31. Оцінка змін процесів і умов, пов'язаних з ліцензуванням порівняно з 2012 роком (за розміром МСП), % опитаних



Зазначимо, що менші за розміром підприємства оптимістичніше оцінюють зміни у ситуації з ліцензуванням: так, індекс оцінки змін у групі мікропідприємств становить +0,15, у групі малих підприємств – +0,09, тоді як у групі середніх підприємств є від’ємним та становить -0,08. Те ж саме можна сказати і про організаційно-правову форму підприємства: індекс оцінки змін для приватних підприємців становить +0,29, тоді як для юридичних осіб - +0,01. Крім цього, гірше за інші, оцінили зміни підприємства промислового сектору та будівництва (тільки в цій групі підприємств індекс оцінки змін є від’ємним та становить -0,1).

3.5 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 відповідності²⁵.

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 експертизи²⁶. Санітарні й гігієнічні висновки впроваджуються безпосередньо державними органами.

Регуляторне покриття такими сертифікатами й дозволами – важливий індикатор масштабу державного регулювання продукції і послуг. Відповідно до результатів дослідження, сертифікувати свою продукцію та послуги необхідно 20,7% респондентів. Про необхідність отримання сертифікатів відповідності частіше

²⁵ ЗУ Про технічні регламенти та оцінку відповідності

²⁶ ЗУ Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення

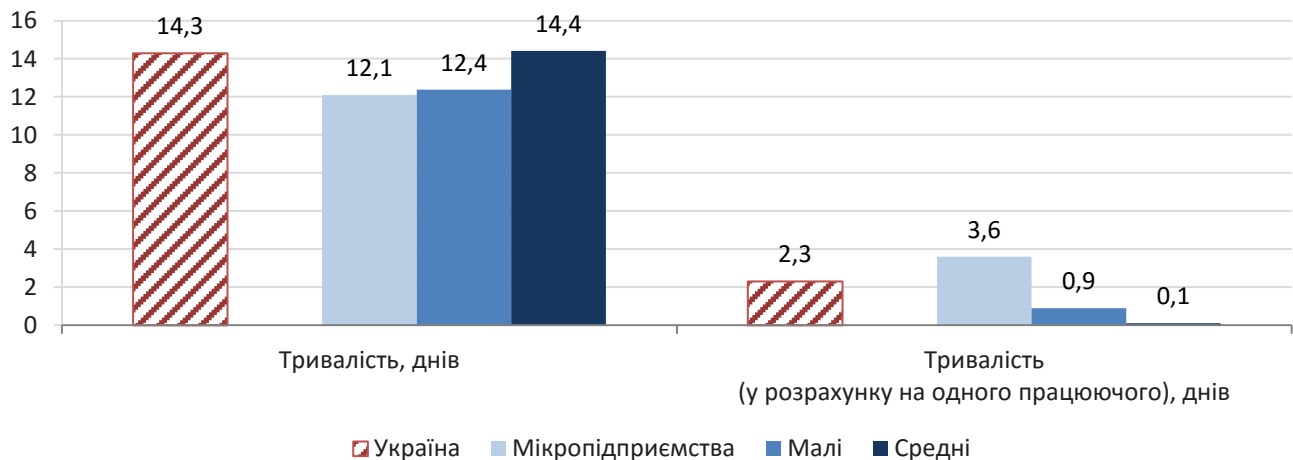
повідомляють більші за розміром підприємства: так, серед мікропідприємств відповідну процедуру проходять 16,9%, серед малих – 24,7%, тоді як серед великих підприємств – вже 33,2% опитаних. Так само, частіше сертифікують свою продукцію підприємства агросектору, промисловості та торгівлі (близько 30% респондентів), тоді як у сфері послуг таких підприємств 11,3%.

Серед підприємств, що мають отримувати сертифікати відповідності, 27,2% підприємств мають сертифікованими цілі виробничі лінії. Сертифікати на окремі партії продукції/окремі продукти отримують 80,6% респондентів.

В середньому у 2015 році підприємства займалися процесом сертифікації 4,4 рази на рік, щоразу витрачаючи на проходження процедури 14,3 дня та 6263 грн. (у 50% випадків витрати не перевищили 5 днів та 2075 грн.). Зазначену суму склали офіційні платежі (про їх сплату повідомили 72,2% підприємств – в середньому 4760 грн.), юристам або посередникам платили 11,6% респондентів та 11,2% повідомили про сплати неофіційних платежів та добровільних внесків. При цьому, загальні витрати на отримання сертифікату (враховуючи непряму вартість), становлять 14381 грн. на рік. Зазначимо, що для половини підприємств річні витрати на сертифікат варіюються від 75 грн. і до 6722 грн. Розподіл за напрямками витрат та орієнтовними сумами подано у Таблиці «Платежі за сертифікацію, гігієнічні висновки».

Витрати, пов'язані з процедурою встановлення відповідності неоднакові для підприємств різних розмірів. Так, тривалість процесу зростає з розміром підприємств – мікропідприємства витрачають у середньому 11,1 дня на отримання сертифікату відповідності, малі – 12,4 дня та середні – 14,4 дня. При цьому, як і за більшістю показників, у розрахунку на одного працюючого, спостерігається протилежна тенденція: менші за розміром підприємства витрачають значно більше часу на проходження відповідних процедур.

Рис. 32. Часові витрати МСП на отримання сертифікату відповідності, у т.ч. в розрахунку на одного працюючого, днів



При цьому вартість сертифікату для підприємств, у яких працює понад 50 осіб, значно перевищує вартість менших за розміром підприємств: 8821 грн. у групі середніх підприємств проти 3959 грн. та 6101 грн. у групах малих та мікропідприємств відповідно. Річні витрати на сертифікацію товарів та послуг становлять, відповідно, 12207 грн. у групі мікропідприємств, 11718 грн. у групі малих та 21611 грн. у групі середніх підприємств. Разом з тим, не можна говорити про пряму залежність між розмірами та загальною вартістю процедури.

Так само, більші витрати характерні для юридичних осіб порівняно з фізичними особами-підприємцями: вартість оформлення сертифікату становить, щоразу, 5,7 дня і 4658 грн. для приватних підприємців та 14,7 дня і 6454 грн. для юридичних осіб. При цьому ФОПи частіше займаються процесом сертифікації – 6,6 рази на рік порівняно з 3,8 рази у групі приватних підприємців. Річні витрати (в тому числі і непрямі) становлять, відповідно, 10347 грн. та 14929 грн.

Найбільше часу та коштів займає одноразове оформлення сертифікату у підприємств сфери послуг (в середньому 21,3 дня та 8640 грн.). Разом з цим, зазначені підприємства значно рідше займаються сертифікацією (в середньому 2,8 рази на рік, тоді як інші підприємства – 4,3 – 5,5 рази), та, відповідно, мають нижчі загальні річні витрати – 11887 грн. Найбільшою ж є вартість сертифікату у сфері торгівлі (загальні річні витрати становлять в середньому 17863 грн.).

Висновок державної санітарно-епідеміологічної експертизи є необхідним для 17,6% підприємств. Про необхідність документу частіше повідомляють середні та малі підприємства (23,7% та 29,4% респондентів відповідно), рідше – мікропідприємства (13,5%). При цьому, санітарний висновок переважно потребують підприємства аграрного комплексу та сфери промисловості (29,3% та 27,4% відповідно).

Оформлення санітарних або гігієнічних висновків забирало в підприємств у середньому 9,0 днів та коштувало 2673 грн. (витрати 50% респондентів не перевищили 740 грн.). Про добровільні внески та неофіційні платежі повідомили 10,9% респондентів, 6,9% платили за послуги юристів/посередників. В середньому, опитані підприємства отримують висновок 5,0 разів на рік. Відповідно, річна вартість процедури (враховуючи непрямі видатки) становить 9537 грн.

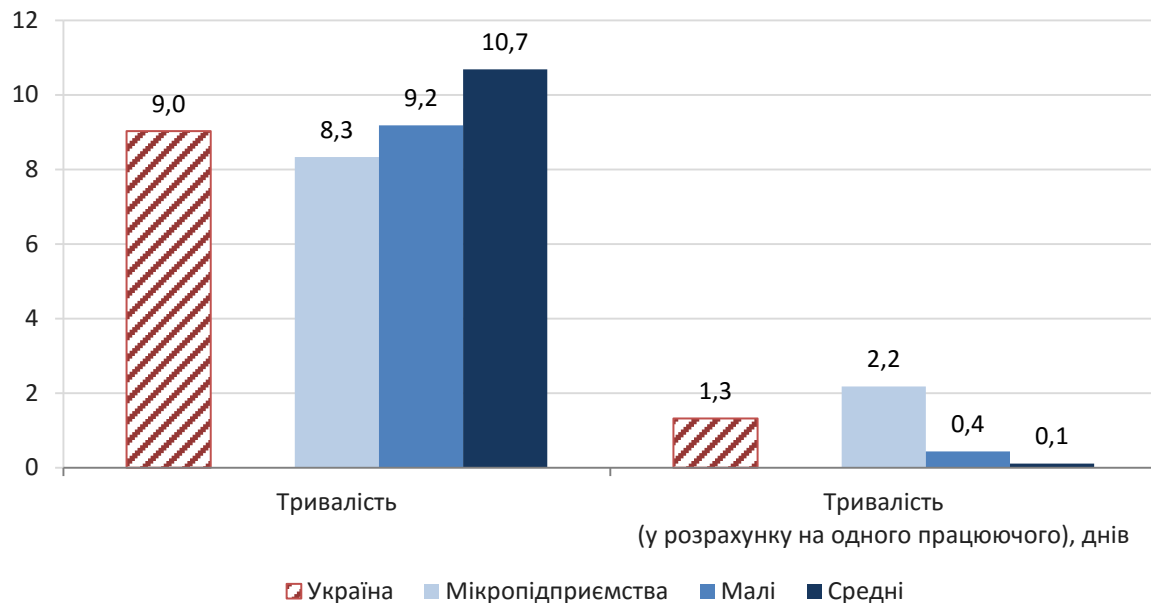
Таблиця 10. Платежі за сертифікацію, гігієнічні висновки

	Сертифікація		Гігієнічні й санітарні дозволи	
	% тих, хто платив	Вартість (грн.)	% тих, хто платив	Вартість (грн.)
Офіційні платежі	72,2%	4760	88,2	1077
За проведення експертизи та оцінки	<i>Включено у вартість офіційних платежів</i>		43%	1304
Витрати на нотаріальні посвідчення	<i>Включено у вартість офіційних платежів</i>		16%	495
Платежі юристам/посередникам	11,6%	5009	7%	-
Добровільні пожертви	11,2%	4448	10,9%	-
Неофіційні платежі				-
Загалом		6263		2500
Річна вартість (включаючи непрямі платежі та частоту проходження процедури)		14381		9537

Зазначимо, що хоч розмір підприємства не визначає на пряму тривалість та частоту оформлення гігієнічного дозволу, у розрахунку на одного працюючого часові витрати, пов'язані з отриманням документу, є значно вагомішими для мікропідприємств, ніж для малих та середніх (див. Рис. 40). Разом з

чим, ціна, яку сплачують респонденти для проходження процедури, залежить від розміру підприємств та є вищою для більших підприємств: так, річна вартість гігієнічного дозволу (включаючи непрямі витрати) становить 13793 грн. у групі середніх підприємств, 10306 грн. у групі малих та 7504 грн. у групі мікропідприємств.

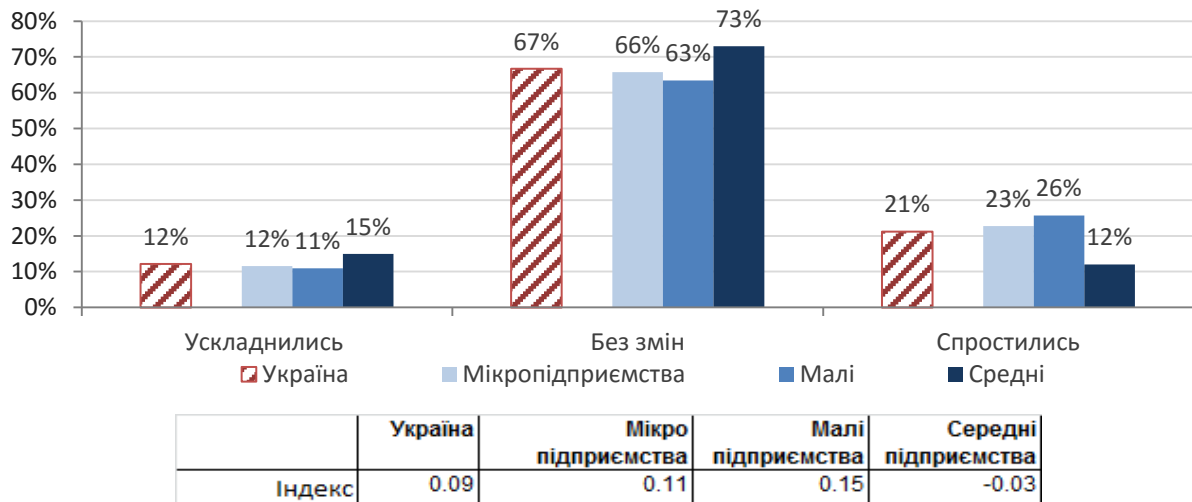
Рис. 33. Часові витрати МСП на отримання гігієнічного (санітарного) дозволу, у т.ч. в розрахунку на одного працюючого, днів



Респонденти переважно не помітили змін в умовах та процесах отримання сертифікатів та дозволів: порівнюючи процедуру у 2015 та 2013 роках, більшість респондентів (66,7%) наголошують на відсутності змін. При цьому, дещо переважає частка підприємств, які відзначили спрощення процедур (21,2%), порівняно з тими, які наголошують на їх ускладненні (12,2%). Індекс оцінки змін процесів та умов, пов'язаних з отриманням сертифікатів відповідності та гігієнічних дозволів становить +0,09.

Переважно однаково оцінили зміни, пов'язані з особливостями процесу сертифікації підприємства різних організаційно-правових форм. Близьким до узагальненого є також розподіл оцінок мікропідприємств та малих підприємств. Натомість, у групі середніх підприємств спостерігається вищий рівень невизначеності (73,0%) та незначне переважання негативних оцінок (15,0% респондентів відзначили ускладнення та 12,0% - спрощення умов та процесів сертифікації).

Рис. 34. Оцінка змін умов та процесів сертифікації залежно від розміру підприємств, % опитаних



Законодавством України передбачено принцип мовчазної згоди – набуття суб'єктом господарювання права на здійснення господарської діяльності або її видів без одержання документа дозвільного характеру за умови, якщо суб'єктом господарювання або уповноваженою ним особою подано в установленому порядку заяву та документи в повному обсязі, але у встановлений законом строк, документ дозвільного характеру або рішення про відмову у його видачі не видано або не направлено²⁷. Відповідно до даних дослідження, зазначеним принципом користувалися лише 10,1% респондентів; передусім це стосувалося дозволів (на торгівлю, початок будівництва тощо) та сертифікатів.

Відносно незначна частка респондентів повідомили про порушення з боку державних органів в плані вимагання сертифікатів або дозволів, непередбачених законодавчо (14,0%). Найчастіше в цьому контексті згадували Держсанепідемстанцію (15,9% респондентів), Фіскальну службу (10,8%) та Пожежну службу (8,0%). Зазначимо, що даний показник може бути меншим за реальний, внаслідок необізнаності респондентів щодо необхідних документів.

3.6 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 2015 році перевірки регулювалися Законом №71 та Законом №76. Обидва закони вводили мораторій на перевірки: у першому випадку на 2015 – 2016 роки, у другому – на термін до 30 червня 2015 року включно. Крім того, протягом

²⁷ ЗУ Про дозвільну систему у сфері господарської діяльності

2015 року Кабмін неодноразово надавав дозволи на перевірки деяким органам, що підвищило загальну кількість перевірок.

Як результат, у 2015 році 51,2% респондентів повідомили про відсутність перевірок взагалі. Серед підприємств, які перевірялися принаймні одним органом, частота інспекцій склала 3,8 рази. Про зменшення у частоті перевірок свідчить насамперед сприйняття респондентів. Так, на думку 53,7% керівників, кількість перевірок порівняно з 2012 роком зменшилася, тоді як 42,9% повідомили про відсутність змін і лише 3,4% повідомили про їх збільшення.

Найчастіше перевірки проводилися митними органами, однак через незначне покриття (про перевірки митними органами повідомили 1,4% респондентів) це не вплинуло на стан загального бізнес середовища. Здебільшого ж у 2015 році перевірки здійснювалися Органами пожежної охорони (22,4% респондентів), Державною податковою інспекцією (17,8%) та Державною санітарно-епідеміологічною службою (9,9%). При цьому, найбільш суттєвими з точки зору затраченого часу респонденти відзначили інспекції з боку ДПІ: підприємства перевірялися в середньому 2,1 рази та витрачали близько 7,8 дня на кожну перевірку (часові витрати у випадку 50% респондентів не перевищили 3 днів). Загальна тривалість перевірок протягом року становила в середньому 13,8 дня, а у випадку половини респондентів – не більше 5 днів.

Дані щодо відомств, «відповідальних» за більшість перевірок в Україні, представлені в Таблиці «Покриття перевітками, частота перевірок і тривалість у 2015 році». Додатково, в рядку «Інше» респонденти могли додати інші, не включені до списку служби, які перевіряли їх протягом останнього року. Підприємці назвали 7 таких відомств від Прокуратури до Фонду соціального страхування.

Таблиця 11. Покриття перевітками, частота перевірок і тривалість у 2015 році

	Покриття (%)	Кількість перевірок	Середня тривалість однієї перевірки (днів)
ДПІ (Податкова)	17,8%	2,1	7,8
Органи пожежної охорони	22,4%	1,5	2,3
Держсанепідемстанція	9,9%	2,3	1,6
Органи МВС	3,9%	2,4	1,7
Міністерство екології та природних ресурсів	5,1%	1,1	3,9
Органи захисту прав споживачів	3,1%	1,5	1,4
Митниця	1,4%	10,3	1,5
Органи державного ринкового нагляду	0,9%	3,1	1,3
Антимонопольний комітет	1,3%	1,8	6,4
Державна архітектурно-будівельна інспекція України	2,7%	2,4	3,5
Орган ліцензування	2,3%	1,5	2,9
Державна служба України з питань праці	7,0%	1,2	2,8
Органи пенсійного фонду	7,9%	2,1	2,2
Державна фінансова інспекція	3,5%	1,3	14,0

Інше	9,9%	1,6	3,8
Загалом		3,8	13,8

Про витрати, пов'язані з державним наглядом (штрафи, конфіскації, неофіційні платежі), повідомили 37,8% підприємств з тих, що мали перевірки. Більшість витрат стосувалися штрафів (про їх сплату повідомили 34,7% респондентів), також були малочисельні випадки неофіційних платежів (6,0%) та конфіскації продукції (1,2%). Зазначимо, що середні підприємства частіше повідомляли про витрати у результаті інспекцій, найперше це стосується штрафів (54,4% порівняно з 33,5% та 26,3% у групі малих та мікропідприємств). Здебільшого витратами закінчувалися перевірки податковою службою: 44,6% респондентів повідомили про певні платежі, які, одночасно, були і найсуттєвішими за розмірами.

Загалом, за проходження перевірок одне підприємство сплачувало в середньому 33141 грн. штрафів, конфіскацій та неофіційних платежів за 2015 рік. При цьому, для половини опитаних загальні витрати не перевищили 910 грн. В цілому ж, з урахуванням непрямих витрат, внаслідок перевірок МСП витратило 40938 грн. протягом року.

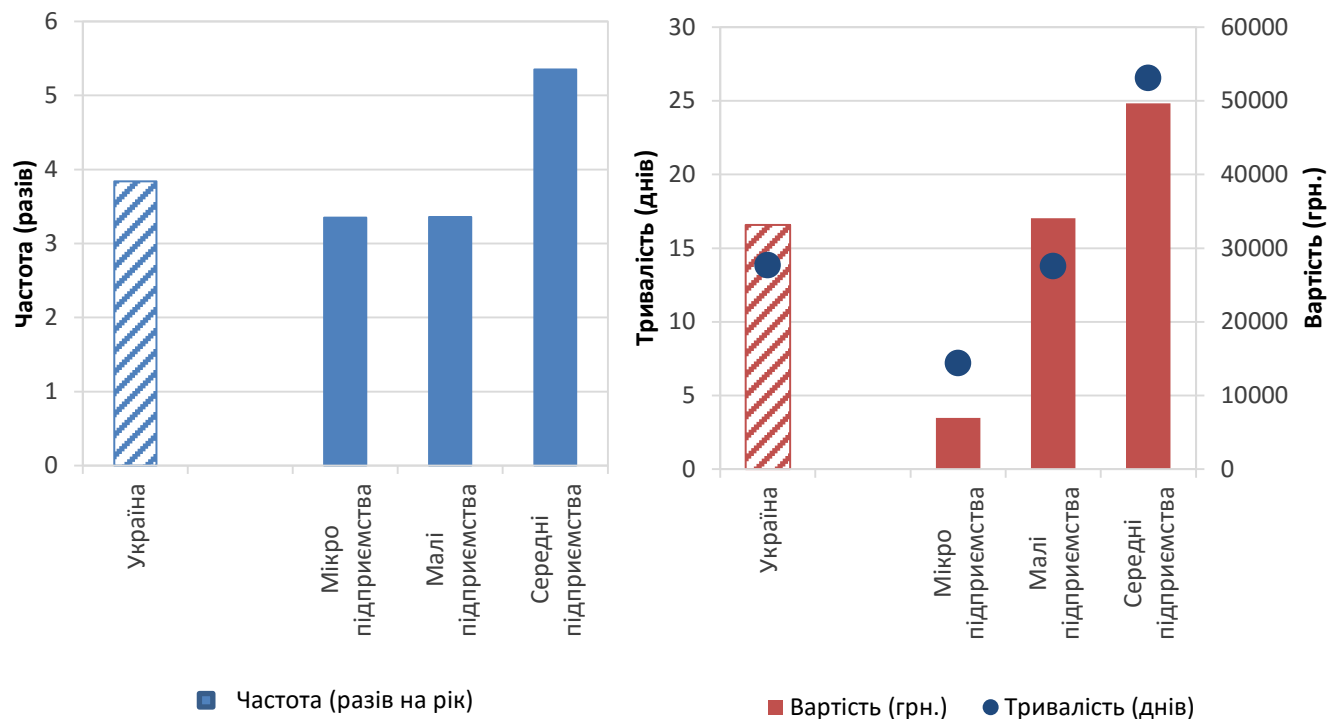
Таблиця 12. Вартість перевірок за відомствами у 2015 році²⁸

	Штрафи		Конфіскована продукція	Неофіційні платежі	
	%	грн.	%	%	грн.
ДПІ (Податкова)	42,8%	25603	0,9%	3,7%	-
Органи пожежної охорони	18,2%	294	0,5%	7,3%	-
Держсанеєпідемстанція	14,3%	272	0,0%	2,2%	-
Органи МВС	11,1%	-	2,8%	9,7%	-
Міністерство екології та природних ресурсів	32,3%	1313	0,0%	5,4%	-
Органи захисту прав споживачів	16,1%	-	5,4%	7,1%	-
Митниця	0,0%	-	0,0%	4,0%	-
Органи державного ринкового нагляду	6,3%	-	6,3%	6,3%	-
Антимонопольний комітет	12,5%	-	0,0%	4,2%	-
Державна архітектурно-будівельна інспекція України	26,5%	-	0,0%	2,0%	-
Орган ліцензування	9,5%	-	0,0%	0,0%	-
Державна служба України з питань праці	17,2%	797	0,0%	0,8%	-
Органи пенсійного фонду	11,7%	-	0,0%	0,0%	-
Державна фінансова інспекція	18,5%	-	1,5%	1,5%	-
Інше	18,8%	1184	0,0%	2,8%	-
Загалом	34,7%	21549	1,2%	6,0%	11197

²⁸ “-” вказано за відомствами, в яких кількість даних недостатня для аналізу. Як видно з таблиці, у 2015 році зафіксовано дуже мало випадків конфіскацій та неофіційних платежів, через що так само неможливо визначити середній розмір платежів за цими напрямками. Зменшення кількості платежів, в тому числі і неофіційних може бути пов'язане з дією мораторію та покращенням регуляторного клімату (що також підтверджується сприйняттям респондентами змін у ситуації з перевітками).

Здебільшого про перевірки повідомляють більші за розміром підприємства: так, якщо у групі мікропідприємств принаймні одним органом перевірялися 37,9% підприємств, то серед малих та середніх підприємств відповідні частки складають вже 64,8% та 80,0% респондентів відповідно. Додатково, Рисунок «Співвідношення між частотою, тривалістю та вартістю перевірок і розміром підприємства» показує частоту перевірок та загальні витрати на проходження інспекцій залежно від розміру підприємства (кількості працюючих). Так, кількість перевірок зростає з розміром підприємства. Те ж стосується і витрат, пов'язаних з проходженням інспекцій: більші за розміром підприємства витрачають більше часу та сплачують більші за розмірами штрафи та інші платежі. Зокрема, можна говорити про високу ступінь залежності між витратами внаслідок перевірок податковою інспекцією та розміром підприємства. Крім того, спостерігається різкий стрибок у частоті перевірок та пов'язаних з ними витратами між підприємствами, які мають до 50 працюючих, та підприємствами з більшою кількістю працюючих. Так, причиною цього може бути націленість урядовців на компанії, які вже досягли певного рівня розвитку.

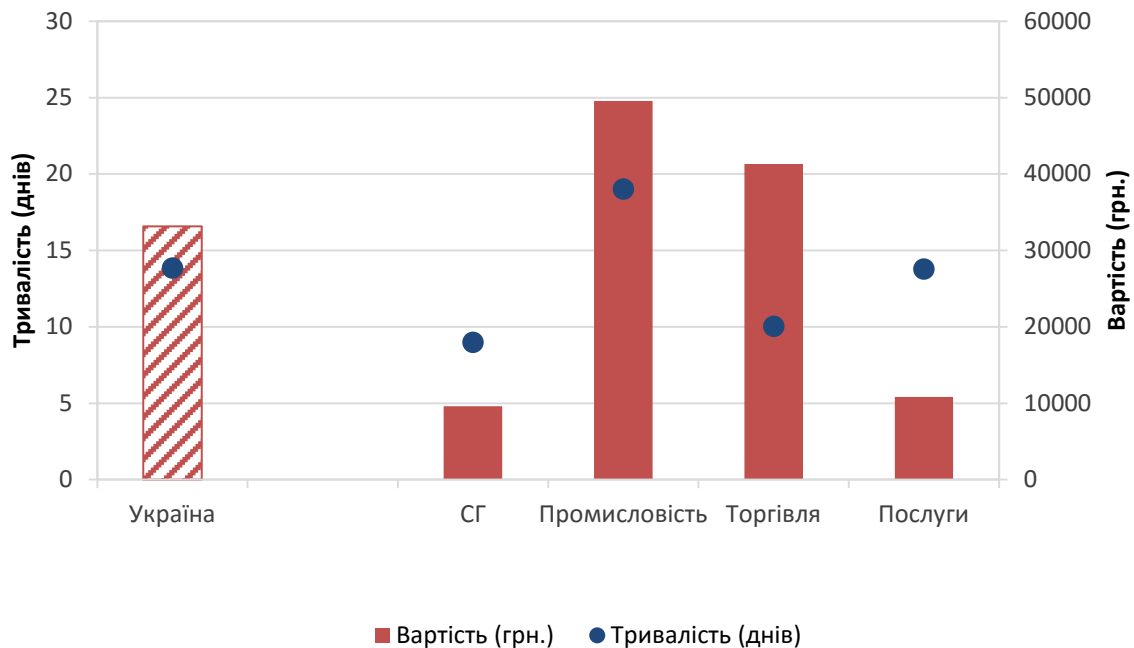
Рис. 35. Співвідношення між частотою, тривалістю та вартістю перевірок і розміром підприємства (річні показники)



З іншого боку, у співвідношенні до кількості працюючих, та, відповідно, розміру підприємства, найбільші часові витрати внаслідок перевірок мають саме мікропідприємства: у розрахунку на одного працівника останні витрачають 1,9 дня, тоді як малі та середні – відповідно 0,6 та 0,3 дня.

Так само, певна залежність спостерігається і між підприємствами різних видів діяльності. Так, здебільшого повідомляють про перевірки МСП у сфері промисловості та сільського господарства (відповідно, 60,3% та 58,3% проти 45,6% у сфері торгівлі і 42,8% у сфері послуг). При цьому, якщо частота інспекцій є приблизно однаковою у різних групах МСП, то загальна кількість днів, яка витрачається на їх проходження протягом року, найбільша у групі промислових МСП (18,9 дня) та МСП сфери торгівлі (11,4 дня). Те ж саме стосується і загальної вартості процедури: 49562 грн. для МСП у сфері промисловості та 41318 грн. у сфері торгівлі.

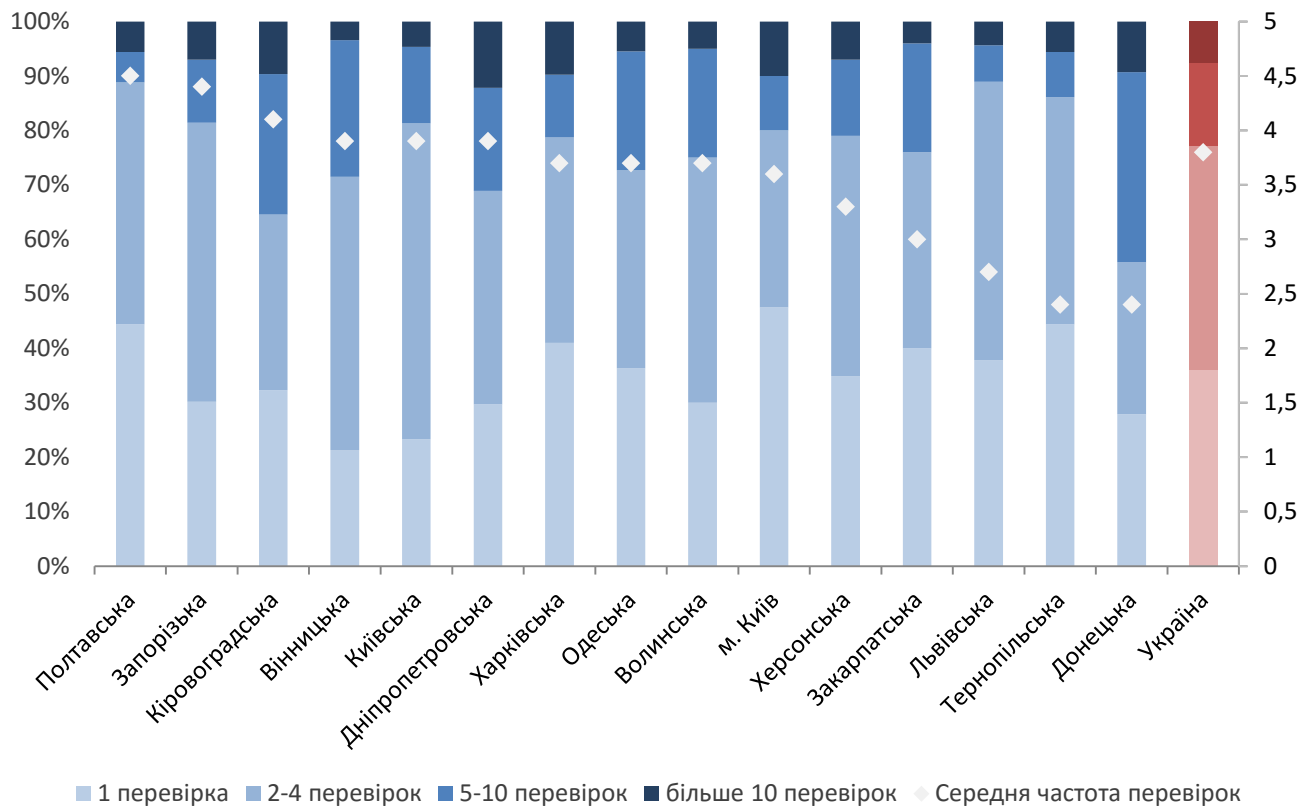
Рис. 36. Витрати у процесі перевірок у розрізі виду діяльності МСП



Показники покриття та частоти перевірок є відносно стабільними у різних регіонах, що здебільшого пов'язано з централізованістю органів, які здійснюють перевірки. Разом з цим, підприємства Львівської, Донецької та Тернопільської областей перевіряються в середньому 2 рази на рік, тоді як підприємства Кіровоградської, Дніпропетровської та Вінницької областей перевіряють 4 рази²⁹.

²⁹ Дані за Сумською, Хмельницькою, Чернівецькою, Миколаївською, Волинською, Чернігівською, Івано-Франківською, Рівненською, Житомирською та Луганською областями не використовувалися через недостатню кількість спостережень (<25)

Рис. 37. Частота інспекцій по регіонах: середня частота, варіація випадків (разів на рік)

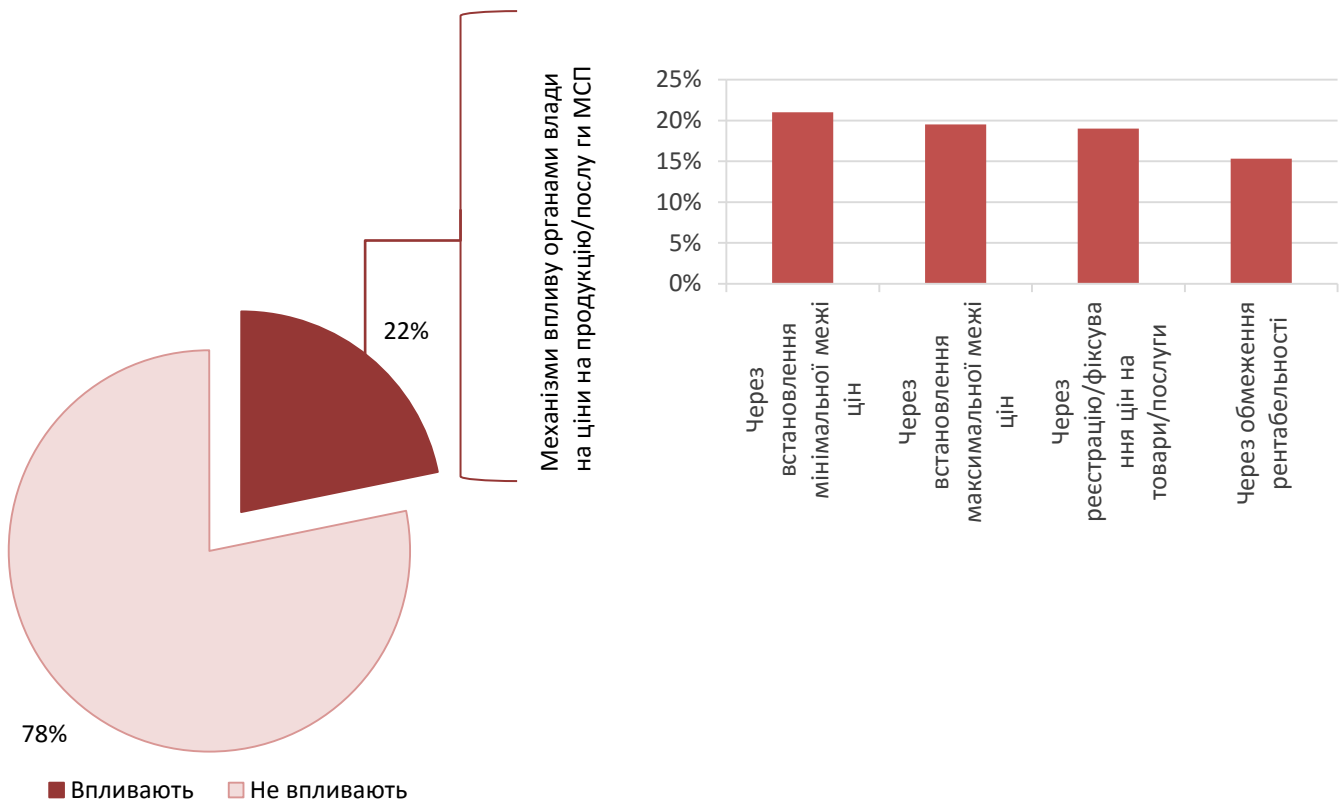


Зменшення кількості перевірок, а також відносно невелика частка підприємств, які мали пов'язані з цим витрати підтверджується і сприйняттям респондентів. Так, на запитання про те, як змінилася ситуація з перевітками порівняно з 2012 роком, 41,6% респондентів відзначили її спрощення, тоді як лише 7,3% - ускладнення. На відсутності змін наголосили 51,2% респондентів. Зазначимо, що оцінки змін у сфері державного регулювання не залежать ні від розміру підприємств, ні від організаційно-правової форми та є однаковими у різних групах.

3.7 Регулювання цін

На думку 21,8% менеджерів, органи влади впливають на рівень цін на продукцію та послуги їх підприємств. Найчастіше респонденти наголошують на таких механізмах, як встановлення мінімальної та максимальної меж цін (21,0% та 19,5% відповідно), фіксування або реєстрація цін на товари і послуги (19,0% респондентів). На Рис. 45 показані основні механізми впливу органів влади на ціни на продукцію та послуги підприємств. Крім цього, у пункті «Інше» менеджери додатково відзначають вплив внаслідок введення нових податків та збільшення розмірів існуючих, дефляцію, збільшення цін на комунальні послуги тощо.

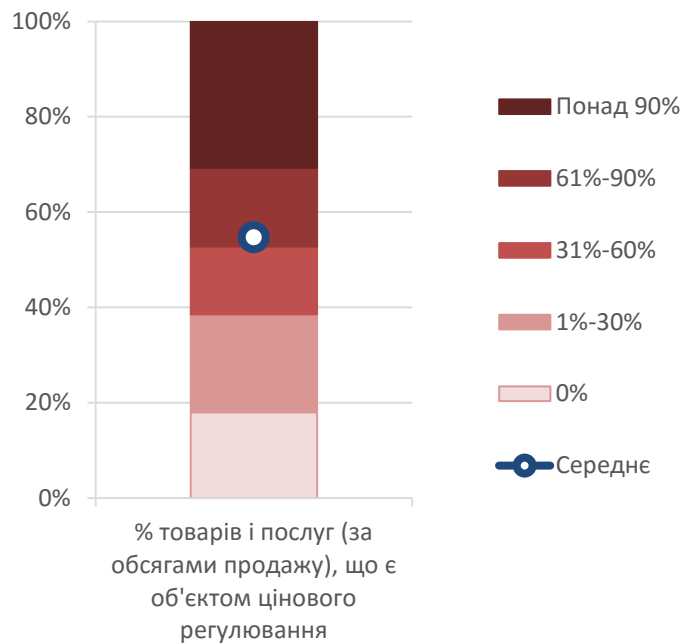
Рис. 38. Оцінка впливу органів влади на продукцію, або послуги МСП, % опитаних



Зазначимо, що між підприємствами різних розмірів немає значущих відмінностей у оцінці основних механізмів цінового регулювання. Те ж саме стосується як організаційно-правової форми, так і виду діяльності опитуваних підприємств.

За оцінками підприємств, державне регулювання цін поширюється на 54,7% всіх товарів та послуг (за обсягами продажу). При цьому, 30,7% респондентів вважають, що понад 90,0% їх продукції є об'єктом цінового регулювання.

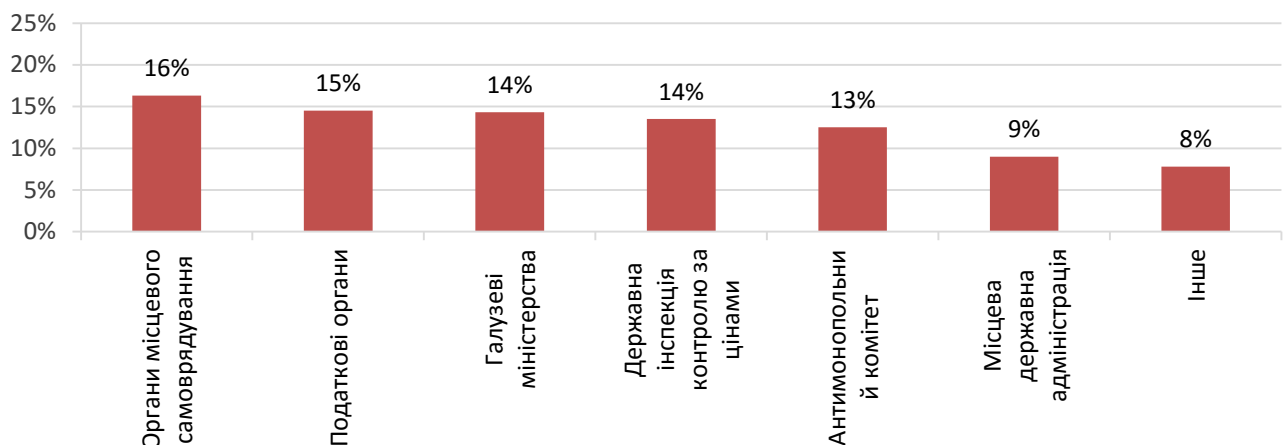
Рис. 39. Обсяги державного регулювання, % опитаних



Підприємства більшого розміру повідомляють про значніший рівень впливу держави на визначення цін. Так, якщо, на думку мікропідприємств та малих підприємств під цінове регулювання підпадає, відповідно, 50,0% та 52,3% їх продукції та послуг, то середні підприємства оцінюють даний показник на рівні 74,6%. При цьому, зазначений показник не пов'язаний з організаційно-правовою формою підприємства.

Серед МСП, які відзначили, що органи влади впливають на ціни на їх продукцію або послуги, приблизно однакова кількість респондентів вказує, що контроль цін відбувається з боку органів місцевого самоврядування, податкових органів, галузевих міністерств, та державної інспекції контролю за цінами.

Рис. 40. Контроль цін на продукцію/послуги МСП, % опитаних



Зазначимо, що середні за розміром підприємства частіше повідомляють про контроль з боку органів місцевого самоврядування (27,5% підприємств проти 16,0% та 13,0% у групах малих та мікропідприємств) та державної інспекції контролю за цінами (26,1% проти 20,0% та 8,3%). Вплив на власні ціни з боку інших установ МСП оцінюють переважно однаково. Так само, відсутні значущі відмінності між МСП різних організаційно-правових форм.

3.8 Регулювання зовнішньоекономічної діяльності

Зовнішньоекономічна діяльність - діяльність суб'єктів господарської діяльності України та іноземних суб'єктів господарської діяльності, побудована на взаємовідносинах між ними, що має місце як на території України, так і за її межами.

Державне регулювання зовнішньоекономічної діяльності — це система заходів законодавчого, виконавчого і контролюючого характеру, покликаних удосконалити ЗЕД в інтересах національної економіки та забезпечити умови та механізми для ефективного розвитку відносин суб'єктів господарювання в різних країнах.

Регулювання зовнішньоекономічної діяльності в Україні здійснюється за допомогою відповідних законів України (зокрема, Закону України «Про зовнішньоекономічну діяльність»), засобів тарифного і нетарифного регулювання, економічних заходів оперативного регулювання (валютно-фінансового, кредитного), рішень недержавних органів управління економікою, укладених угод між суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності тощо.

Переміщення через митний кордон України товарів та інших предметів підлягає митному оформленню, порядок якого визначається розділом XI Митного кодексу України. Тривалість митного оформлення товарів та пов'язані з цим витрати визначаються кожною митницею окремо, залежно від характеру товару, обсягу товарної партії, від того, чи підлягає той або інший товар перевірці інших контролюючих служб.

Додатково, відповідно до ст. 38 Господарського Кодексу України, Кабінет Міністрів України може встановлювати перелік товарів та послуг, імпорт та експорт яких здійснюється суб'єктами зовнішньоекономічної діяльності лише за наявності ліцензії.

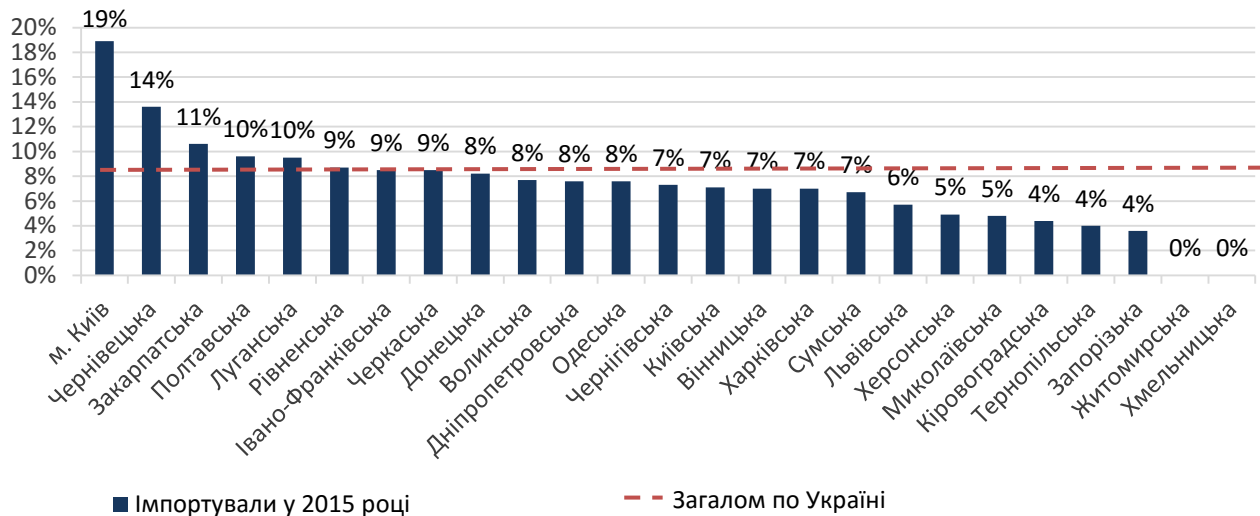
Відповідність імпортованої продукції вимогам норм і стандартів, що діють в Україні має підтверджуватися сертифікатом відповідності чи свідоцтвом про визнання відповідності.

3.8.1 Регулювання імпорту

За 2015 рік операції з імпорту сировини, матеріалів та/або обладнання здійснювали 8,1% МСП, з них 43,2% також експортували готовий продукт (3,5% підприємств з загальної вибірки займалися одночасно і імпортом і експортом). Найбільше імпортерів у групі середніх підприємств (18,4% респондентів порівняно з 7,3% та 6,0% серед малих та мікропідприємств). Також більша частка імпортерів серед підприємств Києва

(18,9% респондентів), а також Чернівецької та Закарпатської областей (13,6% та 10,6% відповідно), у розрізі виду діяльності – промислових підприємств (14,2%) та сфери торгівлі (12,4% респондентів).

Рис. 41. Відсоток підприємств, що імпортували сировину та обладнання у 2015 році (за регіонами) , % опитаних



У поточному році підприємства займалися імпортом у середньому 10,6 разів. При цьому половина підприємств імпортували від 1 до 5 разів на рік, тоді як 31,0% респондентів імпортують понад 10 разів на рік. Частота здійснення імпорту не пов'язана ні з розміром підприємства, ні з організаційно-правовою формою.

Загалом, проходження митниці займає в середньому 3,1 дня та коштує (без урахування мита) 11785 грн. щоразу. Зокрема, 73,6% респондентів сплачували офіційні платежі, - в середньому 9963 грн., 19,1% підприємств повідомили про сплату неофіційних платежів та 3,6% - про штрафи та конфіскації. Відсутність платежів (крім мита) вказало 23,6% респондентів. Зазначимо, що серед підприємств різного розміру малі та мікропідприємства частіше повідомляли про сплату неофіційних платежів (відповідно 28,6% та 20,9% респондентів проти 12,2% у групі середніх підприємств). Так само, 38,9% приватних підприємців повідомили про сплату хабарів, тоді як серед юридичних осіб неофіційно платили 15,9% підприємств.

Також, при необхідності, 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 45,1% підприємств. Частіше про необхідність отримання сертифікату відповідності повідомляли юридичні особи (47,4% респондентів, порівняно з 29,4% серед фізичних осіб-підприємців), а також менеджери малих підприємств (73,9% проти 30,4% та 55,0% серед мікро та середніх підприємств).

В цілому, витрати часу на проходження процесу сертифікації склали 4,8 дня, а загальна вартість – 4340 грн. (для половини підприємств загальні витрати не перевищили, відповідно, 2,3 дня та 3000 грн.). В середньому, офіційні платежі склали 3247 грн. Крім офіційної плати, 24,5% респондентів повідомили про платежі юристам та посередникам, 8,5% – про неофіційні або добровільні внески.

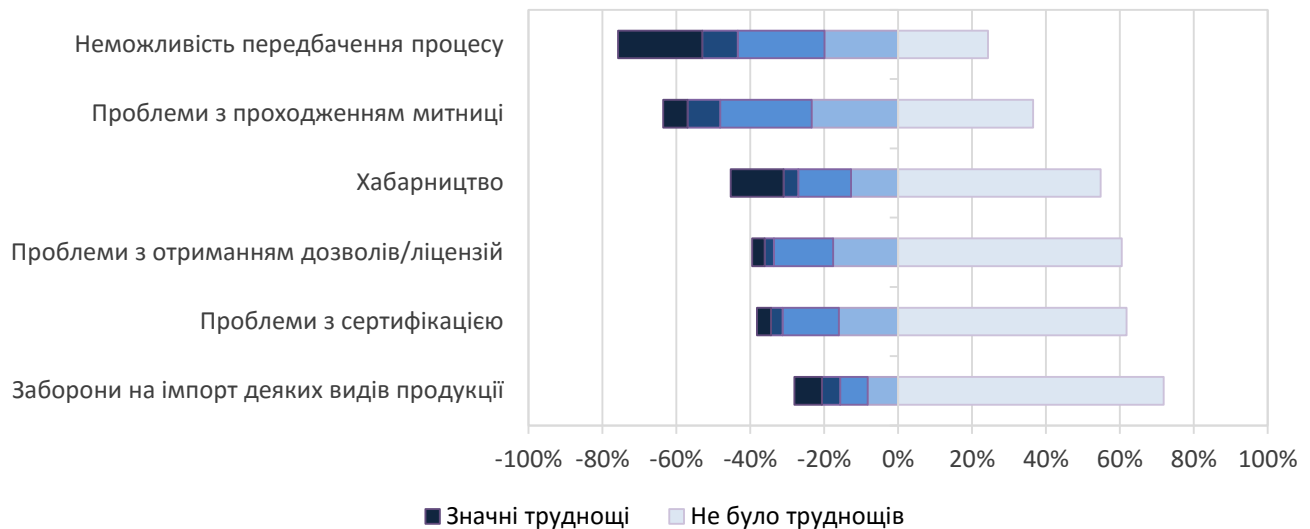
Додатково, 36,3% опитаних імпортерів отримували попередні дозволи/ліцензії на імпорт у 2015 році. Отримання відповідних документів може супроводжуватися як офіційними, так і неофіційними внесками.

Таблиця 13. Напрями платежів за дозволи/ліцензії на імпорт, % опитаних

	Отримували, (% імпортерів)	Мали сплачувати за отримання	
		Офіційні платежі	Неофіційні платежі
Реєстрація контракту	26%	21%	3%
Дозволи ліцензії надані виконавчими органами влади	17%	25%	11%
Інші документи	24%	50%	15%

Загалом, у поточному році оформлення імпорту не викликало у підприємств значних труднощів: індекс проблемності процедури складає 0,95 (де 0 – не було труднощів, 4 – значні труднощі, з процедурою імпорту)³⁰. При цьому, підприємства наголошують на відсутності проблем за більшістю категорій. Так, найменші труднощі викликали у імпортерів процедура отримання дозволів або ліцензій, сертифікація та заборони на імпорт деяких видів продукції (близько 80% респондентів по кожній категорії не мали труднощів, або мали незначні труднощі). Натомість, порівняно з іншими аспектами імпорту, проблеми у імпортерів викликає загальна непередбачуваність ситуації з імпортом у кожному конкретному випадку (32,4% респондентів мали значні проблеми).

Рис. 42. Труднощі, пов'язані з імпортом сировини, матеріалів, обладнання, % опитаних

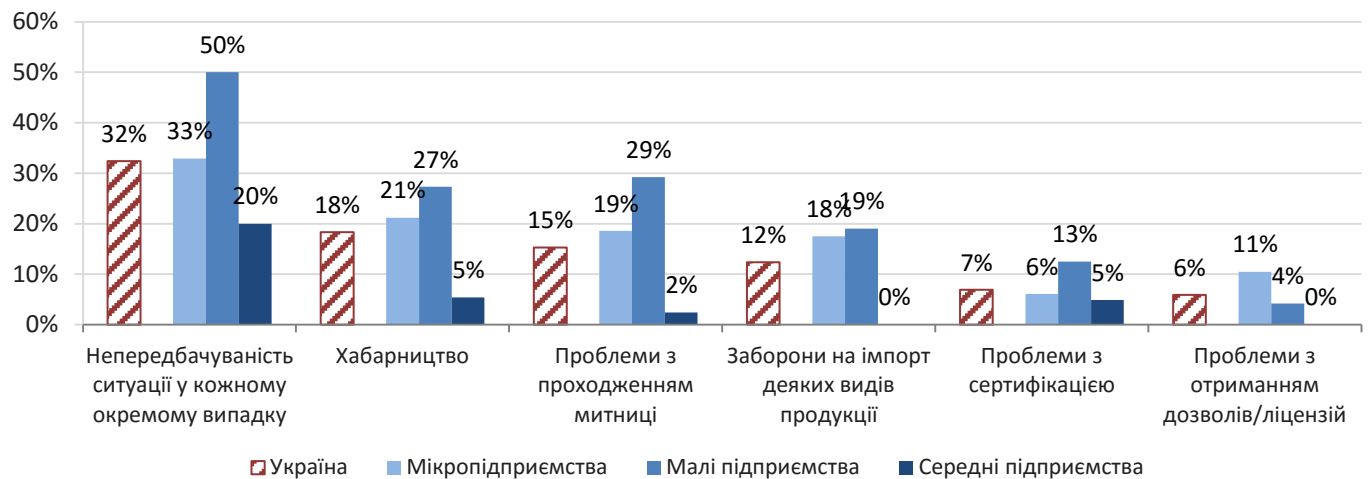


Відзначимо, що підприємства малого розміру частіше мають складнощі, пов'язані з оформленням імпорту. Так, у групі малих підприємств індекс проблемності процедури складає 2,32, тоді як у групах мікропідприємств та середніх підприємств відповідний показник становить 0,98 та 0,63 (де 0 – не було

³⁰ Узгодження альтернатив: коефіцієнт узгодженості α -Кромбаха на рівні 0,82

труднощів, 4 – значні труднощі з процедурою імпорту). Зокрема, найбільші проблеми у малих підприємств викликають загальна непередбачуваність ситуації у кожному окремому випадку (50,0% респондентів), проблеми з проходженням митниці (29,2%) та хабарництво (27,3%). Зазначимо, що приватні підприємці частіше стикаються зі складнощами під час імпорту товарів/послуг: окрім загальної непередбачуваності (42,1% опитаних ФОПів, серед юридичних осіб – 30,8%), у значної частини підприємців проблеми викликають хабарництво (38,9% опитаних ФОПів, серед юридичних осіб – 14,8%) та заборони на імпорт деяких товарів та послуг (33,3%, серед юридичних осіб – 9,4%) .

Рис. 43. Відсоток підприємств, які мали певні труднощі, пов'язані з імпортом (залежно від розміру підприємств) , % опитаних



Таблиця 14. Індекс труднощів, пов'язаних з регулюванням імпорту (де 0 - зовсім не було труднощів, 4 - значні труднощі)

	Україна	Мікро підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Загальна неможливість передбачувати, що очікує в кожному окремому випадку	1,87	1,89	2,33	1,53
Проблеми з проходженням митниці	1,26	1,46	1,71	0,67
Хабарництво	1,10	1,17	1,50	0,68
Проблеми з сертифікацією	0,71	0,61	1,08	0,66
Проблеми з отриманням дозволів/ліцензій	0,71	0,68	0,96	0,57
Заборони на імпорт деяких видів продукції	0,68	0,83	1,00	0,24

Порівнюючи процеси і умови, пов'язані з імпортними операціями у поточному році та 3 роки тому, респонденти переважно наголошують на відсутності змін (52,0%). Разом з тим, частка підприємств, які відзначили спрощення ситуації, перевищує частку тих, які відзначили її погіршення (30,7% проти 17,3%), що

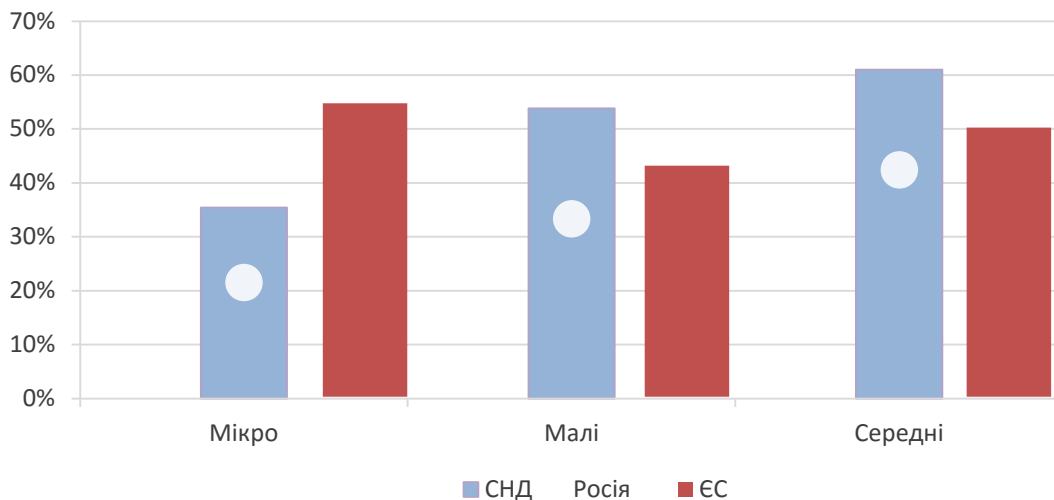
у поєднанні з іншими індикаторами може свідчити про позитивні зрушення у регулюванні імпорту. При цьому, малі підприємства оцінюють ситуацію більш негативно: так, ускладнення процесів та умов, пов'язаних з імпортом відзначило 23,8% респондентів порівняно з 11,6% та 19,4% у групі середніх та мікропідприємств. Зазначимо, що порівняно з підприємствами сфери промисловості та торгівлі, підприємства сфери послуг більш негативно оцінює зміни протягом останніх 3 років: про ускладнення умов, пов'язаних з імпортом повідомляють 33,3% (відповідні показники для сфери промисловості та торгівлі: 15,7% та 12,2%).

3.8.2 Регулювання експорту

Протягом 2015 року свою продукцію експортували 9,0% опитаних підприємств. Експорт товарів та послуг в основному відбувався до країн ЄС (50,3% респондентів) та СНД (49,1%). Найбільше підприємств повідомили про торгівлю з Росією (32,1%). Серед країн Євросоюзу підприємства експортують здебільшого до Польщі та Німеччини (по 14,1% респондентів). Один напрям торгівлі мають 51,0% підприємств, тоді як в середньому експортують продукцію до 2 країн.

Кількість експортерів пов'язана з розміром підприємств. Так, якщо серед мікропідприємств експортували лише 6,3%, то у групах малих та середніх підприємств відповідні частки становили вже 11,4% та 23,1% відповідно. Зазначимо, що експорт до країн СНД та Росії здійснюють переважно малі та середні підприємства (53,8% та 33,3% серед малих підприємств та 61,0% та 42,4% серед середніх), тоді як у групі мікропідприємств переважають експортери до ЄС (55,4% респондентів).

Рис. 44. Напрями експорту, % опитаних

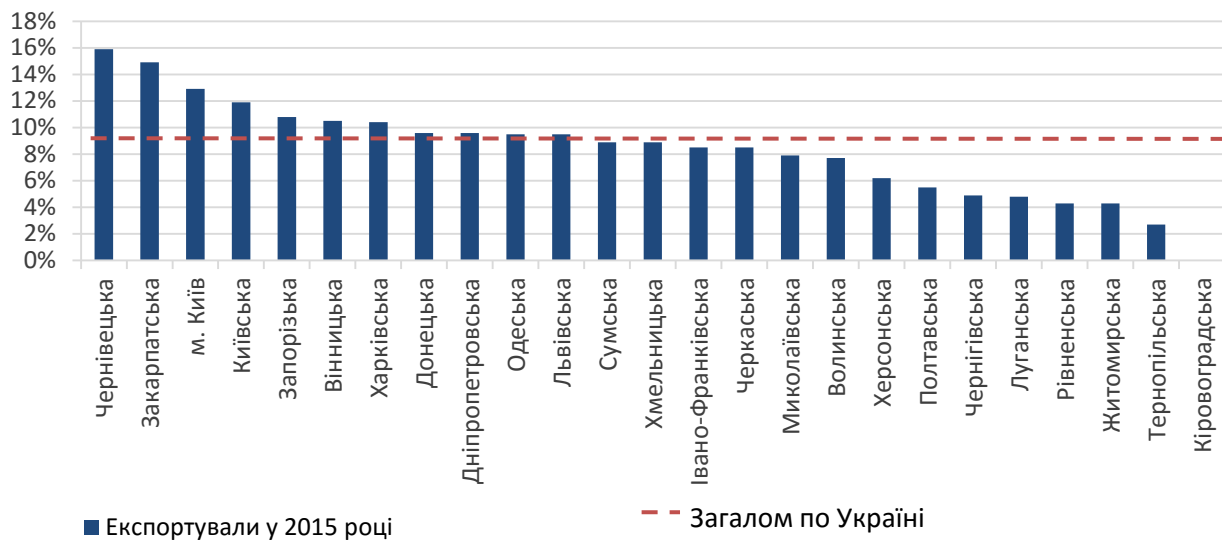


Експортом товарів та послуг займаються переважно юридичні особи: так, серед юридичних осіб у поточному році здійснювали експортні операції 11,0% підприємств, тоді як серед фізичних осіб-підприємців – лише 3,8%. Частки експортерів до країн СНД та ЄС серед юридичних осіб є однаковими (50,7% та 46,6% відповідно), тоді як ФОПи експортують переважно на ринки ЄС (78,9% респондентів проти 36,8% опитаних ФОПів, які експортують на ринки СНД).

Найчастіше експортують свою продукцію підприємства промислового сектору (18,3% респондентів). Переважаючим напрямом торгівлі таких підприємств є ринки СНД, зокрема Росії (69,4% та 45,8% підприємств відповідно). Натомість, серед підприємств сфери послуг (6,7% експортерів) та торгівлі (6,0% експортерів), переважає експорт на ринки ЄС (відповідно, 66,0% та 57,1% респондентів). Серед аграріїв експортують продукцію 6,7% підприємств³¹.

У регіональному вимірі найбільше експортерів серед підприємств Чернівецької, Закарпатської областей та міста Київ (понад 13,0%).

Рис. 45. Експортували у 2015 році, за регіонами, % опитаних



В середньому опитані підприємства експортували 15,7 рази на рік, тоді як 50% респондентів експортували не частіше 6 разів. Більші за розміром підприємства частіше здійснюють експортні операції: якщо мікро- та малі підприємства експортують в середньому 9,6 та 15,0 рази на рік відповідно, то середні – 22,5 рази.

Експорт продукції щоразу супроводжується митним оформленням товарів, та, у випадку окремих (законодавчо визначених) груп продукції, – отриманням попередніх дозволів або ліцензій на експорт. У 2015 році дозвільні документи були необхідними для 41,0% різних підприємств, при цьому 27,3% опитаних реєстрували контракт, 17,0% отримували дозволи та ліцензії та 27,9% підприємств отримували інші документи. Розподіл за напрямками платежів представлено в Таблиці «Напрями платежів за дозволи/ліцензії на імпорт».

³¹ Враховуючи, що про здійснення експортних операцій повідомили лише 12 підприємств аграрного комплексу, ми не можемо надалі аналізувати даний сегмент (недостатня кількість респондентів).

Таблиця 15. Напрями платежів за дозволи/ліцензії на імпорт, % опитаних

	Отримували, (% експортерів)	Мали сплачувати за отримання	
		Офіційні платежі	Неофіційні платежі
Реєстрація контракту	27,3%	37,5%	7,3%
Дозволи ліцензії надані виконавчими органами влади	17,0%	44,8%	16,0%
Інші документи	27,9%	56,8%	13,5%

На проходження митної процедури опитані підприємства щоразу витрачали близько 2,2 дня та 1978 грн. загалом. З них 52,5% респондентів сплачували офіційні платежі, які склали в середньому 1727 грн. Додатково 2,6% опитаних підприємств повідомили про сплату штрафних санкцій та 6,8% - про неофіційні платежі. Не мали витрат 43,9% респондентів.

Часові та грошові витрати підприємств на проходження митниці не залежать від розміру підприємства – респонденти повідомляють про більш-менш однаковий рівень платежів. Те ж саме стосується і неофіційних витрат. З іншого боку, серед підприємств різних видів діяльності найчастіше повідомляють про неофіційні платежі підприємства сфери торгівлі: з них неофіційно платили 15,4%, тоді як серед підприємств промисловості та сфери послуг – 4,6% та 4,3% відповідно.

Попри незначну кількість експортерів у вибірці, опитані підприємства здебільшого повідомляють про відсутність або незначні труднощі, пов'язані зі здійсненням експортних операцій (індекс «проблемності»³² експорту склав 0,73, де 0 – не було труднощів, 4 – значні труднощі). Так само, як і з імпортом, найбільше проблем у підприємств викликає непередбачуваність ситуації з експортом у кожному окремому випадку: 29,7% респондентів повідомили про значні труднощі, пов'язані з цим, тоді як жодних труднощів або незначні труднощі мали 48,6% респондентів. За іншими категоріями підприємства в основному повідомляли про відсутність проблем.

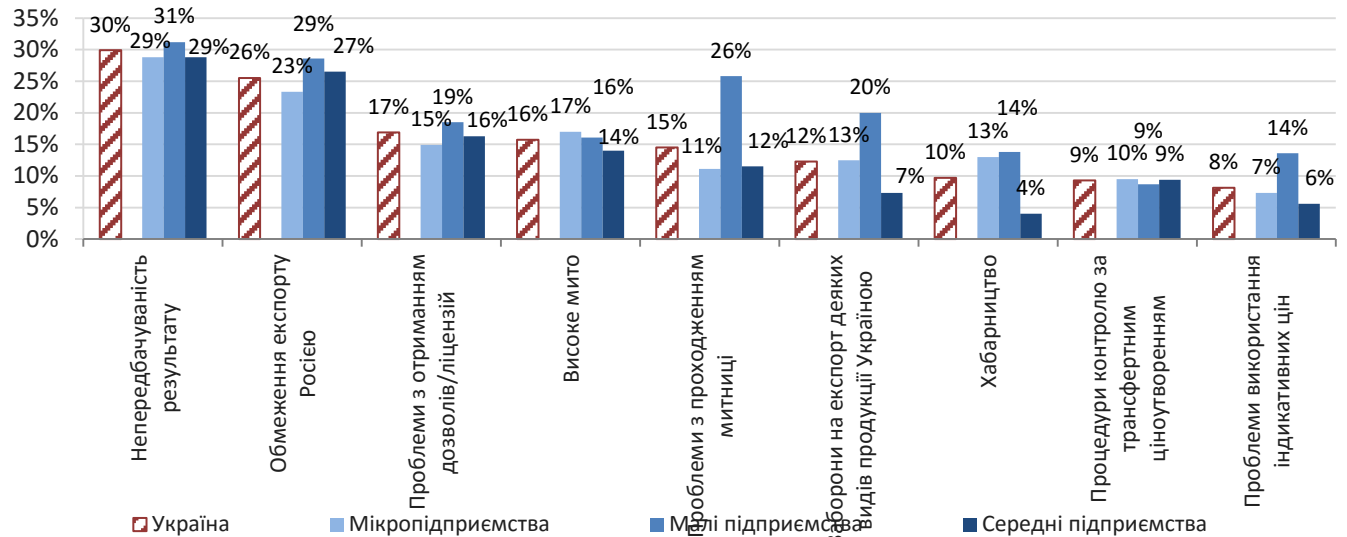
³² Індекс розраховувався на основі блоку питань «Що викликало у Вас найбільші труднощі, пов'язані з експортом?» (9 питань), де 0 – зовсім не було труднощів, 4 – значні труднощі. Узгодженість питань (α -Кромбаха) на рівні 0,78. Відповів 61 респондент.

Рис. 46. Труднощі, пов'язані зі здійсненням експортних операцій, % опитаних



Розмір підприємств не пов'язаний з рейтингом бар'єрів, які ускладнюють здійснення експортних операцій: експортери наголошують на одних і тих самих проблемах. Разом з цим, для малих підприємств, порівняно з підприємствами інших розмірів, основні труднощі викликають проходження митниці, заборони на експорт певних видів продукції з боку України, та використання індикативних цін. Крім цього, МСП-експортери різних видів діяльності по різному оцінюють проблемність тих/інших аспектів експортних операцій. Так, про значні складнощі внаслідок обмеження експорту Росією повідомили 34,8% промислових підприємств, тоді як відповідний показник у МСП сфери послуг та торгівлі значно нижчий (20,7% та 5,6% відповідно). Також, 26,6% підприємств промисловості мають труднощі внаслідок неможливості передбачити, що очікує в кожному конкретному випадку, та 20,0% - внаслідок проблем з проходженням митниці. Натомість, для підприємств сфери послуг найбільше проблем викликають непередбачуваність ситуації (39,5% респондентів) та високе мито (22,2%), для підприємств сфери торгівлі зазначені показники є нижчими.

Рис. 47. Відсоток підприємств, які мали певні труднощі, пов'язані з експортом (залежно від розміру підприємств), % опитаних



Таблиця 16. Індекс труднощів, пов'язаних з регулюванням експорту (де 0 - зовсім не було труднощів, 4 - значні труднощі)

	Україна	Мікро підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Загальна неможливість передбачувати, що очікує в кожному окремому випадку	1,69	1,61	1,78	1,69
Обмеження експорту Росією	1,17	1,02	1,24	1,32
Високе мито	0,94	0,85	1,13	0,91
Проблеми з отриманням дозволів/ліцензій	0,93	0,91	0,85	0,94
Проблеми з проходженням митниці	0,87	0,63	1,29	0,85
Хабарництво	0,69	0,85	0,69	0,48
Заборони на експорт деяких видів продукції Україною	0,68	0,6	0,88	0,63
Процедури контролю за трансфертним ціноутворенням	0,65	0,67	0,65	0,62
Проблеми використання індикативних цін	0,62	0,59	0,77	0,56

Непередбачуваність результату	1,69	1,61	1,78	1,69
Обмеження експорту Росією	1,17	1,02	1,24	1,32

Порівнюючи процедуру експорту у 2015 та 2012 роках, 28,5% підприємств відзначили спрощення процесів і умов, тоді як 15,3% - навпаки, їх ускладнення. На відсутності змін наголосили 56,2% респондентів. Відповідно, індекс оцінки змін у процесах та умовах експорту становить +0,13 (де -1 - ускладнилися, порівняно з 2012 роком, +1 - спростилися).

Порівняно з підприємствами інших розмірів, малі підприємства більш негативно оцінюють умови експорту: так, їх ускладнення у порівнянні з 2012 роком відзначили 25% респондентів, тоді як спрощення – 19%. Зазначимо, що мікро та середні підприємства здебільшого наголошують на спрощенні ситуації (відповідно, 34% та 28% проти 18% та 7% респондентів, які відзначили її ускладнення). У розрізі видів діяльності найгірше зміни оцінили підприємства сфери послуг: так, про ускладнення процесів та умов, пов'язаних зі здійсненням експортних операцій повідомили 25,6% підприємств, тоді як про їх спрощення – 7,0% (відповідні показники для промислових підприємств – 13,3% та 40,0%, підприємств сфери торгівлі – 4,0% та 36,0%).

3.9 Адміністрування податків

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

Відповідно до результатів опитування, єдиний податок у 2015 році сплачували 48,0% підприємств, тоді як 52,0% оподатковувалися на загальних умовах. Суб'єктами ССО є, насамперед, фізичні особи-підприємці (у групі ФОПів 78,8% єдиноподатників, тоді як серед юридичних осіб - 36,4%). Серед опитаних МСП майже половина (49,3%) є платниками III групи, 30,0% - II групи та 6,5% - I групи. Ще 14,1% належать до IV групи платників єдиного податку.

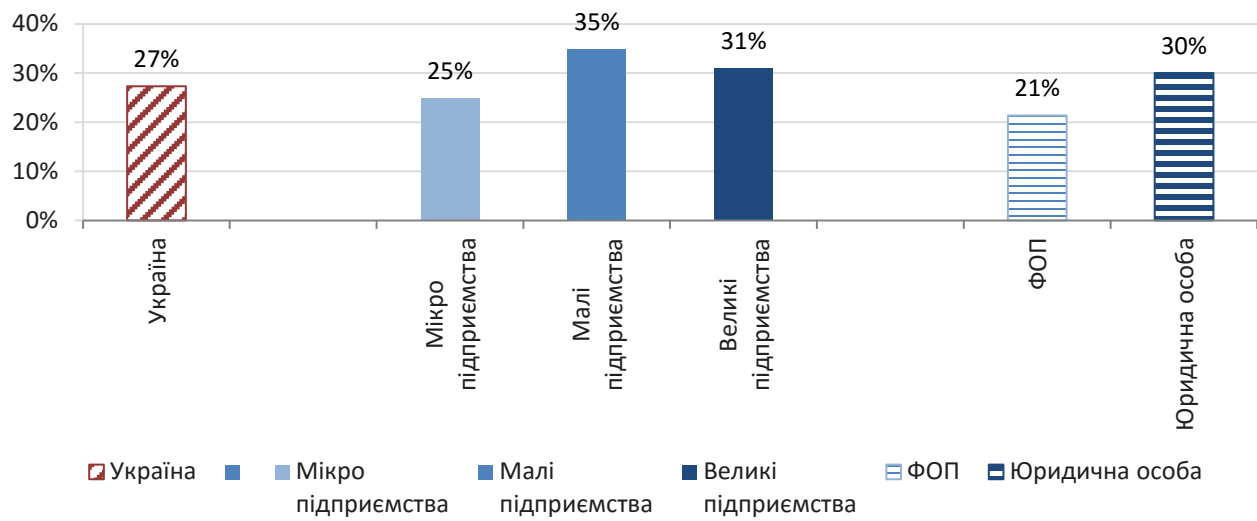
Найбільш типовими для українських підприємств є єдиний соціальний внесок (82,1% респондентів), військовий збір (71,4%), податок на прибуток фізичних осіб (69,1%), та податок на прибуток підприємств (50,1%). Розподіл за різними видами податків представлено в Таблиці «Основні напрямки оподаткування». Зауважимо, 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.

Таблиця 17. Основні напрямки оподаткування, % опитаних

	Загалом	Мікро підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства
Загальнодержавні податки та збори				
Військовий збір	71%	63%	90%	90%
Податок на доходи фізичних осіб (перерахування за найманих осіб)	69%	61%	85%	89%
Податок на прибуток підприємств	50%	41%	66%	74%
Податок на додану вартість	46%	33%	66%	83%
Екологічний податок	20%	10%	32%	53%
Рентні платежі	12%	7%	15%	31%
Державне мито	8%	5%	11%	19%
Акцизний податок	7%	6%	9%	9%
Цільова надбавка до діючого тарифу на природний газ	4%	2%	6%	13%
Місцеві податки та збори				
Єдиний податок	48%	58%	36%	17%
Податок на майно (податок на нерухоме майно, транспортний податок, податок на землю)	36%	25%	49%	68%
Збір за місця для паркування транспортних засобів	2%	3%	3%	80%
Туристичний збір	2%	80%	3%	3%
Внески на соціальне страхування				
Єдиний соціальний внесок	82%	78%	92%	91%

Загалом, на сплату податків українське підприємство витрачає в середньому 27,3% прибутку за рік. При цьому для 33,9% опитаних підприємств витрати на оподаткування не перевищили 10,0%, а 13,1% сплачували понад 50,0% від суми загального прибутку. Частка доходу, що витрачається на податки, певною мірою пов'язана з організаційно-правовою формою підприємства: так, фізичні особи-підприємці сплачують до державної казни близько 21,4% прибутку, тоді як юридичні особи – 30,0%. Так само можна говорити про залежність між розміром підприємства та відсотком прибутку, яке МСП сплачує у вигляді податків.

Рис. 48. Частка загального річного прибутку, які підприємства сплачують у державний та місцевий бюджети у вигляді податків, %, % опитаних



Відмінність між витратами підприємств на спрощеній системі оподаткування та загальній є незначущою: 24,6% загального доходу порівняно з 30,1% відповідно.

З опитаних менеджерів 60,2% мають суб'єктів ССО серед постачальників свого підприємства, та майже стільки ж – серед клієнтів (56,3%). У обох випадках відповідна частка становить близько 30,0% від загальної кількості партнерів. Єдиноплатники частіше мають суб'єктів ССО як постачальників/клієнтів власного бізнесу (відповідно, 66,6% мають суб'єктів ССО серед постачальників та 58,1% - серед клієнтів, підприємства на загальній системі оподаткування – відповідно 55,3% та 54,7%). Очікувано, що кількість постачальників та клієнтів платників Єдиного податку так само більша серед суб'єктів ССО: 41,7% та 36,2% від загальної кількості (для порівняння, у випадку суб'єктів загальної системи відповідні частки становлять 16,2% та 22,5%). Певною мірою це може пояснюватися наявними законодавчими обмеженнями щодо відносин між юридичними та фізичними особами, тоді як останні переважно є суб'єктами ССО.

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 80,7% підприємств. З них 61,2% мають бухгалтерів, що працюють на повну ставку (в середньому, 2,2 бухгалтера, що працюють на повну ставку) та 19,4% мають бухгалтерів з неповною зайнятістю (в середньому 1,3 бухгалтера). Ще 16,0% опитаних підприємств використовують послуги сторонніх фірм чи незалежних бухгалтерів (в середньому 1,1 бухгалтера). Насамперед бухгалтерський облік діяльності є необхідним для юридичних осіб – про відповідну потребу повідомили 94,2% респондентів, тоді як серед фізичних осіб – 45,0%. При цьому ФОПи переважно використовують послуги сторонніх бухгалтерів (32,4% респондентів), тоді як юридичні особи наймають бухгалтерів на повну зайнятість (67,8% респондентів).

Поряд з використанням послуг бухгалтерів, 90,7% керівників (власників) підприємств додатково витрачають 15,3% власного часу на виконання вимог законодавства щодо податків. Зазначені часові витрати приблизно однакові для підприємств різного розміру, організаційно-правової форми, системи оподаткування та виду

діяльності. Разом з тим, у розрахунку на одного працівника, витрати підприємств зростають з їх розміром: так, відсоток часу, який витрачається керівництвом на виконання законодавства щодо податків становить 0,2% у випадку середніх підприємств, 0,7% у випадку малих та вже 4,9% у випадку мікропідприємств.

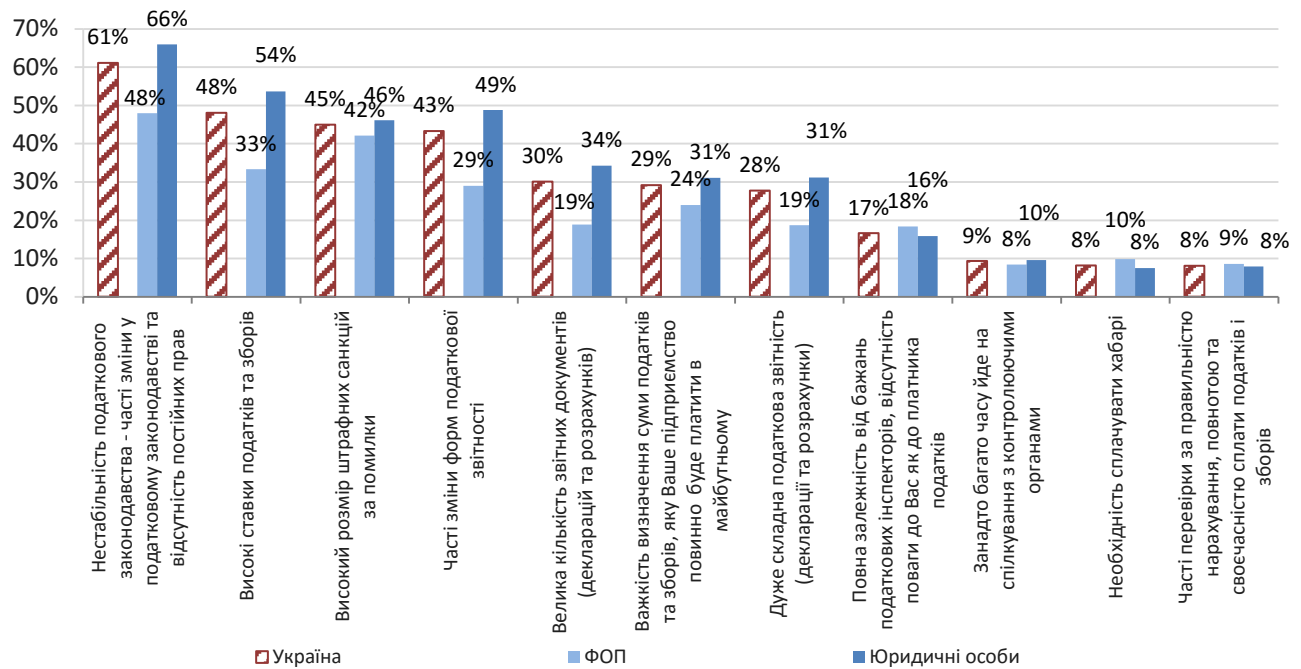
Більшість респондентів мають певні труднощі з процедурою регулювання та адміністрування сплати податків. Найчастіше останні виникають внаслідок нестабільності податкового законодавства: так, часті зміни та відсутність постійних правил викликає вагомі труднощі у 61,0% українських підприємств. Значні проблеми також пов'язані з розміром податків та зборів (48,0% респондентів), розміром штрафних санкцій за помилки (45,0%) та частими змінами податкової звітності (43,3%).

Рис. 49. Оцінка респондентами аспектів податкової системи, % опитаних



Показово, що серед підприємців-юридичних осіб більша частка респондентів повідомляють про ті або інші проблеми зі сплатою податків. Разом з тим, рейтинг труднощів, з якими стикаються МСП, незначно розрізняється у обох групах. Так, і ФОП і юридичні особи пов'язують найбільші труднощі з нестабільністю податкового законодавства. З іншого боку, у юридичних осіб більше проблем викликають високі ставки податків і зборів та часті зміни форм податкової звітності, у ФОП – високий розмір штрафних санкцій за помилки та високі ставки податків.

Рис. 50. Труднощі, пов'язані з адмініструванням та регулюванням сплати податків (за організаційно-правовою формою МСП), % опитаних



Таблиця 18. Індекс труднощів, пов'язаних з адмініструванням та регулюванням сплати податків (де 0 - зовсім не було труднощів, 4 - значні труднощі)

	Україна	Фізичні особи підприємці	Підприємці юридичні особи
Нестабільність податкового законодавства – часті зміни у податковому законодавстві та відсутність постійних прав	2,77	2,33	2,93
Високі ставки податків та зборів	2,37	1,85	2,58
Часті зміни форм податкової звітності	2,23	1,72	2,43
Високий розмір штрафних санкцій за помилки	2,21	2,08	2,25
Велика кількість звітних документів (декларацій та розрахунків)	1,78	1,33	1,96
Важкість визначення суми податків та зборів, яку ваше підприємство повинно буде платити в майбутньому	1,73	1,50	1,82
Дуже складна податкова звітність (декларації та розрахунки)	1,70	1,36	1,83
Повна залежність від бажань податкових інспекторів, відсутність поваги як до платника податків	1,07	1,08	1,06
Занадто багато часу йде на спілкування з контролюючими органами	0,95	0,84	1,00
Часті перевірки за правильністю нарахування, повнотою та своєчасністю сплати податків і зборів	0,87	0,79	0,90
Необхідність сплачувати хабарі (подарунки, інше)	0,60	0,70	0,57

Вставка 1. Основні групи проблем податкового адміністрування

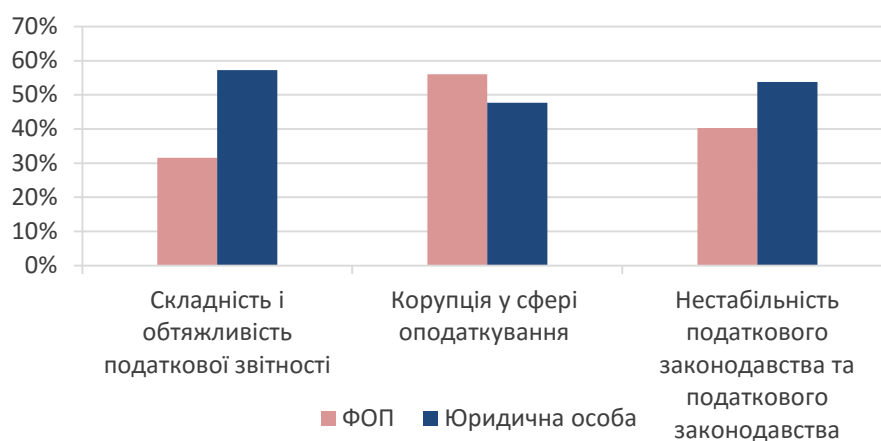
З метою виокремлення основних проблемних сфер ми класифікували ознаки за допомогою факторного аналізу. Як результат, було отримано три фактори³³, які відображають найбільш проблемні сторони української податкової системи:

- 1) складність і обтяжливість податкового законодавства;
- 2) корупція у сфері оподаткування та специфіка відносин «інспектор-платник податків»;
- 3) нестабільність (часті зміни) податкового законодавства та податкової звітності.

Так, найбільш негативно підприємства оцінили останній фактор, його «проблемність» знаходиться на рівні 2,4 (де 0 – зовсім не було труднощів, 4 – значні труднощі). Дещо менше труднощів мали респонденти внаслідок складності та обтяжливості податкового законодавства («проблемність» на рівні 1,9). З іншого боку, як це не парадоксально, у підприємств майже не виникало проблем з корупцією, перевітками, та неформальними відносинами («проблемність» на рівні 0,9), що може свідчити як про невисокий рівень хабарництва у даній сфері, так і про «звикання» бізнесу до зазначеної практики та переоцінки її значення (зокрема, хабарництво може сприйматися як засіб більш ефективного та швидкого досягнення результату). Зокрема, відповідаючи на інше запитання, 55,8% респондентів погодилися з тим, що підприємці схильні уникати реальних перевірок і тому дають хабарі інспекторам під час перевірок. Про існування корупції у сфері адміністрування податків свідчать і відповіді на інше питання. Так, на думку 82,3% МСП, через несплату податків тіньовий сектор знаходиться у привілейованому становищі у порівнянні з підприємцями, які повністю офіційно працюють.

Зазначимо, що спостерігається статистично значуща залежність між організаційно-правовою формою підприємств та труднощами, на яких акцентують увагу респонденти. Так, на діяльність юридичних осіб більш негативно впливають складність податкового законодавства та нестабільність податкової системи (викликають значні труднощі у 57,2% та 53,8% підприємств відповідно), тоді як значні проблеми через корупцію виникають у 56,0% фізичних осіб-підприємців.

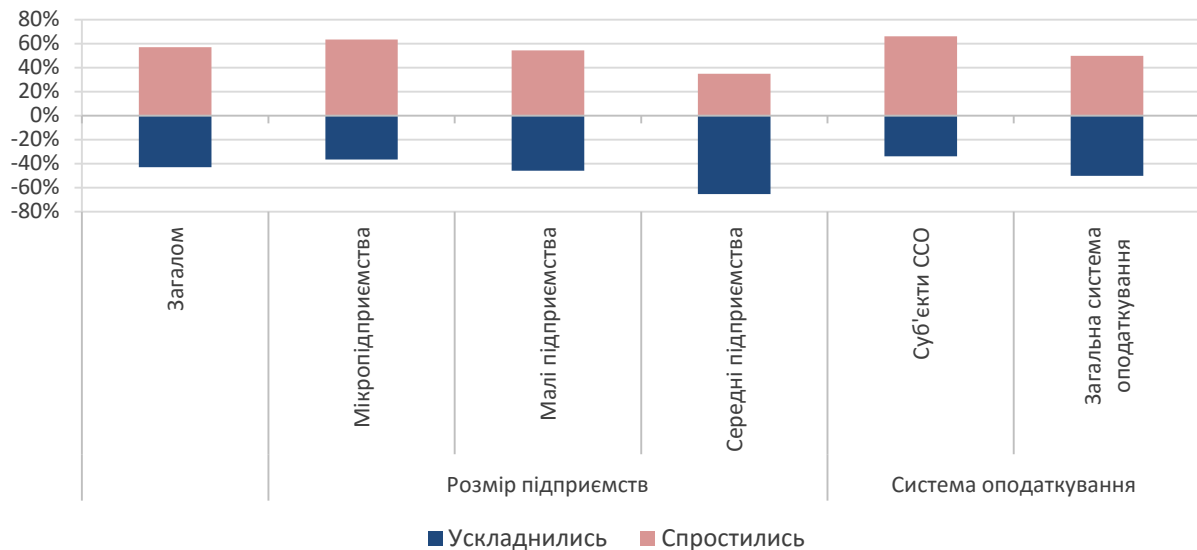
Рис. 51. Труднощі, пов'язані з системою оподаткування, % опитаних



В цілому ж, частка підприємств, які відзначають спрощення умов та процесів адміністрування податків у

2015 році порівняно з 2012 роком, дещо перевищує частку підприємств, які наголошують на їх ускладненні (34,7% проти 26,2%). Відповідно, індекс оцінки змін системи адміністрування податків становить +0,13 (де -1 – ускладнення, +1 – спрощення).

Рис. 52. Оцінка зміни процесу та умов адміністрування податків та зборів порівняно з 2012 роком, % опитаних



При цьому, про покращення ситуації частіше говорять ФОПи: так, вдвічі більше респондентів відзначили спрощення процесу адміністрування (37,1% проти 14,7% респондентів), тоді як серед юридичних осіб зазначені частки є рівними (відповідно 33,9% та 30,5% респондентів). Очікувано, що підприємства різних розмірів так само оцінюватимуть зміни ситуації з оподаткуванням неоднаково. Так, зі зменшенням розміру підприємств збільшується частка респондентів, що позитивно оцінили зміни та, відповідно, зменшується частка тих, що дали негативні оцінки. Менш очікувано, що серед підприємств середнього розміру відсоток респондентів, які відзначили ускладнення ситуації, значно переважає частку тих, які наголосили на її спрощенні: 44,5% порівняно з 23,7%.

Зазначимо, що серед підприємств різних видів діяльності негативні оцінки переважають лише у підприємств аграрного сектору: так, 37,3% аграріїв відзначили ускладнення процесу та умов адміністрування сплати податків та зборів, тоді як їх спрощення відзначили 25,4%. В межах інших видів діяльності частка підприємств, що відзначили спрощення ситуації незначно, але переважає частку тих, які дають негативні оцінки.

³³ До першого фактору (складність і обтяжливість податкової звітності) віднесені ознаки «високі ставки податків та зборів», «важкість визначення суми податків та зборів, яку підприємство матиме платити в майбутньому», «дуже складна податкова звітність (декларації та розрахунки)» та «велика кількість звітних документів»; до фактору «корупція та неформальні відносини у сфері оподаткування» - «повна залежність від бажань податкових інспекторів, відсутність поваги до Вас як до платника податків», «необхідність сплачувати хабарі», «занадто багато часу йде на спілкування з контролюючими органами», «часті перевірки за правильністю нарахування, повнотою та своєчасністю сплати податків і зборів»; до фактору «нестабільність податкового законодавства та, відповідно, звітності» - ознаки «високий розмір штрафних санкцій за помилки», «нестабільність податкового законодавства - часті зміни у податковому законодавстві та відсутність постійних прав», «часті зміни форм податкової звітності».

3.10 Оцінка зміни регуляторного середовища

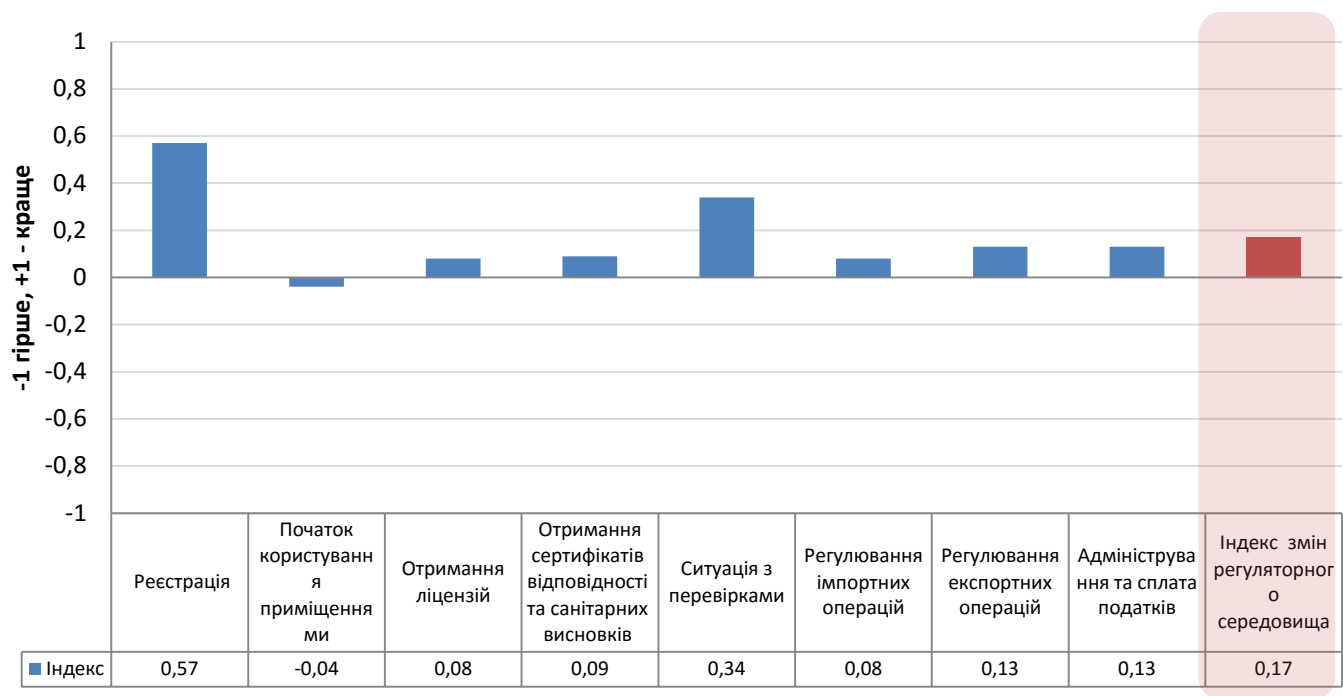
З метою узагальнення сприйняття МСП змін умов та процесів, пов'язаних з регулюванням різних процедур, ми побудували індекс змін регуляторного середовища. Індекс включає в себе оцінку респондентами змін у особливостях реєстрації та постановки на облік, початку користування приміщеннями, ліцензування, технічного регулювання, адміністрування податків, регулювання імпорту та експорту тощо³⁴.

Відповідно до результатів дослідження, частка МСП, які відзначали спрощення умов та процесів, пов'язаних з більшістю процедур, переважає частку тих, які, навпаки, повідомляють про їх ускладнення. Це справедливо для всіх складових регуляторного середовища, за виключенням регулювання процедур, пов'язаних з початком користування приміщеннями (будівництво, ремонт і перепрофілювання тощо) – від'ємний індекс змін на рівні -0,04 (де -1 – погіршення порівняно з 2012 роком, +1 – покращення порівняно з 2012 роком).

З іншого боку, найкраще респонденти оцінили зміни, порівняно з 2012 роком, у сфері реєстрації та постановки на облік (індекс змін +0,57), а також зміни у ситуації з перевітками (+0,34). Показники за іншими процедурами є позитивними, однак у своєму значенні наближаються до 0 (що свідчить про відсутність відчутних змін у умовах та процесах цих процедур).

Агрегований показник змін є, відповідно, також додатним та становить +0,17, що свідчить, скоріше, про позитивне сприйняття МСП змін стану регуляторного середовища порівняно з 2012 роком.

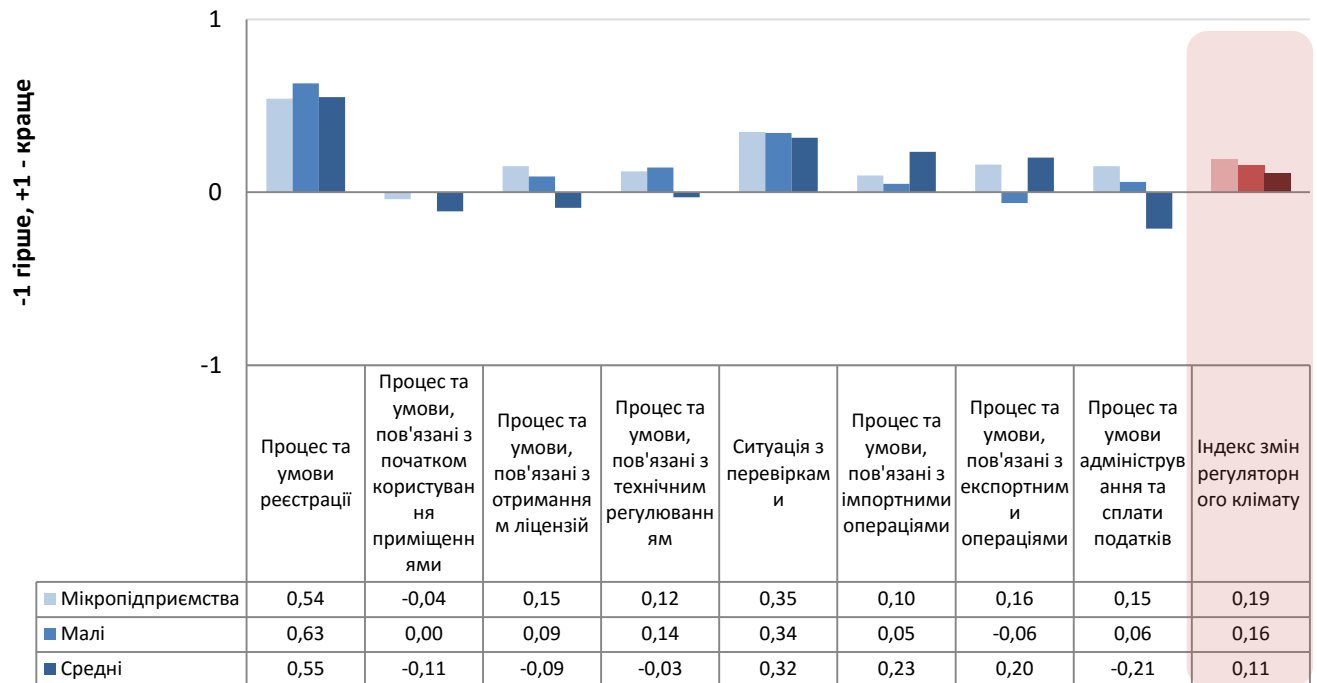
Рис. 53. Індекс змін регуляторного середовища та його складові



³⁴ Інформація щодо методології побудови Індексу змін регуляторного середовища подана у Розділі 8.

Значення індексу змін регуляторного середовища не дуже відрізняється для підприємств різного розміру (відповідні індекси становлять +0,19 для мікропідприємств, +0,16 для малих та +0,11 для середніх підприємств). Разом з тим, підприємства більшого розміру гірше оцінюють зміни регуляторного середовища, зокрема це стосується процедур, пов'язаних з регулюванням будівництва, ремонту та перепрофілювання, ліцензуванням, технічним регулюванням та адмініструванням податків (зокрема, показники оцінки змін за цими процедурами у групі середніх підприємств є від'ємними).

Рис. 54. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за розміром підприємств)



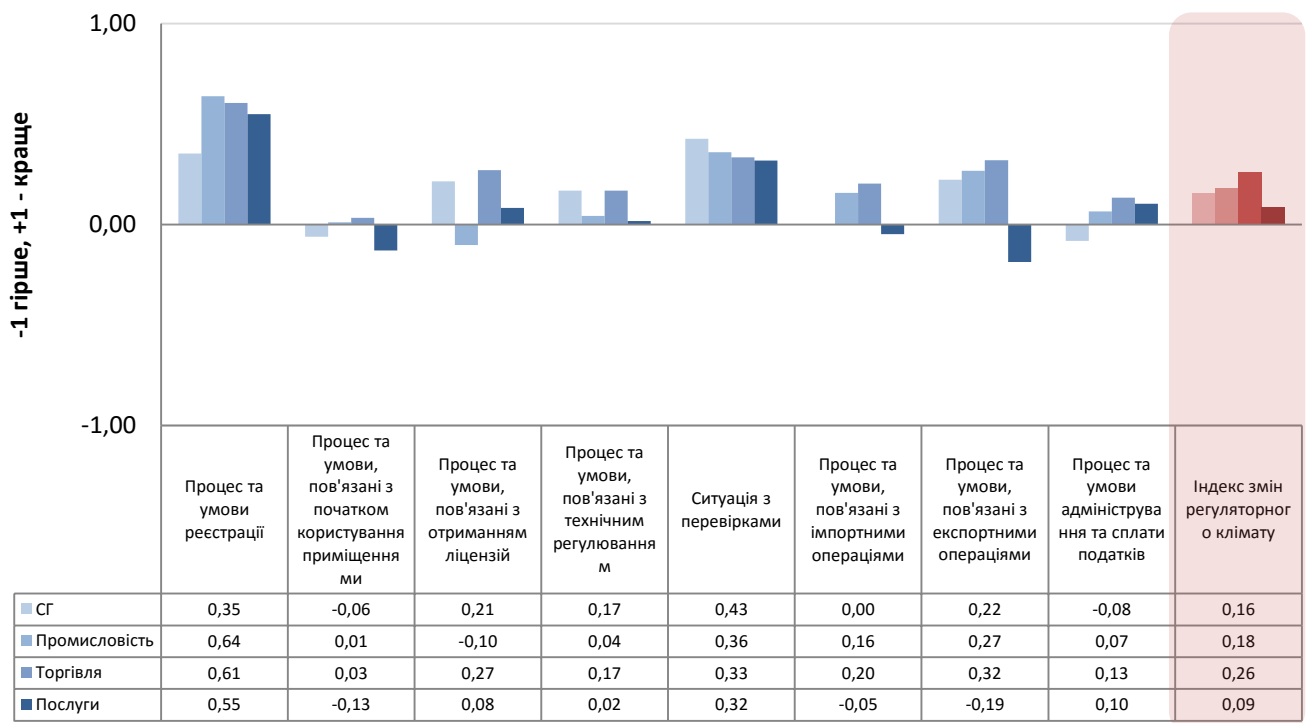
Так само, дещо краще сприйняття змін у регуляторному середовищі демонструють фізичні особи-підприємці порівняно з юридичними (відповідні індекси змін становлять +0,24 для ФОП та +0,15 для юридичних осіб). Очікувано, що зміни у більшості сфер регуляторного середовища приватні підприємці оцінюють краще, ніж підприємці-юридичні особи.

Рис. 55. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за організаційно-правовою формою підприємств)



Більш значущими є відмінності у сприйнятті змін регуляторного середовища МСП різних галузей господарювання. Так, найгірший показник демонструють МСП сфери послуг: індекс змін регуляторного середовища на рівні +0,09. Так, зазначені МСП негативно оцінили зміни умов та процесів, пов'язаних не лише з початком користування приміщенням, а й регулюванням імпорних та експортних операцій. Навпаки, найкраще зміни регуляторного середовища оцінили підприємства сфери торгівлі – індекс на рівні +0,26.

Рис. 56. Індекс змін регуляторного середовища та його складові (за організаційно-правовою формою підприємств)



МСП оцінюють зміни, які відбулися у регуляторному середовищі протягом 2012-2015 років скоріше позитивно (індекс +0,17). Респонденти відзначають спрощення в умовах та процесах всіх регуляторних процедур, за виключенням тих, що пов'язані з початком користування приміщеннями. Індекс регуляторного клімату є додатнім для МСП незалежно від організаційно-правової форми, виду діяльності та розміру. Разом з тим, різні групи МСП неоднаково оцінюють його складові. Найгірше оцінили зміни регуляторного клімату МСП сфери послуг (індекс змін регуляторного клімату +0,09), найкраще – сфери торгівлі (індекс змін регуляторного клімату +0,26).

3.11 Підключення до електромереж

3.11.1 Опис респондентів, які підключалися до електромереж

497 із 1828 підприємців та підприємств, яких було опитано в дослідженні «Щорічна оцінка ділового клімату», повідомили, що проводили підключення до електромереж. Це становить 27% із усіх опитаних підприємств.

Серед цих респондентів, 160 або 32% – це фізичні особи-підприємці, а решта 337 опитаних (68%) – юридичні особи (319 приватних підприємств, 13 товариств із обмеженою відповідальністю, 2 державні підприємства, 1 акціонерне товариство і 1 колективне підприємство). Вони працюють у всіх регіонах України, де проходило опитування.

За кількістю працівників серед фізичних осіб-підприємців (ФОП) найбільше тих, в яких працює від 1 до 10 осіб – це 146 у цій категорії. Також у числі ФОП є 10 респондентів із числом працівників від 11 до 50 та 4 респонденти із кількістю працівників від 51 до 250 осіб.

Юридичні особи налічують 160 мікропідприємств, де працює до 10 осіб, 90 малих підприємств із кількістю зайнятих від 11 до 50, і 87 середніх підприємств із числом зайнятих від 51 до 250 осіб.

Таблиця 19. Підприємства, що проводили підключення до електромереж – розподіл за організаційною формою і розміром

Кількість працівників	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи
Від 1 до 10 осіб	146 (91,2%)	160 (47,5%)
Від 11 до 50 осіб	10 (6,2%)	90 (26,7%)
Від 51 до 250 осіб	4 (2,5%)	87 (25,8%)
Всього	160 (100%)	337 (100%)

Опитані фізичні особи-підприємці, які підключались до електромереж, найчастіше працюють у сфері торгівлі (91 ФОП). Також вагома частка ФОП (33 респонденти) зайняті у сфері послуг. 11 ФОП представляють готельно-ресторанну сферу. На інші сектори припадає від шести і менше ФОП.

Таблиця 20. Підприємства, що проводили підключення до електромереж – розподіл за організаційною формою і сектором

Сектор	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи
Сільське господарство	6 (3,8%)	59 (17,5%)
Промисловість	5 (3,1%)	105 (31,2%)
Будівництво	4 (2,5%)	14 (4,2%)
Торгівля	91 (56,9%)	40 (11,9%)
Діяльність готелів та ресторанів	11 (6,9%)	5 (1,5%)
Діяльність транспорту та зв'язку	6 (3,8%)	27 (8,0%)
Фінансова діяльність	0 (0%)	4 (1,2%)
Операції з нерухомим майном	4 (2,5%)	29 (8,6%)
Інші послуги	33 (20,6%)	54 (16,0%)
Всього	160 (100%)	337 (100%)

Підприємства-юридичні особи у підвибірці тих, що підключались до електромереж, найбільше представлені сферою промисловості (105 підприємств). Більше 50 із юридичних осіб працюють у сільському господарстві (59 респондентів) та у сфері послуг (54 респонденти). Сфера торгівлі налічує 40 підприємств цієї категорії.

3.11.2 Замовлена потужність

Опитані підприємства замовляли різну потужність для своїх потреб – від 1 кВт до 1 100 000 кВт (1,1 МВт). В середньому, це 996 кВт³⁵. При цьому половина респондентів замовляли потужність в межах до 30 кВт (медіанне значення).

Фізичні особи-підприємці замовляли від 1 до 22 000 кВт. Середнє значення для ФОП становить 282 кВт, тоді як медіана знаходиться на рівні 15 кВт.

Підприємства, які є юридичними особами, замовляли від 1 кВт до 1,1 МВт потужності. Середнє значення замовленої потужності для юридичних осіб становить 1795 кВт. Половина підприємств замовляли потужність до 40 кВт.

³⁵ Тут і далі в тексті під середнім значенням розуміється обрізне середнє на рівні 5%.

Існує помітна різниця у рівні замовлених потужностей між мікропідприємствами, малими та середніми підприємствами. Представлені у вибірці мікропідприємства замовляли від 1 кВт до 450 000 кВт. Середнє значення замовленої потужності для цієї категорії становить 855 кВт, а медіанне – 30 кВт.

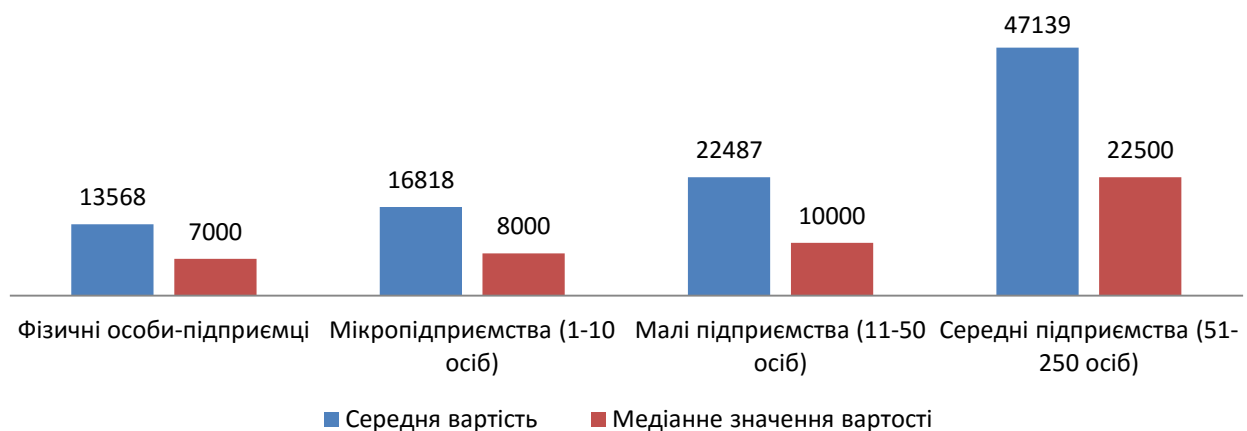
Малі підприємства замовляли від 2,5 кВт до 150 000 кВт. Для них середнє значення дорівнює 2 708 кВт, а медіанне – 50 кВт.

Середні підприємства замовляли від 2 кВт до 1,1 МВт. Середнє значення замовленої потужності для таких підприємств становить 7 737 кВт. Медіана для середніх підприємств становить 200 кВт.

3.11.3 Вартість підключення

Опитування респондентів, які проводили підключення до електромереж, показує, що їм доводилось платити значні суми за підключення. Із записів інтерв'ю можна дізнатися, що у деяких випадках респонденти не вказували визначеної суми, стверджуючи, що вона дуже велика і що вони не можуть її назвати. Всього 193 респонденти (39% із тих, які повідомили, що підключались до електромереж) назвали суму, сплачену за підключення до електромереж.

Рис. 57. Середня вартість підключення до електромереж, грн.



Для опитаних, які назвали вартість, підключення коштувало від 80 грн. до 3,5 мільйона грн. Вартість підключення для ФОП була в середньому нижчою, ніж для підприємств, які є юридичними особами. Фізичні особи-підприємці сплатили в середньому 13 568 грн. за підключення. Медіанне значення вартості підключення для них становить 7 000 грн. А юридичні особи в середньому платили 22 590 грн. із медіанним значенням 10 000 грн. При цьому, вартість підключення зростає із збільшенням розміру підприємств. Так, мікропідприємства в середньому платили 16 818 грн., малі підприємства – 22 487 грн., а середні – 47 139 грн. Медіанні значення для цих категорій підприємств становлять відповідно 8 000 грн., 10 000 грн та 22 500 грн.

3.11.4 Тривалість підключення

Для опитаних підприємств тривалість підключення до електромереж була різною – від одного дня до п'яти років. Зокрема, 27 опитаних повідомили, що підключення тривало від одного року і більше. Це становить 7% від 380 підприємств, що вказали, скільки часу в них зайняло підключення. Підприємства, що проводили підключення до електромереж більше року, представляють різні сектори економіки: 26% з них – промислові підприємства, 19% працюють у сфері послуг та по 15% – у сферах торгівлі та сільського

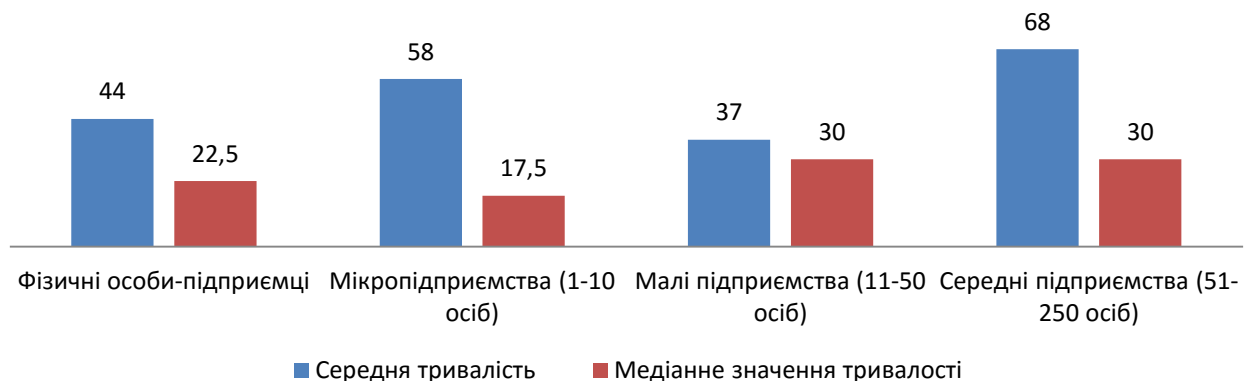
господарства. Решта 25% зайняті у сфері нерухомості, у готельно-ресторанній сфері, а також у будівництві та діяльності транспорту і зв'язку. 70% підприємств із тих, що підключалися протягом року і більше, – це підприємства, які є юридичними особами, а решта 30% – фізичні особи-підприємці.

Для ФОП середня тривалість підключення до електромереж становила 44 дні, при цьому медіанне значення за тривалістю становить 22,5 дні.

Для підприємств-юридичних осіб підключення тривало в середньому 51 день, тоді як медіана знаходиться на рівні 30 днів.

Серед підприємств-юридичних осіб різних розмірів спостерігається певна різниця у термінах підключення, яка, проте, не вказує на прямий зв'язок між розміром підприємства та термінами підключення. Мікропідприємства підключались в середньому протягом 58 днів, малі підприємства – протягом 37 днів, а середні – протягом 68 днів. Медіанні значення показують, відповідно, 17,5 днів для мікропідприємств та по 30 днів для малих і середніх підприємств.

Рис. 58. Середня тривалість підключення до електромереж, днів



3.11.5 Успішність підключення

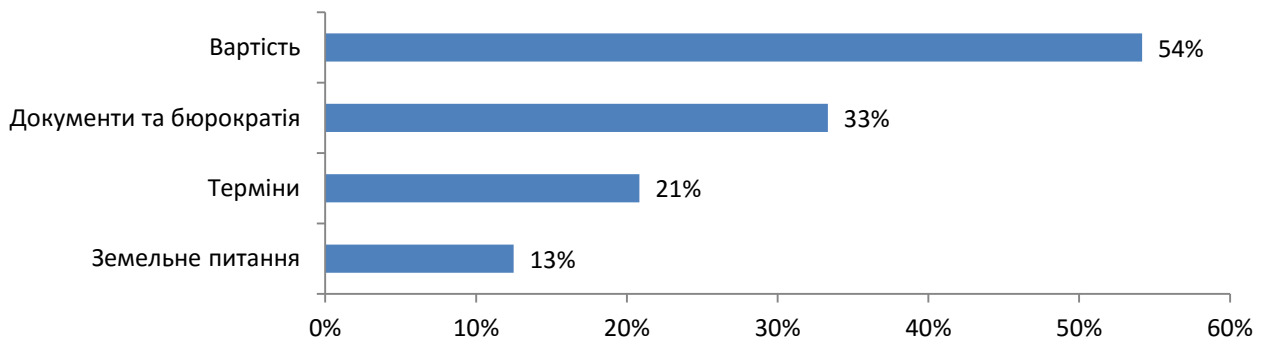
Із 497 підприємців та підприємств, які проводили підключення, 473 підприємства (95,2%) повідомили, що вони успішно підключилися. Серед 24 респондентів, яким не вдалося підключитися, 19 – це підприємства, а 5 – фізичні особи-підприємці, що свідчить про те, що немає статистично значущого зв'язку між успішністю підключення та організаційною формою опитаних підприємств.

3.11.6 Причини того, чому не вдалося підключитися

Підприємства, яким не вдалося підключитися до електромереж, найчастіше вказували причиною вартість процедури. Про це, зокрема, сказали 13 підприємств, тобто 54% тих, хто не підключився. Також називали такі причини, як документи та бюрократія (8 опитаних), терміни підключення (5 опитаних) та земельне питання (3 опитаних)³⁶. Половина з цих підприємств (12 опитаних) вказала, що підключення до електромереж було їм потрібне в рамках інвестиційного проекту.

³⁶ У цьому запитанні підприємства могли назвати більше, ніж одну причину.

Рис. 59. Причини, через які підприємствам не вдалося підключитися (у відсотках серед тих, яким не вдалося), % опитаних



3.11.7 Вартість за 1 кВт

Для розрахунку вартості підключення за 1 кВт вартість підключення для одного респондента була поділена на замовлену потужність. Такий розрахунок вдалося зробити для 149 респондентів – це ті опитані, які підключались до електромережі і вказали у відповідях і замовлену потужність, і вартість підключення³⁷.

Мінімальне значення отриманої ціни за 1кВт – менше однієї гривні, максимальне – 29166,67 грн. за 1 кВт.

Середнє значення для усієї вибірки – 1176,4 грн. за 1 кВт³⁸. Окремо для фізичних осіб-підприємців (64 респонденти або 43% від підвибірки) середня вартість підключення становить 1235,97 грн./1 кВт, а для підприємств-юридичних осіб (85 респондентів або 57% підвибірки) середня вартість становить 1131,57. Відповідне медіанне значення для ФОП дорівнює 979 грн., для юридичних осіб – 667 грн.

У свою чергу, серед підприємств-юридичних осіб також є певна різниця у середній ціні за кіловат: для мікропідприємств (52 підприємства у підвибірці) вона складає 1109,3 грн./1 кВт (медіана – 683 грн.), для малих підприємств (19 підприємств) – 1315,47 грн./1 кВт (медіана – 1000 грн.), а для середніх підприємств (14 підприємств) – 2073,65 грн./1 кВт (медіана – 583 грн.).

3.12 Висновки

- Середнє значення часу, присвяченого спілкуванню з органами влади у керівництва, для усіх опитаних становить 14,6%.
- Витрати основної частини МСП внаслідок регулювання пов'язані насамперед з ліцензуванням, отриманням сертифікатів відповідності та гігієнічних дозволів, перевірки.
- 39,9% МСП займалися державною реєстрацією (перереєстрацією) у 2015 році, тому витрати на проходження цієї процедури включені до загальних витрат.
- На проходження відповідних процедур МСП витратили в середньому 29761 грн.³⁹ протягом 2015 року (враховуючи прямі та непрямі витрати). В перерахунку на одного працюючого загальні річні витрати для мікропідприємств становлять 5952 грн, малих підприємств – 1145 грн., середніх підприємств – 268 грн.

³⁷ Фільтр, який використовувався при обчисленнях: $v1 \sim= 533$ and $v31_32 \sim= 4$ and $v161 \geq 80$

³⁸ Тут і далі - обрізне середнє на рівні 95%.

³⁹ Сума поражена з урахуванням частки опитаних МСП, які здійснювали процедуру.

- На реєстрацію (перереєстрацію) МСП витратили в середньому 1011 грн., з них пряма вартість склала 241 грн., решта – непрямі витрати, еквівалентні 4 робочим дням.
- Ліцензування коштує МСП в середньому 14713 грн. на рік, з них пряма вартість процедури становить 6841 грн., решта – непряма вартість, пов'язана з часовими витратами на отримання ліцензії (36 днів).
- Отримання сертифікату відповідності забирає у МСП в середньому 14381 грн. на рік, з них пряма вартість процедури становить 6263 грн., решта – непряма вартість, пов'язана з часовими витратами (14 днів – отримання одного сертифікату).
- Річна вартість отримання гігієнічного або санітарного дозволу для МСП становить в середньому 9537 грн. на рік, з них пряма вартість процедури становить 2500 грн., решта – непряма вартість, пов'язана з часовими витратами (9 днів – отримання одного дозволу).
- Загальна вартість перевірок протягом 2015 року становила в середньому 40938 грн., при цьому у формі прямих витрат МСП заплатили 33141 грн., решта – часові витрати, пов'язані з загальною тривалістю інспекцій (14 днів).
- Оцінка МСП змін, які відбулися у регуляторному середовищі протягом 2012-2015 років є скоріше позитивно (індекс +0,17). Респонденти відзначають спрощення в умовах та процесах всіх регуляторних процедур (реєстрація, ліцензування, отримання сертифікатів відповідності та гігієнічних дозволів, державний нагляд, адміністрування податків), за виключенням тих, що пов'язані з початком користування приміщеннями.

4. Держава та бізнес

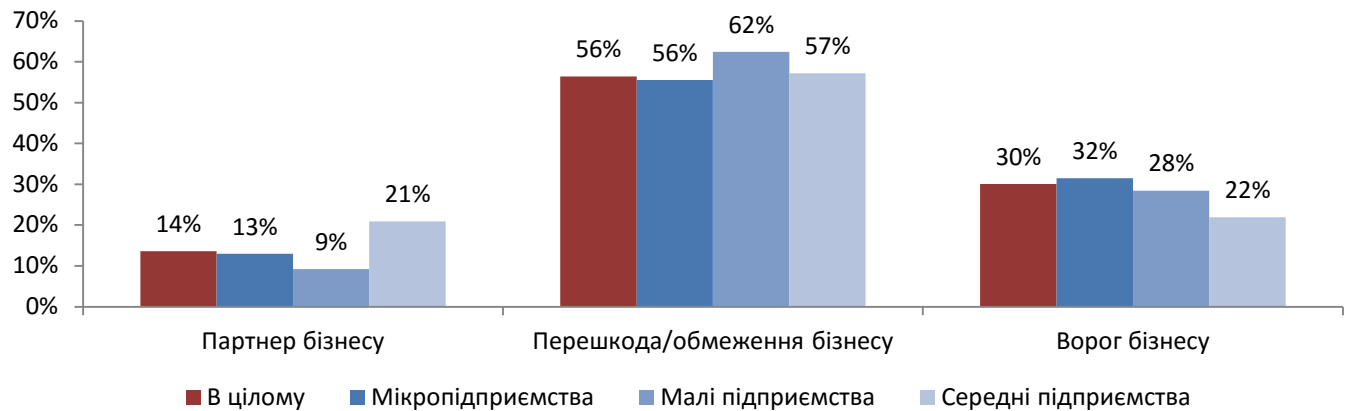
4.1 Відносини бізнесу та влади з точки зору МСП

4.1.1 Образ держави: яким його бачать МСП

Опитаним підприємцям було запропоновано обрати один із трьох варіантів, які описують відносини між бізнесом та державою: держава як партнер бізнесу, держава як ворог бізнесу та держава як перешкода або обмеження для бізнесу. Більш, ніж половина представників бізнесу (56%) вказали, що вважають державу перешкодою або обмеженням. 30% назвали державу ворогом, а 14% – партнером бізнесу.

Між підприємствами різного розміру спостерігається статистично значуща різниця у сприйнятті ролі держави для бізнесу. Із збільшенням розміру підприємств зменшується частка тих, що вважають державу ворогом. Так, якщо практично третина (32%) мікропідприємств відповіли, що держава – ворог бізнесу, то такої думки дотримуються 28% малих підприємств та 22% середніх. Крім цього, середні підприємства частіше від інших називають державу партнером бізнесу. Відсоток підприємств із такими оцінками становить 21% для середніх підприємств, в той час як серед мікропідприємств державу називають партнером 13%, а серед малих підприємств – 9%.

Рис. 60. Погляд бізнесу на роль держави (за розміром підприємств), % опитаних



4.1.2 Довіра до інституцій

Довіра підприємців до суспільних інституцій була оцінена за допомогою запитання, де респонденти вказували, до якої із запропонованих інституцій вони б звернулися по допомогу у вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу. Серед перелічених інституцій були органи державної влади (Верховна Рада, Кабінет Міністрів, Президент), місцевої влади, судова гілка влади та політичні партії. Також був представлений громадський сектор (бізнес-омбудсмен, бізнес-асоціації) і приватний сектор (юристи, бізнес-консультанти). Були серед варіантів і тіньові посередники (мафія).

Приватний сектор користується значно вищим рівнем довіри з боку бізнесу, ніж державна влада та громадські організації. Інституція, до якої опитані підприємці найчастіше звернулися б задля вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, – це юристи, адвокати та бізнес-консультанти. Про це повідомили 87% респондентів, що суттєво перевищує відсоток опитаних, що назвали наступну за рівнем довіри інституцію – органи місцевого самоврядування. Місцевій владі у вирішенні питань, пов'язаних з бізнесом, довіряє 62% опитаних підприємців. Також більш, ніж половина опитаних, висловили довіру до судової влади (55%) та до бізнес-асоціацій (54%).

Громадський сектор – міжнародні організації та бізнес-омбудсмен – користуються довірою приблизно однієї третини опитаних. Так, 34% респондентів висловили готовність звернутися до міжнародних організацій для вирішення питань, пов'язаних із бізнесом, а бізнес-омбудсмену як інституції, що може допомогти вирішити ці питання, довіряють 32% опитаних.

Центральним органам влади – Кабінету Міністрів, Президенту та Парламенту – у сфері вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу, довіряють від 30% і менше опитаних. Так, 30% респондентів звернулися б із цими питаннями до Кабінету Міністрів, 25% – до Президента, а 22% – до Парламенту. Респонденти найменш ймовірно звернуться із питаннями щодо бізнесу до політичних партій (18% опитаних) та до тіньових посередників, таких як мафія (10%).

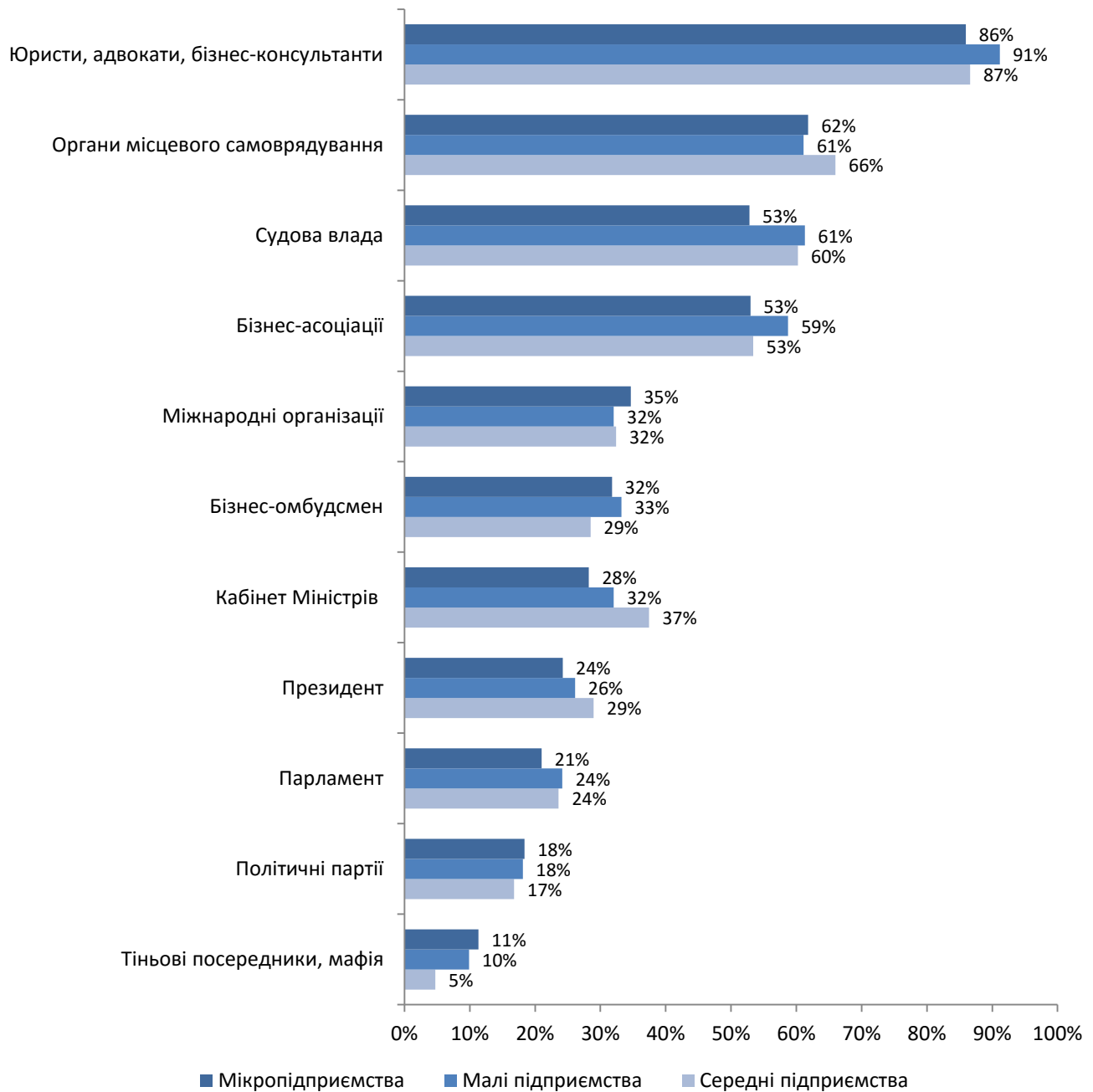
Серед підприємств різних розмірів практично немає різниці у довірі різним інституціям. Спостерігається невелика відмінність між мікропідприємствами, малими та середніми підприємствами у довірі до центральних органів влади.

Рис. 61. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних



Чим більший розмір підприємств, тим більш ймовірно, що вони готові звернутися до Кабінету Міністрів, Президента чи Парламенту для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу. Також мікропідприємства дещо менше довіряють судовій владі, ніж малі та середні підприємства. 53% мікропідприємств повідомили, що звернулися б до судів для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу, тоді як для малих та середніх підприємств цей відсоток вищий: відповідно 61% та 60%.

Рис. 62. Інституції, до яких звернуться респонденти для вирішення питань, що стосуються ведення бізнесу (за розміром), % опитаних



4.1.3 Оцінка перешкод з боку органів влади

Опитані підприємства назвали органи влади, які створюють їм перешкоди при веденні бізнесу. При цьому основна частина опитаних (75%) вказали, що жоден із перелічених органів влади не створює їм перешкод.

6% опитаних повідомили, що вищі органи влади, такі як Верховна Рада, Кабінет Міністрів та Президент, створюють перешкоди для їхнього бізнесу. 5% респондентів назвали таким органом податкову інспекцію.

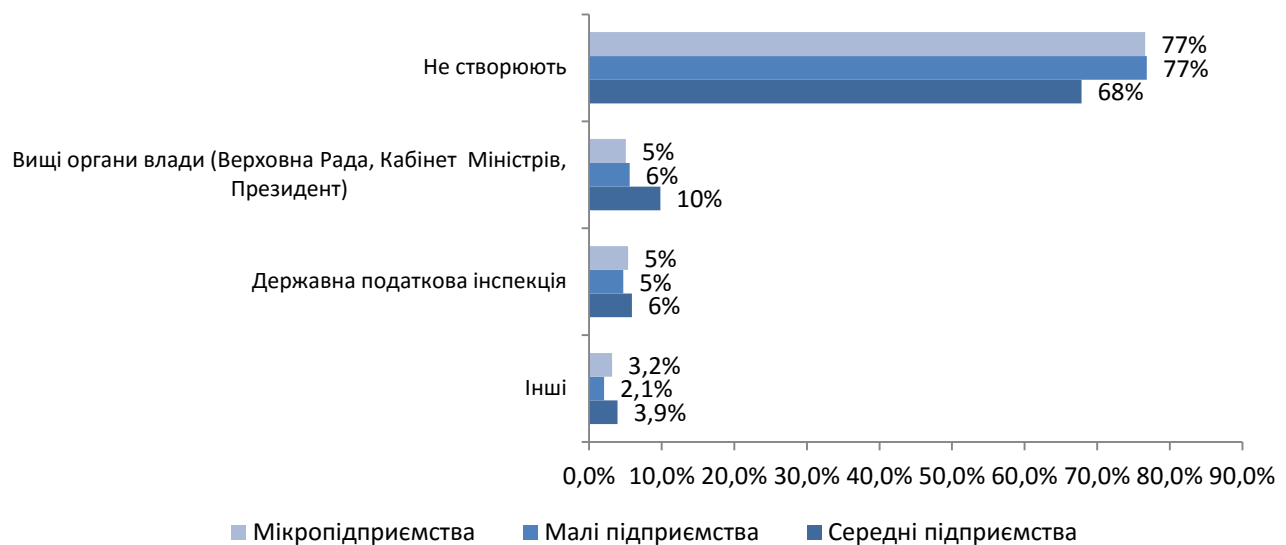
До 2% опитаних вказали і на інші органи як на такі, що створюють їм перешкоди, серед них – муніципальні адміністративні ради та мери міст, Держгеокадастр України, митні органи та прокуратура.

Рис. 63. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств, % опитаних



Підприємства середнього розміру частіше, ніж малі та мікропідприємства, повідомляють про те, що державні органи створюють їм перешкоди для ведення бізнесу. 68% із них зазначили, що державні органи не створюють їм таких перешкод, тоді як відповідна частка малих та мікропідприємств становить 77%.

Рис. 64. Органи влади, які створюють перешкоди для бізнесу, на думку підприємств (за розміром підприємств), % опитаних



4.1.4 Висновки

При вирішенні проблем, пов'язаних із веденням бізнесу, підприємці найбільше довіряють представникам такого ж приватного сектору, як і вони самі, – тобто юристам і бізнес-консультантам. Однак, досить високим рівнем довіри – відразу після приватного сектору – користуються представники місцевих органів влади. Це свідчить про готовність бізнесу вирішувати проблемні питання на місцевому рівні і про потенційну важливу роль місцевої влади у сфері підприємництва у контексті децентралізації.

Загалом, рівень довіри бізнесу до державної політики можна назвати низьким. МСП скоріше вважають державу перешкодою для ведення бізнесу чи навіть «ворогом» бізнесу, ніж партнером. Слід зауважити, що зі збільшенням розміру підприємств зменшується частка тих, що вважають державу ворогом.

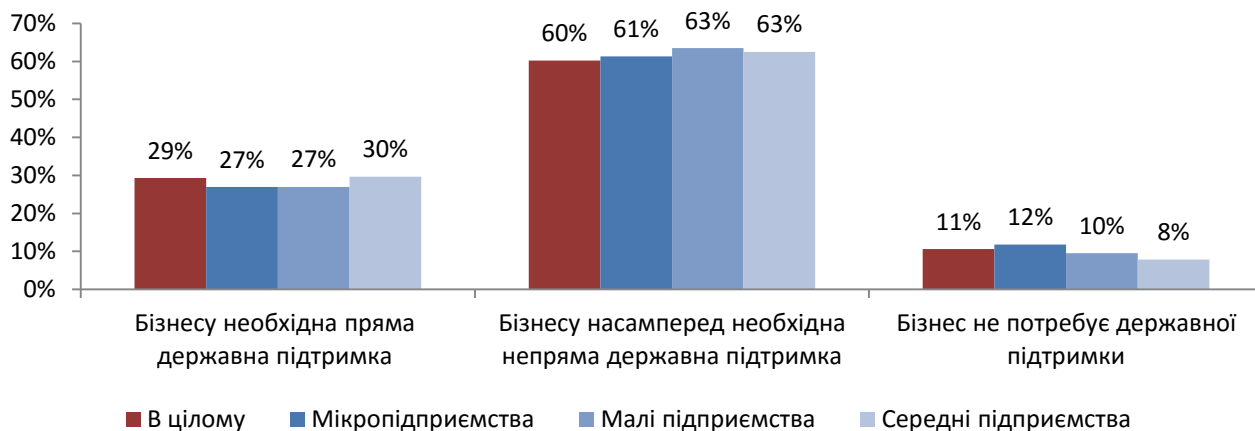
Разом із цим, більшість підприємств не змогли назвати конкретний орган влади, який створює перешкоди для їхньої діяльності. Це свідчить про актуальність глибшого дослідження про те, яким чином у підприємців формується сприйняття ролі держави для бізнесу та від чого залежить довіра до держави в цілому.

4.2 Державна підтримка: якою її бачать МСП

Підприємства, які взяли участь в опитуванні, описали своє бачення державної підтримки бізнесу. Респондентам було запропоновано вказати, яка, на їхню думку, підтримка, насамперед, потрібна бізнесу: пряма або непряма – або обрати варіант, що бізнес не потребує державної підтримки. Переважна частина опитаних підприємств (60%) схиляється до думки, що бізнесу необхідна, насамперед, непряма державна підтримка (це покращення ділового середовища, спрощення системи адміністрування тощо). 29% респондентів виступили за пряму державну підтримку, тобто послуги, які надаються безпосередньо бізнесу, такі як консультації, субсидії та гарантування кредитів. 11% опитаних вважають, що бізнес не потребує державної підтримки.

Між підприємствами різного розміру немає помітної різниці в оцінці потреб бізнесу у державній підтримці. Із зменшенням розміру підприємства деякою мірою збільшується частка тих, що не бачать потреби у державній підтримці для бізнесу. Зокрема, 12% мікропідприємств вважають, що бізнес не потребує державної підтримки, а відповідна частка серед малих та середніх підприємств становить, відповідно, 10% та 8%.

Рис. 65. Оцінка потреб бізнесу у державній підтримці (за розміром підприємств), % опитаних



Говорячи про конкретні інструменти державної підтримки, опитані підприємства віддають перевагу інструментам непрямої державної підтримки, таким як дерегуляція, спрощення адміністрування тощо.

Найбільше опитаних очікує таких заходів з боку держави, як спрощення податкового адміністрування (77%) та дерегуляції (71%). Слід зазначити, що у цьому опитуванні під дерегуляцією розуміється зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності, – тобто таких документів, з якими безпосередньо працюють підприємці.

Рис. 66. Очікувані заходи державної політики з підтримки МСП, % опитаних



Також очікуваним кроком є створення єдиного інформаційного ресурсу, з якого представники малого та середнього бізнесу могли б отримати інформацію щодо правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства та інші актуальні питання у сфері підприємництва. У такому ресурсі зацікавлені 67% учасників опитування. Майже стільки ж респондентів (65%) очікують зміни формату роботи податкових служб, наголошуючи на необхідності того, щоб вони мали, передусім, сервісні функції. А 56% опитаних підприємців вважає за потрібне перевести адміністративні послуги в електронний формат.

Для значної частини малого та середнього бізнесу важливим інструментом державної підтримки стало б збільшення доступності кредитів. Так, 40% опитаних хотіли б мати можливість отримати державні гарантії за кредитами або їх частиною, а 34% – компенсацію відсотків за кредитами. Важливим для бізнесу є і простіший доступ до державних закупівель, про це повідомили 39% представників малого та середнього бізнесу. Деяка частка опитаних висловила за інформаційно-навчальну підтримку від держави у сфері

розвитку бізнесу. Зокрема, 32% респондентів вважають, що дієвим інструментом підтримки бізнесу з боку держави будуть консультації та тренінги з питань просування товарів чи послуг на зовнішні ринки, а 30% – що для підприємців варто проводити консультації та тренінги про започаткування та розвиток бізнесу. Крім цього, 29% опитаних сподіваються від держави такого кроку, як залучення бізнесу до державно-приватного партнерства.

4.2.1 Досвід користування інструментами державної підтримки

15% опитаних представників малого та середнього бізнесу повідомили, що користувалися інструментами державної підтримки, тоді як решта опитаних (85%) відповіли, що не мали такого досвіду. При цьому, більші за розміром підприємства частіше зверталися до держави щодо певної підтримки. Серед мікропідприємств частка тих, які мають досвід користування інструментами державної підтримки, становить 12%. Серед малих підприємств вона більша – 18%, а для середніх підприємств зростає до 23%. Ця відмінність між підприємствами різного розміру статистично значуща. Між фізичними особами-підприємцями та підприємствами, які є юридичними особами, також спостерігається статистично значуща відмінність у використанні інструментів державної підтримки. Про такий досвід повідомили 11% ФОП та 16% юридичних осіб.

Найчастіше опитані підприємства отримували інформаційну підтримку з боку держави. Так, 63% тих респондентів, які мають досвід користування інструментами державної підтримки, повідомили про те, що цими інструментами для них були консультації, дзвінки на «гарячу лінію» тощо. 26% підприємців отримали фінансову допомогу, кредити та фінансові відшкодування. Решта опитаних повідомили про те, що отримували пільги, відвідували навчальні заходи, такі як семінари і тренінги, та користувалися іншими інструментами підтримки з боку держави.

4.2.2 Оцінка доцільності пільгових умов для певних категорій підприємництва

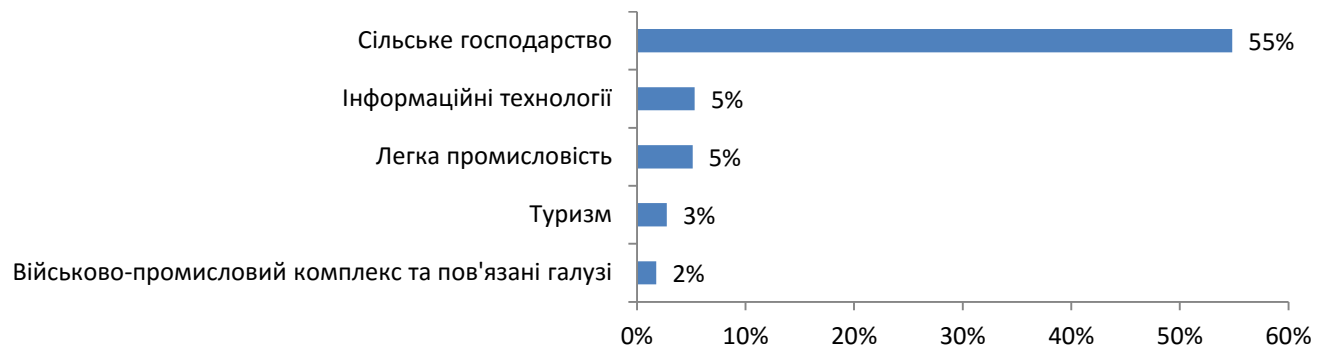
Оцінюючи те, наскільки доцільно надавати пільгові умови для певних категорій підприємництва, більшість учасників опитування висловлюється з підтримку тим чи іншим категоріям бізнесу. Зокрема, більш ніж половина опитаних (52%) вважають, що слід підтримати пільгами новостворені підприємства, які працюють менше року. На думку частини опитаних, підприємства інших категорій можуть претендувати на пільги, зокрема підприємства, які впроваджують інноваційні заходи, (на думку 36% респондентів), підприємства, які впроваджують заходи з енергозбереження, (33%), та окремі підприємства окремих галузей (30%). 12% учасників опитування вважають, що пільги не повинні надаватися жодним категоріям підприємств.

Рис. 67. Оцінка того, чи потрібні пільги певним категоріям підприємств, % опитаних



Респондентам, які відповіли, що слід надати пільги для окремих галузей підприємництва, було запропоновано вказати, яким саме галузям, на їхню думку, потрібно надати такі пільги. Більше половини цих респондентів (55%) назвали такою галуззю сільське господарство. Решту галузей називали значно рідше. Так, від 3% до 5% опитаних вважають, що пільги потрібні підприємствам у сфері інформаційних технологій, легкої промисловості та туризму. Ще менше респондентів – 2% – підтримали впровадження пільг для військово-промислового комплексу і пов'язаних із ним галузей.

Рис. 68. Галузі підприємництва, для яких, на думку респондентів, потрібні пільгові умови, % опитаних



Крім цього, деякі респонденти запропонували власні варіанти галузей, для яких, на їхню думку, потрібні пільги. 12% підприємств віднесли до таких галузей виробництво в цілому, включаючи важку і переробну промисловість. 5% опитаних вважають доцільними надання пільг підприємствам у галузях охорони здоров'я та енергетики і енергозбереження, а 3% – у сферах інновацій, освіти і науки, та у сфері послуг.

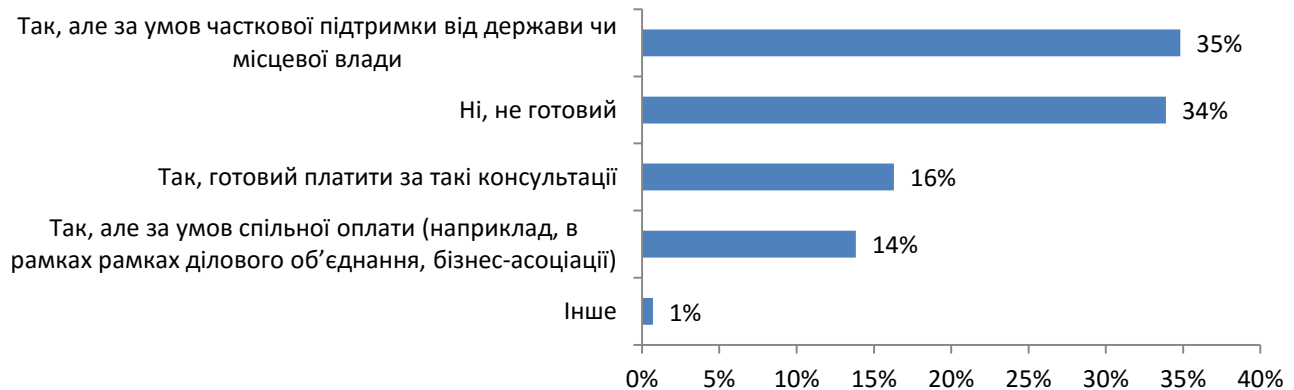
4.2.3 Оцінка готовності бізнесу отримувати платні консультації

Для розвитку бізнесу підприємцям потрібно отримувати нову інформацію, проходити навчання та дізнаватися корисну інформацію щодо сфери своєї діяльності. Це, у тому числі, зазначали учасники опитування, оцінюючи необхідні інструменти для підтримки бізнесу. З цього приводу опитаним підприємствам було запропоновано оцінити те, наскільки бізнес готовий платити за отримання відповідних консультацій, які б стосувалися виходу на зовнішні ринки, маркетингу, розробки бізнес-планів тощо.

16% респондентів відповіли, що, на їхню думку бізнес готовий платити за такі консультації, тоді як вдвічі більша частка опитаних – 34% – вважає, що бізнес не готовий до платних консультацій. Решта опитаних

висловили готовність платити за консультації, але за певних умов. Так, 35% респондентів повідомили, що бізнес платитиме за такі консультації за умови часткової підтримки від держави чи місцевих органів влади, а 14% відповіли, що бізнес готовий отримувати платні консультації за умови спільної оплати, наприклад, у складі ділового об'єднання чи бізнес-асоціації.

Рис. 69. Оцінка готовності бізнесу платити за консультації, % опитаних



4.2.4 Висновки

Переважає більшість опитаних МСП очікує пряму чи непряму підтримку з боку держави щодо розвитку бізнесу, лише 14% опитаних вважають, що їм не потрібна ніяка форма державної підтримки. Слід зазначити, що говорячи про підтримку для бізнесу з боку держави, МСП переважно дотримуються думки, що держава повинна забезпечити кращі умови для ведення бізнесу в загальному – тобто, забезпечити непряму державну підтримку у вигляді дерегуляції, спрощення адміністрування податків та надання адміністративних послуг, реформи податкових служб. Разом з цим, респонденти підтримують ідею надання пільг певним категоріям підприємств, таким як новостворені підприємства. Опитані підприємства часто висловлювали потребу у інформаційній підтримці та консультаціях щодо розвитку бізнесу, і при потребі платити за такі консультації, вони шукатимуть способи, де ці витрати можна скоротити за допомогою спільної оплати через бізнес-об'єднання або за часткової допомоги з боку органів влади.

Найбільш очікуваними МСП заходами з боку держави для покращення бізнес середовища є:

1. Спрощення податкового адміністрування
2. Зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності
3. Створення єдиного інформаційного порталу, де можна дізнатися про те, як вести бізнес в Україні
4. Перетворення податкової на сервісну службу для платників податків
5. Переведення частини адміністративних послуг в електронний вигляд

5. Портрет МСП

5.1 МСП: визначення та кількість працюючих

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.

Згідно до результатів дослідження середній розмір МСП становить 23 особи.

Середня чисельність працівників серед опитаних мікропідприємств – 5 осіб.

Середня чисельність працівників серед опитаних малих підприємств – 26 осіб.

Середня чисельність працівників серед опитаних середніх підприємств – 111 осіб.

На підприємствах, які є юридичними особами, зайняті в середньому 29 осіб, в той час як фізичні особи-підприємці в середньому працевлаштовують 8 осіб.

5.2 Динаміка кількості працівників

35 із опитаних підприємств (1,9% вибірки) – це нові підприємства, яких не існувало 2 роки тому. 10 із них (29%) працюють у сфері торгівлі, 10 (29%) – у сфері послуг, 7 (20%) – у промисловості, решта – в інших сферах. Вони знаходяться у шістнадцяти різних регіонах України, найбільше – 5 опитаних (14%) – у м. Києві. 26 з них (74%) – юридичні особи, а 9 (26%) – фізичні особи-підприємці. Зараз у 25 з нових підприємств (71%) працює до 10 осіб, у п'яти (14%) – від 11 до 50 осіб, а у чотирьох (11%) – від 51 до 250 осіб

Серед тих підприємств, які діяли два роки тому, основна частина (502 підприємства або 44%) скоротили кількість працівників протягом останніх двох років. У 416 підприємств (36%) не змінилася кількість зайнятих, а у 224 опитаних (20%) вона зросла.

У фізичних осіб-підприємців, що наймають до 10 осіб, переважно не змінилась кількість зайнятих за останні два роки. Серед тих 27 ФОПів, відповіді яких дають можливість прослідкувати динаміку зайнятих, 19 (70%) вказали однакову кількість працівників зараз і два роки тому. Кількість підприємств у цій категорії, у яких стало менше працівників (5 опитаних), дещо перевищує кількість тих, у яких їх стало більше (3 ФОПів).

Підприємства, які є юридичними особами, втрачали більше працівників із зростанням розміру підприємства. Так, на мікро-підприємствах протягом останніх двох років стало на трьох працівників менше. Малі підприємства втратили в середньому шість працівників, а середні підприємства – дев'ять працівників.

У Луганській та Дніпропетровській областях скорочення працівників було найбільшим: у Луганській області в середньому на 27 осіб (медіана становить -3,5), а у Дніпропетровській – на 16 осіб (медіана дорівнює -0,5). Значні втрати працівників також були і в Донецькій області (8 працівників в середньому, медіана становить -2,5) та в Одеській (8 працівників в середньому, медіана дорівнює нулю).

Натомість у Житомирській та Кіровоградській областях стало в середньому на 4 та 3 працівники відповідно більше. Проте медіанне значення в обох цих областях дорівнює нулю.

Таблиця 21. Динаміка кількості працівників на опитаних підприємствах за регіоном

Регіон	Кількість опитаних, що вказали зміну чисельності працівників	Середня зміна кількості працівників	Медіана зміни кількості працівників
Вінницька обл.	49 (58%)	-4,9	0,00
Волинська обл.	20 (51%)	-1,0	0,00
Дніпропетровська обл.	104 (66%)	-16,0	-0,50
Донецька обл.	54 (75%)	-8,8	-2,50
Житомирська обл.	28 (60%)	4,0	0,00
Закарпатська обл.	29 (62%)	-0,8	0,00
Запорізька обл.	62 (75%)	-5,2	0,00
Івано-Франківська обл.	27 (57%)	-2,0	0,00
Київська обл.	51 (61%)	-2,4	0,00
Кіровоградська обл.	24 (53%)	3,4	0,00
Луганська обл.	24 (57%)	-27,1	-3,50
Львівська обл.	71 (68%)	-5,0	0,00
Миколаївська обл.	43 (70%)	0,1	0,00
Одеська обл.	66 (63%)	-8,7	0,00
Полтавська обл.	47 (64%)	-2,9	0,00
Рівненська обл.	28 (61%)	1,0	0,00
Сумська обл.	22 (49%)	0,7	-1,00
Тернопільська обл.	44 (59%)	-1,2	0,00
Харківська обл.	75 (86%)	-4,3	0,00
Херсонська обл.	47 (59%)	-2,0	-1,00
Хмельницька обл.	25 (56%)	-0,3	0,00
Черкаська обл.	25 (53%)	-4,0	0,00
Чернівецька обл.	25 (57%)	-1,4	0,00
Чернігівська обл.	23 (56%)	-6,3	0,00
м. Київ	129 (65%)	-6,2	-2,00
Всього	1142 (63%)	-5,2	0,00

5.3 Гендерний та віковий склад МСП

51% опитаних представників МСП складають чоловіки, а 49% – жінки. Середній вік респондентів – 45 років, при цьому середній вік опитаних жінок – 45 років, а чоловіків – 44 роки. Також варто зазначити, що середній вік опитаних фізичних осіб-підприємців – 41 рік, а представників підприємств-юридичних осіб – 46 років.

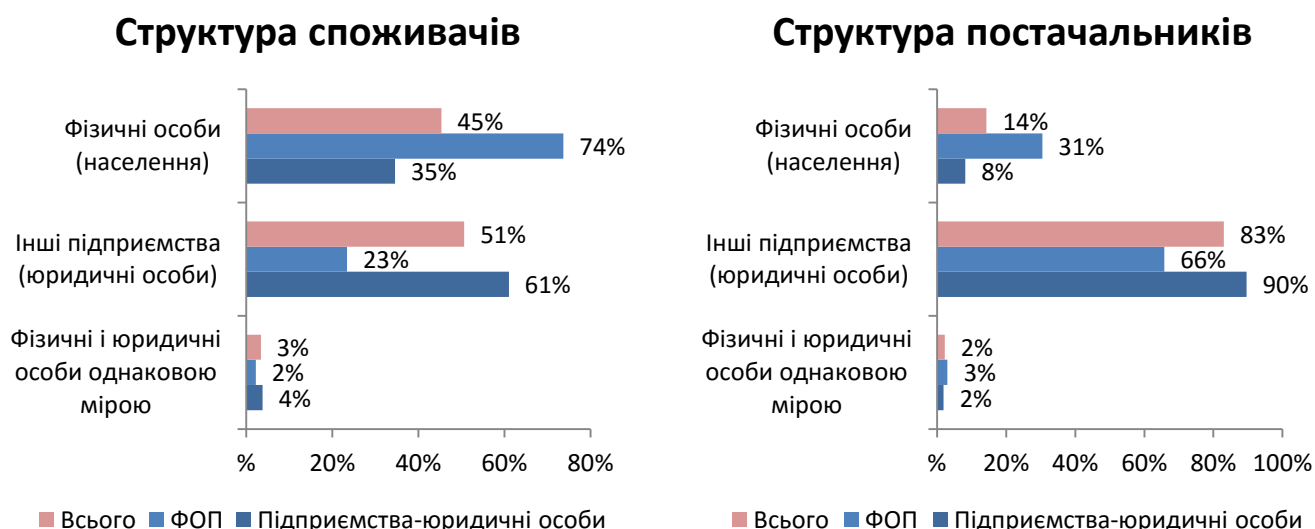
Вік респондентів різних регіонів, у яких проводилось дослідження, дещо відрізняється. Так, наймолодшими в середньому є респонденти Житомирської області (в середньому вони мають 40 років) та Сумської області (в середньому 42 роки), в той час як найстаршими є респонденти із Запорізької (47 років) та Луганської (48 років) областей.

5.4 Структура споживачів та постачальників

Опитані підприємства відповіли на ряд запитань, що стосуються ринків, на яких вони працюють, структури постачальників та споживачів продукції або послуг. Опитані МСП поділяються майже порівну за тим, хто є основним споживачем їхньої продукції та послуг: фізичні особи або громадяни чи юридичні особи або підприємства. Так, 51% респондентів вказали, що основними споживачем для них виступають юридичні особи, в той час як 45% назвали основним споживачем юридичних осіб.

При цьому для фізичних осіб-підприємців інші фізичні особи у трьох із чотирьох випадків є споживачами продукції або послуг. Це відрізняє їх від підприємств-юридичних осіб, для яких основною групою споживачів є юридичні особи (61%), а на фізичних осіб припадає 35% продажів.

Рис. 70. Порівняння структури споживачів і постачальників, % опитаних



Подібною є відмінність між фізичними особами-підприємцями та юридичними особами у структурі постачальників. Загалом, 20% респондентів вказали, що не мають постачальників (зокрема, 19% фізичних осіб-підприємців та 20% підприємств-юридичних осіб). Для решти опитаних основними постачальниками є в основному юридичні особи (для 83% опитаних, які мають постачальників).

Постачальниками для дев'яти із десяти опитаних підприємств-юридичних осіб є також юридичні особи. Для фізичних осіб ця частка менша: юридичні особи виступають постачальниками для 66% ФОП, тоді як для 31% фізичних осіб постачальниками є також фізичні-особи.

18% опитаних повідомили, що більше, ніж 75% обсягу продажів товарів або реалізації послуг на їхньому підприємстві припадає на одного споживача. 8% опитаних вказали, що основний споживач купує у них від 51% до 75% послуг. Для 28% на основного споживача припадає від 26% до 50% продажів, а для 25% – від 5% до 25%. Решта 21% респондентів повідомили, що основний споживач забезпечує їм менше 5% продажів.

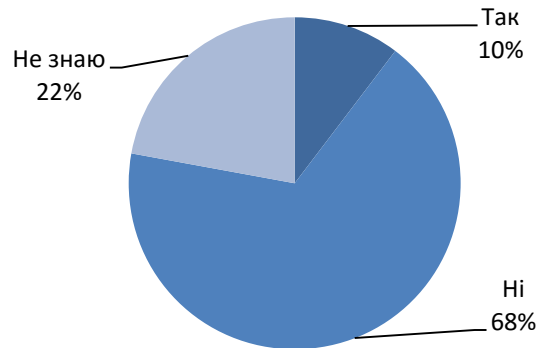
Підприємства, які залежать від одного постачальника на 75% і більше замовлень, складають 17% вибірки. 13% вказали, що один постачальник надає їм від 51% до 75% сировини і матеріалів. Для 33% опитаних основний постачальник забезпечує від 26% до 50% матеріалів. 26% респондентів повідомили, що основний

постачальник надає їм від 5% до 25% сировини та матеріалів, а 11% – що отримують від основного постачальника менш, ніж 5% замовлень.

5.5 Зміна форми реєстрації фізичних осіб-підприємців

Дві третини опитаних ФОП (68% опитаних) не планують реєструватися як юридичні особи. Такі плани мають лише 10% ФОП, в той час як 22% не змогли відповісти на це запитання.

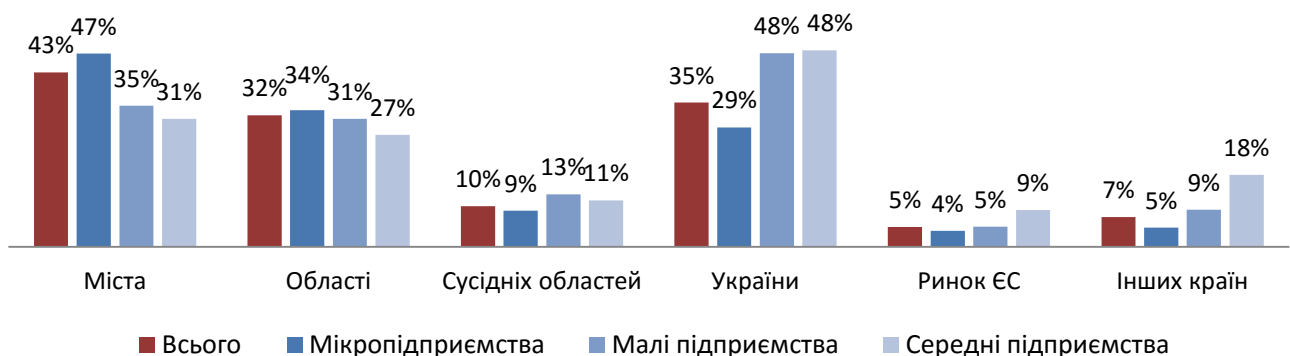
Рис. 71. Плани ФОП щодо реєстрації як юридичні особи, % опитаних



5.6 Ринки, на яких працюють підприємства

Більшість опитаних підприємств працюють на рівні міста, області або всієї України. Так, 43% опитаних⁴⁰ вказали, що працюють на ринках свого міста, 32% – своєї області, а 35% – на загальноукраїнському ринку. Менше опитаних – 10% – працюють на ринках сусідніх областей. 12% опитаних працюють на закордонних ринках: це 5% підприємств, які представлені на ринку Європейського Союзу, та 7%, що працюють на інших міжнародних ринках крім ЄС. 9% опитаних – експортери, а 8,1% займаються імпортом.

Рис. 72. Ринки, на яких працюють опитані підприємства, % опитаних



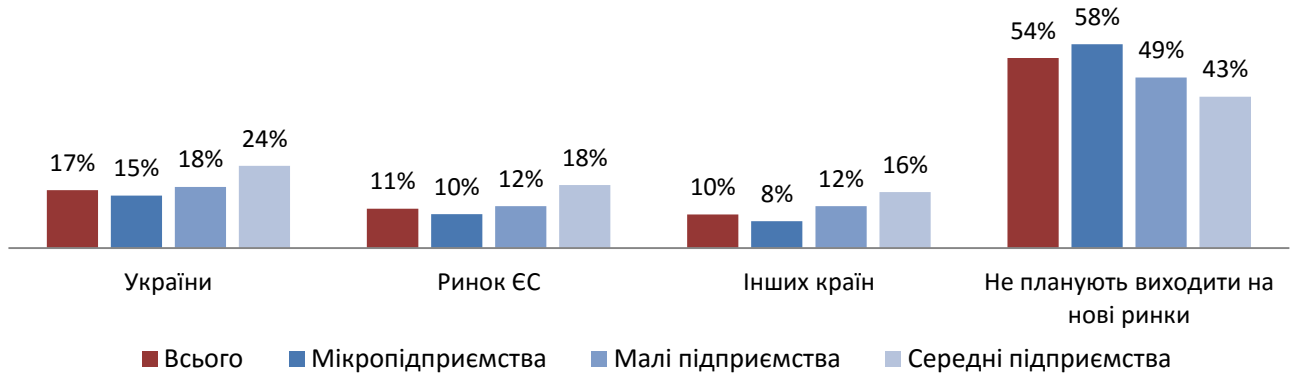
Мікропідприємства меншою мірою представлені на всеукраїнському ринку, ніж підприємства малого та великого розміру. Так, якщо 48% малих та середніх опитаних підприємств працюють на ринку України, то відповідна частка мікропідприємств становить 29%. Натомість, мікропідприємства частіше від інших

⁴⁰ У цьому запитанні можна було вказувати усі ринки, на яких працює підприємство.

працюють на ринках свого міста: 47% мікропідприємств порівняно із 35% малих та 31% середніх фірм. Більші за розміром підприємства частіше представлені на ринках ЄС та інших країн.

5.7 Вихід на нові ринки

Рис. 73. Основні ринки, на які планують вийти опитані підприємства, % опитаних



Більш, ніж половина опитаних (54%) не планують виходити на нові ринки впродовж наступних трьох років. Серед тих підприємств, які мають намір виходити на нові ринки, найбільше таких, що планують вийти на всеукраїнський ринок. Це 17% підприємств. 11% планують вийти на ринки ЄС, а 10% – на ринки інших країн крім ЄС. Невеликі частки опитаних висловили наміри вийти на менші ринки: 7% – на ринки сусідніх областей, 7% – на ринок області і 4% – на ринок свого міста⁴¹.

Ймовірність планування виходу на нові ринки збільшується із збільшенням розміру підприємств. Так, якщо 58% мікропідприємств не планують виходити на нові ринки протягом найближчих трьох років, то відповідний відсоток для малих підприємств становить 49%, а для середніх – 43%. Серед усіх опитаних підприємства середнього розміру найчастіше планують розширяти ринки: 24% планують вийти на ринок України, 18% – на ринок ЄС, а 16% – на ринки інших країн.

5.8 Перешкоди для виходу на нові ринки

Підприємства, які не планують виходити на нові ринки, не мають таких планів з кількох причин. Насамперед, через несприятливу економічну ситуацію в Україні. Цю проблему зазначили 48% підприємств, які не планують виходити на нові ринки. 30% підприємств відкладають вихід на нові ринки через брак фінансових можливостей.

Досить поширеними причинами відсутності планів із виходу на нові ринки є брак попиту на товари чи послуги (для 17% опитаних), жорстка конкуренція (16%) та несприятливе регулювання (14%). 12% підприємств вказали, що їм перешкоджає виходити на нові ринки брак виробничих потужностей, а для 11% підприємств такою перешкодою є високі ставки кредитів.

⁴¹ У цьому запитанні можна було вказувати усі ринки, на які планує вийти підприємство.

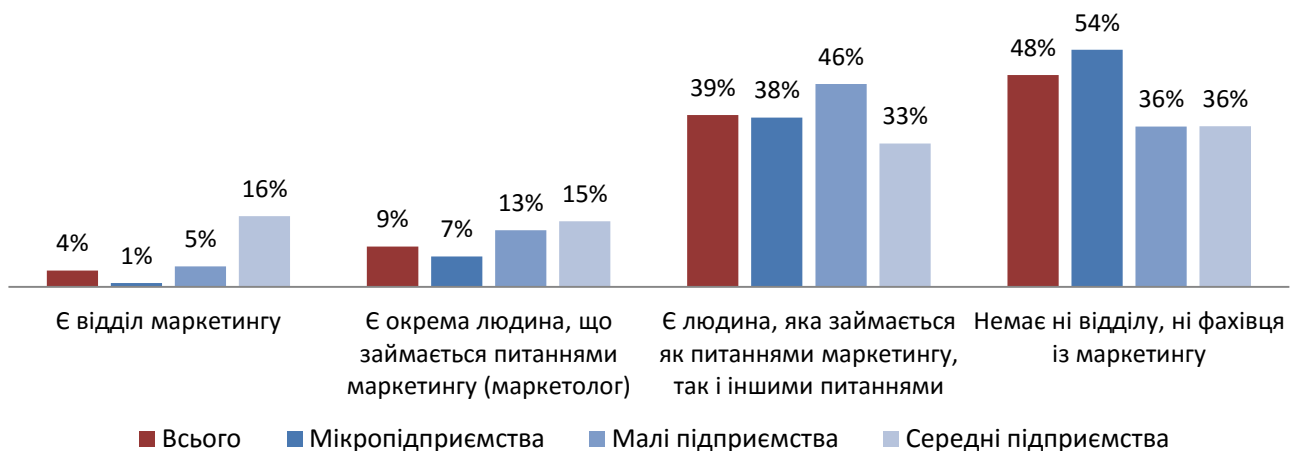
Рис. 74. Перешкоди для виходу на нові ринки, % опитаних



5.9 Організація діяльності у сфері маркетингу

Практично у половини опитаних підприємств (48%) немає ні відділу маркетингу, ні окремої людини, робота якої була б присвячена питанням маркетингу. 39% опитаних повідомили, що у них працює людина, яка займається як питаннями маркетингу, так і іншими питаннями. Маркетолог, тобто окрема людина, що займається питаннями маркетингу, є у 9% опитаних підприємств, а окремий відділ маркетингу – у 4% підприємств.

Рис. 75. Діяльність підприємств у сфері маркетингу (за розміром), % опитаних



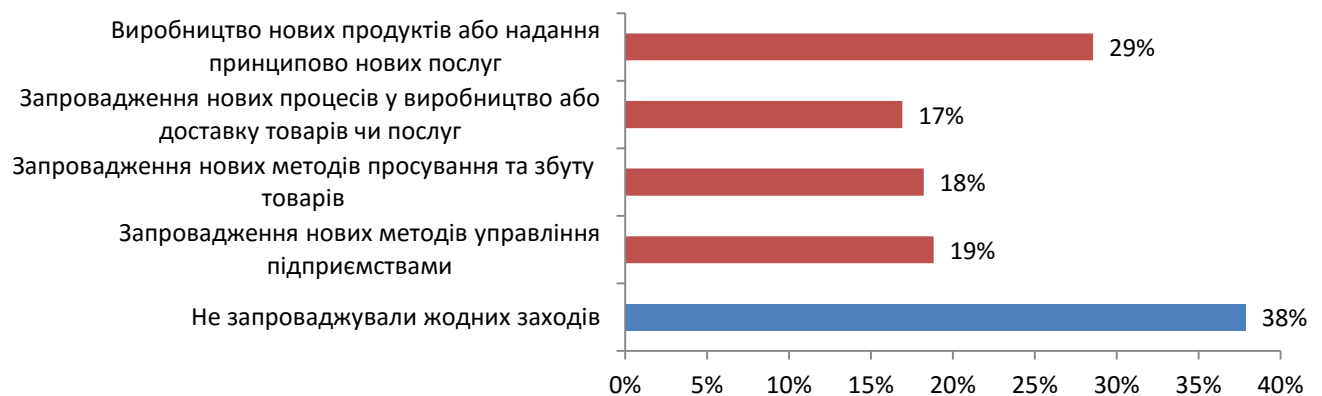
У більш ніж половини мікропідприємств (54%) немає ні відділу маркетингу, ні людини, яка б повністю чи частково виконувала функцію маркетолога. Ця частка для малих та середніх підприємств значно менша і становить 36%. Із зростанням розміру підприємства збільшується ймовірність того, що там буде або відділ

маркетингу, або окремий фахівець-маркетолог. Так, якщо лише 1% мікропідприємств мають відділ маркетингу, то відповідний відсоток для середніх підприємств становить 16%.

5.10 Інновації на підприємстві

Впродовж останніх двох років більш, ніж половина опитаних підприємств запроваджували певні інновації. 29% підприємств повідомили, що почали виробляти нові товари або надавати принципово нові послуги⁴². 17% підприємств впровадили нові процеси у виробництві чи доставці товарів або послуг. 18% опитаних запровадили нові методи просування та збуту товарів (що включає у тому числі зміни у дизайні та пакуванні). А 19% підприємств повідомляють про інновації у менеджменті – там було запроваджено нові методи управління підприємством. 38% опитаних повідомили, що не впроваджували жодних інновацій на підприємстві протягом останніх двох років.

Рис. 76. Інноваційні заходи, що запроваджувалися на підприємстві, % опитаних



5.11 Джерела інновацій

Практично половина підприємств, які впроваджували певні інновації у виробництві, продажу, продуктах чи управлінні, повідомили, що розробляли відповідні заходи самі, не користуючись запозиченими підходами чи розробками. Про це повідомили 49% підприємств із тих, що впроваджували інновації. 12% респондентів із цієї групи запозичували або купували відповідні розробки, а 39% повідомили, що частково розробляли інновації самі, а частково купували або запозичували готові рішення.

5.12 Висновки

Одне МСП в середньому працевлаштовує 23 особи, при чому фізичні особи-підприємці працевлаштовують 8 осіб, а підприємства-юридичні особи – 29 осіб. Опитані мікро-, малі та середні підприємства працюють, в основному, на місцевому ринку: свого міста чи області. Близько половини з них планують виходити на нові ринки у найближчому майбутньому, а ті, що не планують, пояснюють це несприятливою економічною ситуацією в країні. Опитані МСП переважно зменшили кількість працівників протягом двох попередніх років, при чому у більших за розміром МСП число звільнених працівників було меншим. Половина опитаних не має спеціального відділу або фахівця, що займається маркетингом, а у тих, які мають, цей фахівець переважно поєднує маркетингові функції з іншими обов'язками. Приблизно один із десяти опитаних займається імпортом або експортом.

⁴² У цьому запитанні можна було вказувати усі здійснені інновації.

6. Опис вибірки

6.1 Загальна та досліджувана сукупність

Загальну сукупність дослідження складають підприємці-юридичні особи та фізичні особи - підприємці.

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 ГУ України).

До досліджуваної сукупності належать усі офіційно зареєстровані підприємства та фізичні особи-підприємці, які відповідають наступним критеріям:

- вели активну господарську діяльність протягом досліджуваного періоду, тобто подавали податкову звітність і працювали принаймні протягом одного кварталу 2015 р.;
- працювали з метою отримання прибутку, тобто не були неприбутковою організацією, політичною партією, тощо.

За даними Державної служби статистики України станом на 1 січня 2014 року загальна кількість суб'єктів господарювання становила 1932161 одиниць, з них 341001 підприємців-юридичних осіб та 1591160 фізичних осіб-підприємців.



6.2 Вибіркова сукупність

Кількісне соціологічне опитування проводилось у листопаді 2015 – січні 2016 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, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Тернопільської та Херсонської областей було підвищено квоту МСП у вибірці. У всіх шести 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.

Кількість опитаних

Всього було опитано 1837 підприємств. У числі опитаних – 9 підприємств, які вказали кількість працівників як більшу, ніж 250. Розмір цих підприємств виходить за межі вибірки, передбаченої для цього дослідження, тому подальший аналіз вибірки був проведений за виключенням цих підприємств. Також із вибірки було виключено одну бюджетну організацію, оскільки опитування проводилось серед комерційних підприємств.

Відповідно, до аналізу потрапили 1827 МСП, з наступним розподілом між підвибірками:

- підприємства – 1325 респондентів;
- фізичні особи-підприємці – 502 респонденти.

6.3 Класифікація підприємств за розміром

Серед опитаних МСП (1827) 1197 опитаних (65,5% від усіх підприємств у вибірці) відповіли на запитання про кількість працівників, назвавши конкретне число. Враховуючи чутливість цього запитання, методологія опитування передбачала можливість для МСП вказати замість числа категорію за розміром, до якої

належить їхнє підприємство. Респондентам були запропоновані такі категорії: до 10 осіб, 11-50 осіб та 51-250 осіб. 630 респондентів (34,5%) використали цей варіант, назвавши категорію замість конкретної цифри.

При переведенні усіх опитаних МСП у спільні категорії за кількістю працівників, було отримано таке наповнення категорій:

- 1231 МСП (67,4% від вибірки) у першій категорії (до 10 осіб). Для цілей аналізу ці підприємства будуть класифікуватися як мікропідприємства⁴³.
- 341 у другій (18,7%) – від 11 до 50 осіб. Такі підприємства будуть класифікуватися як малі підприємства.
- 255 (13,9%) у третій категорії – від 51 до 250 осіб. Ці підприємства будуть класифікуватися як середні.

6.4 Організаційна форма МСП

Всього було опитано 502 фізичні особи-підприємця. Вони становлять 27,5% від усіх опитаних. Решта опитаних – це юридичні особи, більшість з яких (1325 підприємств, що відповідає 67,7% респондентів) є приватними підприємствами. 72 юридичні особи мають статус товариства з обмеженою відповідальністю. Детальний розподіл опитаних підприємств за організаційно-правовою формою вказаний у таблиці:

Таблиця 22. Організаційно-правова форма опитаних підприємств

Організаційно-правова форма	Кількість	Відсоток від усіх опитаних
Фізична особа-підприємець	502	27,5%
Приватне підприємство	1237	67,7%
Державне підприємство	6	0,3%
Товариство з обмеженою відповідальністю	72	3,9%
Сімейне підприємство	2	0,1%
Акціонерне товариство	4	0,2%
Спільне підприємство	1	0,1%
Колективне підприємство	1	0,1%
Інші організаційно-правові форми	2	0,1%
Всього	1827	100,0%

Більшість фізичних осіб-підприємців (474 респонденти або 94,4% від опитаних ФОП) – це ті, що налічують до 10 працівників. Частки ФОП із більшою кількістю працівників значно менші: у 22 респондентів-ФОП (4,4%) працює від 11 до 50 осіб, а у шести ФОП (1,2%) – від 51 до 250.

Серед підприємств, які є юридичними особами, 757 (57,1%) – це підприємства, де зайняті до 10 осіб. На 319 підприємствах (24,1%) працюють від 11 до 50 осіб, а на 249 (18,8%) – від 51 до 250.

⁴³ 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).

Таблиця 23. 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	474 (94,4%)	22 (4,4%)	6 (1,2%)	502 (100,0%)
Юридична особа (приватне підприємство та інші)	757 (57,1%)	319 (24,1%)	249 (18,8%)	1326 (100,0%)
Всього	1231 (67,4%)	341 (18,7%)	255 (13,9%)	1827 (100%)

6.5 Регіон проведення опитування

В залежності від кількості працюючих МСП у регіонах досліджувалися від 39 до 199 МСП. Опитування включало всі типи підприємств, в тому числі і сільськогосподарських виробників. У таблиці вказано кількість опитаних підприємств та фізичних осіб-підприємців у кожній області:

Таблиця 24. Кількість опитаних у регіонах

Регіон	Кількість опитаних фізичних осіб- підприємців	Кількість опитаних підприємств	Всього
Вінницька область	26 (5,2%)	59 (4,5%)	85 (4,7%)
Волинська область	15 (3,0%)	24 (1,8%)	39 (2,1%)
Дніпропетровська область	32 (6,4%)	125 (9,4%)	157 (8,6%)
Донецька область	18 (3,6%)	54 (4,1%)	72 (3,9%)
Житомирська область	17 (3,4%)	30 (2,3%)	47 (2,6%)
Закарпатська область	13 (2,6%)	34 (2,6%)	47 (2,6%)
Запорізька область	19 (3,8%)	64 (4,8%)	83 (4,5%)
Івано-Франківська область	16 (3,2%)	31 (2,3%)	47 (2,6%)
Київська область	25 (5,0%)	59 (4,5%)	84 (4,6%)
Кіровоградська область	15 (3,0%)	30 (2,3%)	45 (2,5%)
Луганська область	16 (3,2%)	26 (2,0%)	42 (2,3%)
Львівська область	24 (4,8%)	80 (6,0%)	104 (5,7%)
Миколаївська область	12 (2,4%)	49 (3,7%)	61 (3,3%)
Одеська область	23 (4,6%)	82 (6,2%)	105 (5,7%)
Полтавська область	20 (4,0%)	53 (4,0%)	73 (4,0%)
Рівненська область	15 (3,0%)	31 (2,3%)	46 (2,5%)
Сумська область	17 (3,4%)	28 (2,1%)	45 (2,5%)
Тернопільська область	27 (5,4%)	48 (3,6%)	75 (4,1%)
Харківська область	27 (5,4%)	87 (6,6%)	114 (6,2%)
Херсонська область	24 (4,8%)	56 (4,2%)	80 (4,4%)
Хмельницька область	14 (2,8%)	31 (2,3%)	45 (2,5%)
Черкаська область	15 (3,0%)	32 (2,4%)	47 (2,6%)

Регіон	Кількість опитаних фізичних осіб-підприємців	Кількість опитаних підприємств	Всього
Чернівецька область	16 (3,2%)	28 (2,1%)	44 (2,4%)
Чернігівська область	16 (3,2%)	25 (1,9%)	41 (2,2%)
м. Київ	40 (8,0%)	159 (12,0%)	199 (10,9%)
Всього	502 (100,0%)	1326 (100,0%)	1827 (100%)

6.6 Види діяльності підприємств

Опитані МСП переважно працюють у сфері торгівлі, промисловості та послуг. Також вагомими частками опитаних займаються сільським господарством та працюють у секторі транспорту і зв'язку.

Фізичні особи-підприємці зосереджені у секторі торгівлі (224 респонденти, що відповідає 44,6% із цієї категорії) та у секторі послуг (159 респондентів або 31,7% респондентів-ФОП). Ще однією помітною категорією є ті, що працюють у сфері транспорту та зв'язку. Це 37 респондентів, які становлять 7,6% від усіх опитаних ФОП.

Мікропідприємства-юридичні особи найбільше представлені торгівлею (173 підприємства або 23,6% опитаних цієї категорії) та сферою послуг (166 підприємств або 22,6%). У промисловості зайняті 123 мікропідприємства, що відповідає 16,8%.

Серед малих підприємств-юридичних осіб найбільше тих, які зайняті у промисловості. Це 99 фірм, що становить 32,5% опитаних цієї категорії. Інша значна група – це 73 підприємства, які працюють у сфері промисловості. Вони становлять 23,9% малих підприємств.

Середні підприємства-юридичні особи налічують 68 промислових фірм, що становить 29,1% із підприємств цієї категорії. 47 середніх підприємств (20,1%) зайняті у сфері послуг, а 37 (15,8%) – у сільському господарстві. Це найбільші групи за сектором діяльності у цій категорії опитаних.

Таблиця 25. Кількість опитаних за секторами економіки та організаційно-правовою формою

	Фізичні особи-підприємці	Юридичні особи			Всього
	Усі ФОП	Мікро-підприємства	Малі підприємства	Середні підприємства	Усі опитані
Сільське господарство	18 (3,6%)	92 (12,2%)	28 (8,8%)	40 (16,1%)	178 (9,7%)
Промисловість	17 (3,4%)	128 (16,9%)	106 (33,2%)	76 (30,5%)	327 (17,9%)
Будівництво	11 (2,2%)	26 (3,4%)	12 (3,8%)	15 (6,0%)	64 (3,5%)
Торгівля	224 (44,6%)	174 (23,0%)	40 (12,5%)	26 (10,4%)	464 (25,4%)
Готелі та ресторани	20 (4,0%)	12 (1,6%)	7 (2,2%)	9 (3,6%)	48 (2,6%)
Транспорт та зв'язок	37 (7,4%)	81 (10,7%)	31 (9,7%)	24 (9,6%)	173 (9,5%)
Фінансова діяльність	5 (1,0%)	17 (2,2%)	6 (1,9%)	2 (0,8%)	30 (1,6%)
Операції з	11 (2,2%)	56 (7,4%)	13 (4,1%)	10 (4,0%)	90 (4,9%)

нерухомим майном					
Інші послуги	159 (31,7%)	171 (22,6%)	76 (23,8%)	47 (18,9%)	453 (24,8%)
Всього	502 (100%)	757 (100,0%)	319 (100,0%)	249 (100,0%)	1827 (100%)

6.7 Тип власності

Найбільшою групою серед опитаних МСП є ті, які знаходяться у приватній власності фізичних чи юридичних осіб з України. У вибірці нараховується 1119 таких фірм (61% від вибірки). Наступна категорія за кількістю – це підприємства у державній власності, яких у вибірці 115 (або 6%). Також було опитано 40 фірм (2%), що знаходяться у приватній власності іноземних фізичних або юридичних осіб. У вибірці представлені і підприємства із змішаною власністю: 28 МСП (1,5%) знаходяться у приватній власності українських та іноземних фізичних або юридичних осіб, а одне МСП є у спільній власності держави та українських фізичних або юридичних осіб.

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 опитаної компанії (директор, заступник директора, головний бухгалтер) або її власником.

На етапі аналізу даних контролювалася кількість спостережень для кожного параметра. У разі великої варіативності та кількості спостережень, недостатньої для забезпечення належного рівня точності, ці конкретні результати в даному звіті не використовувалися.

7. 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.

7.1 Індекси та агреговані показники (confidence/composite indicators)

Автори сконструювали ряд статистичних показників, або індексів, які узагальнюють різні характеристики сектору МСП, регуляторного клімату та ділового середовища.

Основним показником є *Індекс ділового клімату*, який складається з чотирьох субіндексів: *Індексу ділового середовища*, *Індексу ділової активності (короткостроковий)*, *Індексу ділової активності (довгостроковий)* та *Індексу регуляторного середовища*. Він обчислюється як середнє арифметичне значень субіндексів.

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.

Рис. 77. Система індексів, що використовується у «Щорічній оцінці ділового клімату»



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.

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 за два роки.

Базові індекси обчислюються за методологією, яка використовується в дослідженнях ділових настроїв (Business Tendency Survey)⁴⁴ як різниця між часткою позитивних та негативних оцінок, переведених у формат від -1 до 1. Коли респондент відповідає, що показник збільшився, відповіді зараховуються як +1, якщо він не змінився — 0 і -1 — якщо зменшився. Наприклад, якщо зі 100 респондентів 20 вказали на покращення ділового середовища, 50 респондентів звітували про його погіршення, і 30 зазначили, 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 кількість «песимістів». Кожний індекс більший за +0,09 або менший за -0,09 є статистично значущим і відрізняється від нуля з ймовірністю помилки 5%.

Індекс зміни регуляторного середовища МСП складається з наступних базових індексів:

⁴⁴ OECD (2003), Business Tendency Survey – A Handbook, OECD

- 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;

Рис. 78. Індекс зміни регуляторного середовища МСП та його складові



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

При обрахунках «ціни» дотримання регуляторного законодавства використовується методика подібна до підходу, що використовувався у звітах, підготованих в межах консультативної програми Групи Світового банку в 2000-2011 роках в Україні⁴⁵ та звіту щодо стану бізнес середовища в 1999-2004 роках⁴⁶.

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.
- Регулювання імпорту та експорту.

⁴⁵ 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&CAID=fad199804b74511b924bb36eac26e1c2

⁴⁶ Див. А. Паляниця «Дослідження бізнес середовища, Україна 2004», Київ 2004, http://siteresources.worldbank.org/INTUKRAINE/Resources/Ukraine_CODB_2004_Ukr.pdf

7.2 «Ціна» дотримання регуляторного законодавства

Визначена з дослідження ціна складається з прямої вартості регулювань (ПВ) та непрямой 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 платежі складаються з офіційних зборів та мит, нотаріальних платежів, штрафів тощо.
- Неофіційні платежі складаються з “добровільних внесків” та 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. Ці витрати обраховувалися для кожного МСП окремо, після чого розраховувалося їх середнє. Лише ті МСП, що вказали хоча б один компонент, бралися до уваги в обрахунках. Такий метод є більш достовірним за просте додавання середніх арифметичних даних за кожним компонентом.

НВ в першу чергу враховує кошти, пов’язані із затратами робочого часу працівниками підприємств. Спочатку обраховувалися часові затрати, які множилися на величину середньої заробітної плати за секторами економіки на момент проведення дослідження.

Загальна вартість (сума ПВ і НВ) обраховувалася для кожного МСП окремо після чого було визначено середнє арифметичне для всієї вибірки.

8. Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Вінницька область

8.1 Резюме

- Опитані МСП Вінницької області розподілилися за розміром майже ідентично до загальної вибірки: близько двох третин із опитаних МСП області становлять мікропідприємства, решта – малі та середні фірми.
- Близько третини опитаних МСП Вінницької області працюють у сфері послуг, а кожне четверте опитане МСП області займається сільським господарством, що у 2,5 рази більше від середньої частки сільськогосподарських МСП в цілому в Україні.
- Лише невелика частка опитаних МСП Вінницької області оцінили ділове середовище позитивно, як і в цілому в Україні, але відсоток негативних оцінок серед МСП Вінниччини дещо менший, ніж в загальному в Україні.
- Протягом минулих двох років ділова активність МСП Вінницької області була відчутно кращою, ніж в Україні в цілому: відповідний індекс для МСП області має позитивне значення, тоді як в цілому для МСП України він негативний.
- Нестабільна політична ситуація, високі ставки податків та низький попит – основні перешкоди для МСП Вінницької області.
- Опитані МСП області працюють переважно на місцевому ринку.
- Тоді як більшість МСП Вінницької області вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу, лише менше третини з них назвали назвати конкретні державні органи, які створюють перешкоди для їхнього бізнесу. Це переважно податкові органи та вищі органи влади.
- Найбільш очікувані заходи державної підтримки бізнесу серед МСП Вінницької області – це дерегуляція, спрощення податкового адміністрування та реформа податкової служби.
- Опитані жінки, які представляють МСП області, частіше за чоловіків називають такі перешкоди, як нестабільна політична ситуація, високі ставки податків та низький попит, але рідше повідомляють про такі перешкоди, як складне податкове адміністрування і корупція.
- Опитані жінки у Вінницькій області найчастіше називають бажаними заходами державної підтримки бізнесу реформу податкової служби та створення інформаційного ресурсу з інформацією щодо ведення бізнесу, змін законодавства тощо.

8.2 Інформація про опитані підприємства

Розмір та організаційна форма підприємств

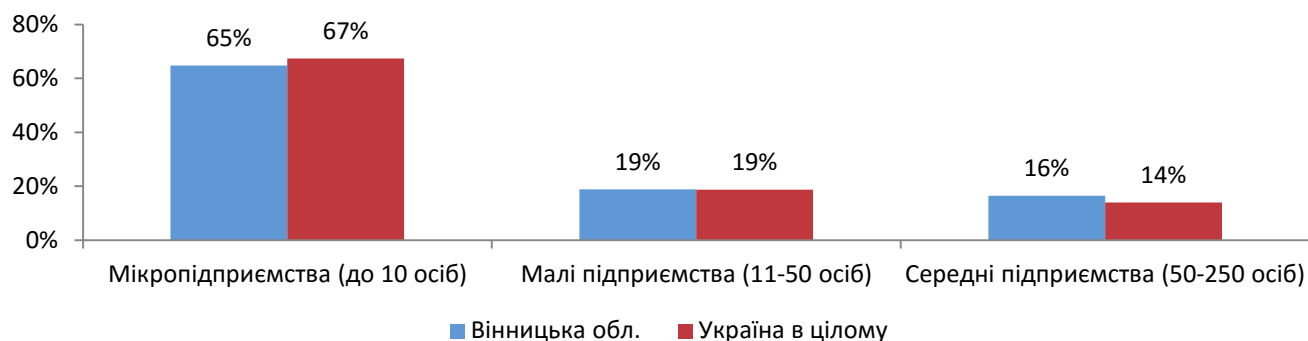
Із 1827 малих та середніх підприємств⁴⁷, яких було опитано в рамках дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» (ABCA) у 2015 році, 85 МСП знаходяться у Вінницькій області. Із них 31% респондентів складають фізичні особи-підприємці, а решта опитаних (69%) – це підприємства, які є юридичними

⁴⁷ Опитування проводилося на всій території України крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Для шести пілотних областей Програми USAID ЛЕВ – Вінницької, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Тернопільської та Херсонської – була передбачена підвищена квота респондентів у вибірці.

особами. Порівняно із загальною вибіркою дослідження в Україні, частка фізичних осіб-підприємців у Вінницькій області дещо більша, ніж в Україні в цілому (у загальній вибірці їх частка дорівнює 27,5%), а відсоток підприємств-юридичних осіб – менший, ніж в цілому у вибірці (де вони складають 72,5%).

За своїм розміром опитані МСП Вінницької області розподіляються практично так, як і всі опитані МСП в цілому в Україні. 65% МСП області – це мікропідприємства, тобто ті, на яких зайняті до 10 осіб. 19% МСП Вінниччини – малі підприємства (на яких зайнято від 11 до 50 осіб), а 16% – це середній бізнес із чисельністю працівників від 51 до 250 осіб. Для порівняння, у загальній вибірці опитування мікропідприємства складають 67%, малі підприємства – 19%, а середні – 14%.

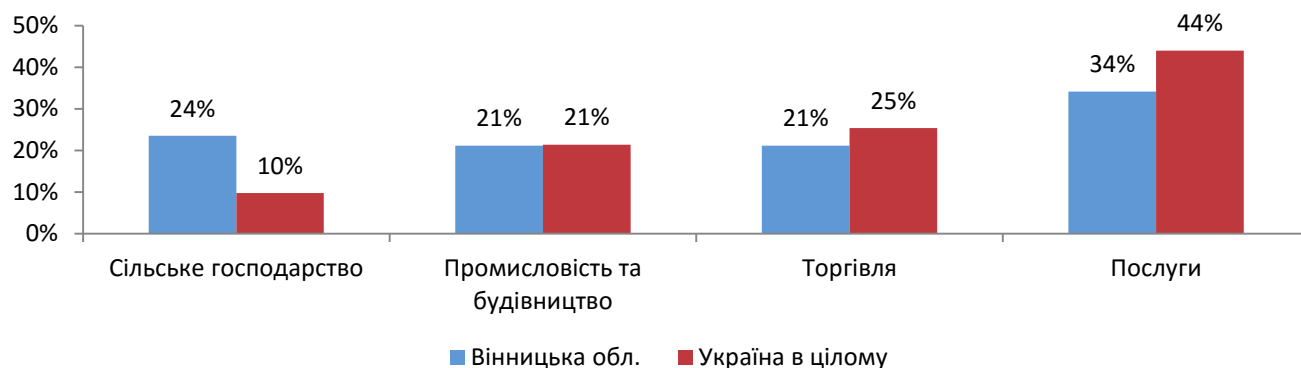
Рис. 79. Розподіл опитаних підприємств Вінницької області і України в цілому за розміром, % опитаних



Сфери діяльності підприємств

Найбільша частка опитаних МСП Вінницької області – близько третини (34%) – працюють у сфері послуг. Це менше, ніж в цілому в Україні – у загальній вибірці на сферу послуг припадає 44% респондентів. З іншого боку, у Вінницькій області частка МСП, що займаються сільським господарством, більш ніж вдвічі перевищує відповідну частку в середньому в Україні: 24% опитаних МСП у Вінницькій області працюють у сфері сільського господарства, тоді як у загальній вибірці сільськогосподарські МСП складають 10%.

Рис. 80. Розподіл опитаних підприємств Вінницької області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних

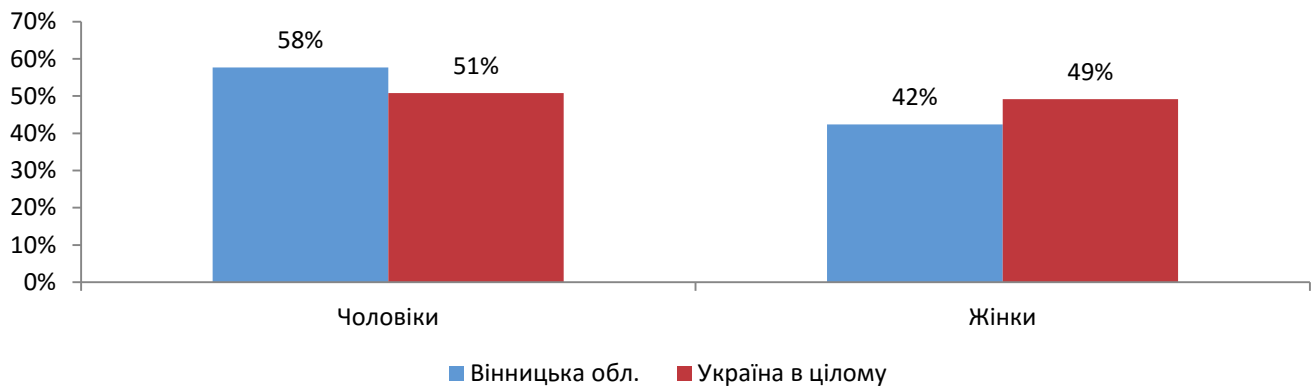


21% МСП області працюють у секторі промисловості та будівництва і такий же відсоток МСП займаються торгівлею. Ці частки близькі до середніх в Україні: у загальній вибірці 21% опитаних займаються промисловістю та будівництвом, а 25% – сільським господарством.

Гендерний та віковий розподіл опитаних

Частка чоловіків серед респондентів у Вінницькій області становить 58%, а жінок – 42%. Порівняно із загальною вибіркою в Україні в цілому, у Вінницькій області чоловіки представлені дещо більше (в цілому вони становлять 51% учасників опитування), а жінки – менше (у загальній вибірці їх 49%). Середній вік респондентів Вінницької області – 45 років (такий же, як і в Україні в цілому).

Рис. 81. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних



8.3 Індекси ділового середовища та ділової активності

Ділове середовище

Порівняно із респондентами в цілому в Україні, у Вінницькій області частка негативних оцінок ділового середовища у державі та фінансово-економічної ситуації підприємств дещо нижча – натомість опитані МСП дають нейтральні оцінки. Очікування щодо майбутніх змін ділового середовища неоднозначні: МСП області поділяються практично порівну на тих, які очікують його покращення, погіршення, і тих, що не очікують змін.

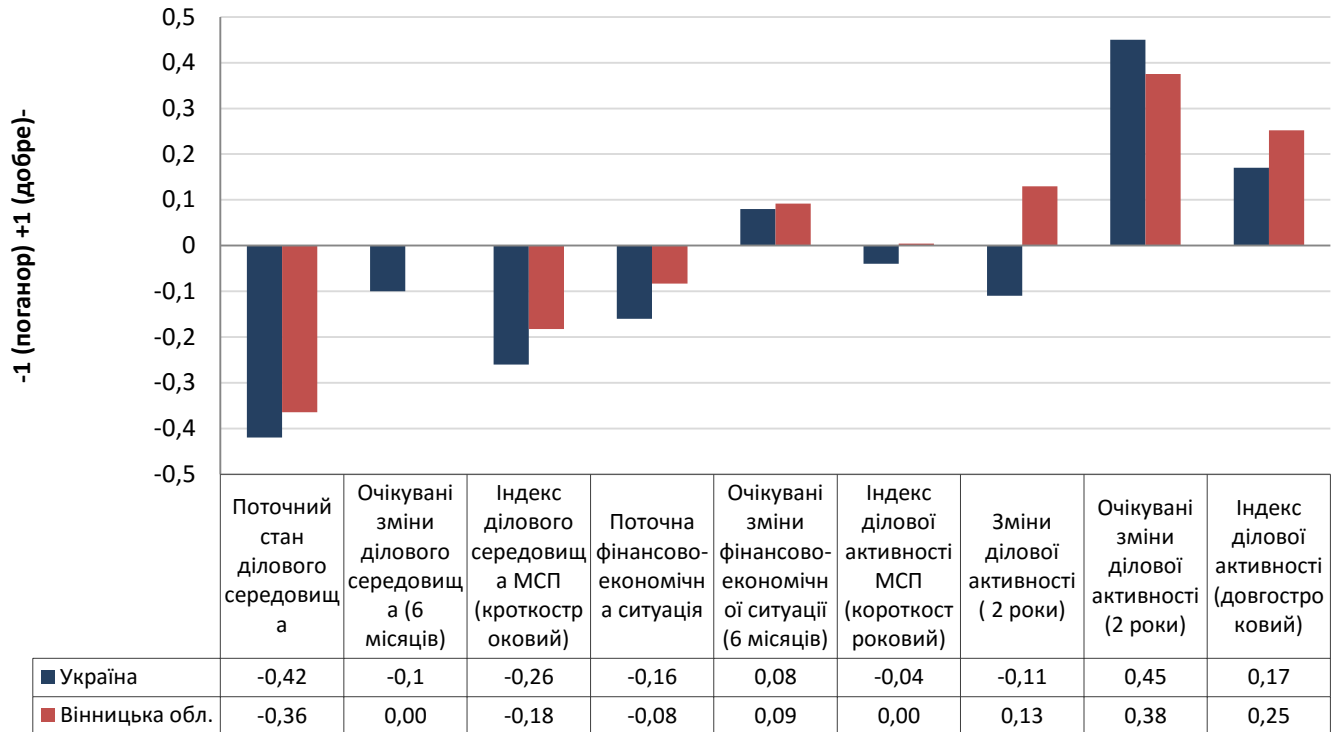
54% МСП Вінниччини оцінили поточне ділове середовище задовільно. 41% опитаних МСП області вважають його негативним, а 5% – позитивним. Частка позитивних оцінок ділового середовища практично збігається із загальною в Україні: у цілому 6% опитаних МСП назвали ділове середовище позитивним. Проте порівняно із загальною вибіркою, частка негативних оцінок ділового середовища у Вінницькій області нижча (в цілому негативні оцінки поставили 48% МСП), а частка нейтральних оцінок – більша (45% в загальному в Україні). Відповідно, *індекс оцінки ділового середовища*⁴⁸ для МСП Вінницької області становить -0,36. Це значення дещо вище, ніж відповідний індекс в загальному в Україні (-0,42).

В очікуваннях щодо зміни ділового середовища, МСП Вінницької області розділились на три практично рівні частини: 34% вважали, що ділове середовище покращиться протягом наступних півроку, і така ж частка МСП думали, що воно погіршиться. Інша третина опитаних (32%) не очікували змін ділового середовища протягом наступних шести місяців. У результаті, *індекс очікуваних змін ділового середовища* для Вінницької області знаходиться на рівні нуля. Для порівняння, в цілому в Україні значення цього індексу

⁴⁸ Індекс визначається як різниця між позитивними та негативними оцінками та очікуваннями, де позитивні оцінки та очікування відповідають значенню «1», а негативні – «-1». Відповідно, максимальне значення індексу дорівнює 1, мінімальне – -1.

становить -0,1. Серед МСП у загальному частка тих, що очікують погіршення ділового середовища протягом найближчих шести місяців, (39%), перевищує частку тих, що очікують його покращення, (29%). А 33% усіх опитаних МСП вважають, що ділове середовище за цей час не зміниться.

Рис. 82. Індекси: ділове середовище та активність



Ділова активність (піврічна перспектива)

Більшість МСП Вінницької області оцінюють фінансово-економічну ситуацію на своєму підприємстві задовільно, а 24% оцінили її негативно. Це деякою мірою вирізняє їх серед підприємств в цілому в Україні, оскільки у загальній вибірці частка негативних оцінок більша (30%), а задовільних – менша (56%). Відсоток МСП, що оцінюють свою фінансово-економічну ситуацію позитивно, майже однаковий у Вінницькій області (15%) та в Україні в цілому (14%). Відповідно *індекс оцінки власної фінансово-економічної ситуації* МСП Вінницької області становить -0,08, тобто дещо вище, ніж значення відповідного індексу для всіх опитаних підприємств: -0,16.

Очікування щодо майбутніх змін фінансово-економічної ситуації серед МСП Вінницької області в цілому відповідають очікуванням усіх опитаних МСП в загальному. Однак, існує деяка різниця у розподілі очікувань респондентів. Частка МСП, які вважають, що фінансово-економічна ситуація на їхньому підприємстві покращиться протягом наступних шести місяців, (41%), більша за відповідну частку в Україні в цілому (35%). Проте і частка тих, що очікують погіршення фінансово-економічної ситуації, (32%), більша за частку таких МСП в цілому (27%).

28% МСП Вінниччини та 38% МСП у загальній вибірці не очікують змін фінансово-економічної ситуації протягом найближчих півроку. В результаті, *індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації* у Вінницькій області становить 0,09 – практично такий же, як і в Україні в цілому: 0,08.

Ділова активність (дворічна перспектива)

Крім оцінок ділового клімату та фінансово-економічної ситуації і прогнозів щодо їх змін у піврічній перспективі, опитані МСП також повідомляли про зміни у їхній діловій активності протягом минулих двох років та про те, які плани щодо обсягу діяльності підприємств вони мають на найближчі два роки. Зміни ділової активності вимірювалися запитанням про те, чи малі та середні підприємства збільшували обсяги виробництва або надання послуг протягом останніх двох років, а плани щодо змін ділової активності – запитанням про те, чи вони планують розширювати свою діяльність протягом найближчих двох років. Інформація про минулі та заплановані зміни в обсягах ділової активності допомагає описати наявні тенденції та зробити припущення щодо поведінки МСП на ринку у середньостроковій перспективі (протягом двох років).

Динаміка ділової активності МСП Вінницької області за останні два роки була відчутно кращою, ніж в країні в цілому. На відміну від загальної вибірки, де відсоток опитаних МСП, які скоротили обсяги ділової активності за цей час, (40,5%) перевищує частку тих, які їх збільшили, (29%), у Вінницькій області склалася протилежна ситуація: 41% опитаних повідомили про збільшення ділової активності за останні два роки, а 28% її зменшили.

У решти 31% МСП області (30% в Україні в цілому) повідомили, що їхня ділова активність не змінилася за останні два роки. У результаті цього *індекс змін ділової активності* у Вінницькій області має позитивне значення і становить 0,13, що перевищує відповідний індекс за вибіркою в цілому (-0,11).

Разом з цим, малий та середній бізнес Вінницької області не має настільки окреслених планів щодо поживлення ділової активності, як МСП в цілому в Україні. Відповідний *індекс очікуваних змін ділової активності* у Вінницькій області становить 0,38, а в Україні в цілому – 0,45. 46% опитаних МСП області повідомили, що планують розширювати свою діяльність протягом найближчих двох років. У загальній вибірці такі плани мають 52% респондентів. 45% МСП Вінниччини не планують змінювати обсяги діяльності, а 9% планують їх скоротити. В Україні в цілому частка МСП, що не планують змін ділової активності, становить 39%, а тих, що планують її зменшити, – 8%.

Перешкоди для розширення діяльності

Малі та середні підприємства Вінницької області, які не планують розширювати свою діяльність протягом наступних двох років, найчастіше аргументують це рішення несприятливою економічною ситуацією в країні. Вона перешкоджає розвиватися 65% МСП області, які не планують збільшувати обсяги діяльності протягом наступних двох років. Наступні за важливістю перешкоди для таких МСП Вінниччини – брак фінансових можливостей (для 40%) та складність загальної податкової системи (35%). Це більше, ніж в середньому в Україні, де брак фінансових можливостей виступає перешкодою для розвитку для 29% МСП, а складна загальна податкова система – для 25%.

Про високі ставки кредитів МСП Вінниччини також повідомляють частіше (19%), ніж МСП у вибірці в цілому (13%). Разом з цим, такі проблеми, як брак ринку на товари чи послуги, жорстка конкуренція та несприятливе регулювання менш актуальні для бізнесу Вінницької області, ніж для МСП в цілому в Україні. Про них повідомляють від 9% до 12% МСП області, тоді як у загальній вибірці – від 15% до 19% опитаних, що не планують збільшувати обсяги ділової активності.

Рис. 83. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних



8.4 Перешкоди для зростання бізнесу

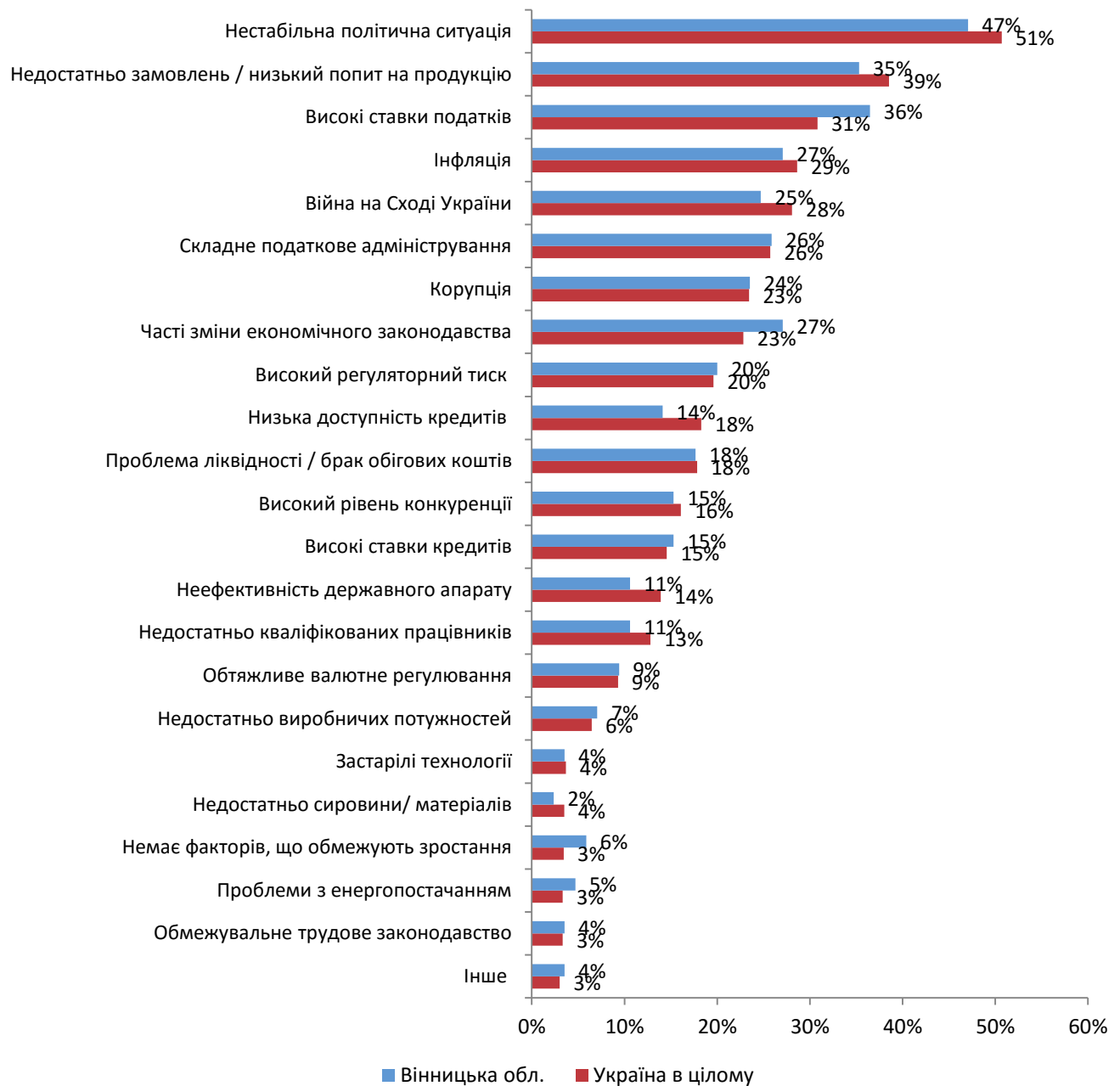
Як і в Україні в цілому, найбільшою перешкодою для розвитку бізнесу МСП Вінницької області є нестабільна політична ситуація. Про цю перешкоду повідомили 47% опитаних МСП Вінниччини. Для 36% МСП області перешкодою для бізнесу є високі ставки податків, і для практично такої ж частки – 35% – низький попит.

При цьому частка МСП Вінницької області, яка називає перешкодою високі ставки податків, дещо більша, ніж відповідна частка в Україні в цілому, яка становить 31%. 27% МСП Вінниччини повідомили про таку перешкоду для бізнесу, як інфляція, і така ж частка опитаних повідомляє про проблеми через часті зміни економічного законодавства.

Серед інших поширених перешкод для МСП Вінницької області – складне податкове адміністрування (для 26% МСП області), війна на Сході України (25%), корупція (24%) та високий регуляторний тиск (20%).

За допомогою факторного аналізу ці та інші перешкоди, зазначені учасниками опитування, було об'єднано у фактори, які поєднують кілька окремих перешкод. Тоді як в цілому в Україні найбільш негативним фактором, що перешкоджає розвитку бізнесу опитаних МСП, є війна та нестабільна політична ситуація (для 59% опитаних), у Вінницькій області на перше місце у списку перешкод виходять податки та зміни законодавства. Вони становлять перешкоду для 61% МСП Вінницької області. Війна та нестабільна політична ситуація займає друге місце для МСП Вінниччини (55%).

Рис. 84. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Вінницької області, % опитаних



Проблеми, пов'язані з ринком, актуальні для 42% МСП області. Це менше, ніж в цілому в Україні (48%). Інші вагомні перешкоди для бізнесу Вінницької області, об'єднані у фактори, – це доступ до коштів (38%), корупція та регуляторний тиск (37%) та валютне регулювання та інфляція (33%). Ці частки приблизно відповідають часткам МСП, для яких актуальні такі ж перешкоди, в цілому в Україні.

18% МСП області повідомляють про проблему браку кваліфікованих працівників та виробничих потужностей, а 13% повідомляють про таку перешкоду, як неефективність державного апарату. Відсоток останніх дещо менший, ніж в Україні загалом (17%).

Рис. 85. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Вінницької області та України в цілому (за результатами факторного аналізу), % опитаних



8.5 Характеристики МСП Вінницької області

Ринки діяльності підприємств

Опитані малі та середні підприємства та фізичні особи-підприємці Вінницької області переважно працюють на місцевому ринку (47%). Третина бізнесу області працює на регіональному ринку (34%), і майже стільки ж працюють на ринку всієї країни (30%). 15% МСП Вінниччини працюють на ринку сусідніх областей, а на ринку ЄС представлені 5% МСП області⁴⁹. 48% МСП Вінницької області повідомили, що не планують виходити на нові ринки протягом наступних трьох років. Решта представників малого та середнього бізнесу області планують вийти на ринки сусідніх областей (12%), на всеукраїнський ринок (11%) та на ринок ЄС (11%).

Для МСП Вінницької області, які не планують вихід на нові ринки, основною причиною, яка перешкоджає цьому, є несприятлива економічна ситуація в країні. Цю причину назвали 44% МСП області, що близьке за значенням до відповідної частки опитаних у загальній вибірці: 48%. 29% МСП області відкладають розширення на нові ринки через брак фінансів, а 20% – через брак виробничих потужностей. Вплив

⁴⁹ Сума відсотків відповідей на це запитання перевищує 100%, оскільки респонденти могли обрати більше, ніж один варіант відповіді.

останньої перешкоди у Вінницькій області дещо більший, ніж в Україні в цілому, де 12% МСП називають це причиною відсутності планів щодо виходу на нові ринки.

Рис. 86. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних



Зміна кількості працівників

За попередні два роки, 37% опитаних малих та середніх підприємств у Вінницькій області скоротили кількість працівників, а 29% збільшили їх кількість. У решти 35% МСП кількість працівників не змінилася.

8.6 Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки

Сприйняття ролі держави для бізнесу

Респондентам, які брали участь в опитуванні, було запропоновано обрати один із трьох варіантів, що описують відносини між бізнесом та державою: держава як партнер бізнесу, держава як ворог бізнесу та держава як перешкода або обмеження для бізнесу. Більшість опитаних МСП Вінницької області назвали державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. Це дещо перевищує відповідну частку у загальній вибірці: в цілому в Україні 56% опитаних вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. 24% опитаних у Вінницькій області вважають, що держава є ворогом бізнесу. Це менше за відповідну частку в загальному в опитуванні (30%). Решта 15% МСП області вважають державу партнером бізнесу. У загальній вибірці ця частка практично така ж: 14%.

Перешкоди для бізнесу з боку державних органів

При цьому більшість МСП Вінницької області не назвали конкретних державних органів, які створюють їм перешкоди при веденні бізнесу. 72% опитаних МСП області повідомили, що державні органи не створюють перешкод для їхнього бізнесу. Серед решти представників малого та середнього бізнесу області найчастіше повідомляли про перешкоди з боку вищих органів влади - Верховної Ради, Кабінету Міністрів, Президента – (7% усіх опитаних МСП області) та з боку податкових органів (6% МСП).

Очікувані заходи державної підтримки

Серед кроків з боку держави, які є найважливішими для розвитку бізнесу, найбільше представників МСП Вінницької області (72%) назвали дерегуляцію, під якою у цьому опитуванні розуміється зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності. Також значний відсоток опитаних МСП області (69%) висловилися за спрощення податкового адміністрування та реформу податкової служби для того, щоб вона виконувала сервісні функції для підприємців.

62% МСП області очікують створення єдиного інформаційного ресурсу, на якому можна знайти інформацію про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства, та інші аспекти ведення бізнесу. Така ж частка опитаних на Вінниччині вважає необхідним кроком переведення адміністративних послуг в електронний формат.

Рис. 87. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних



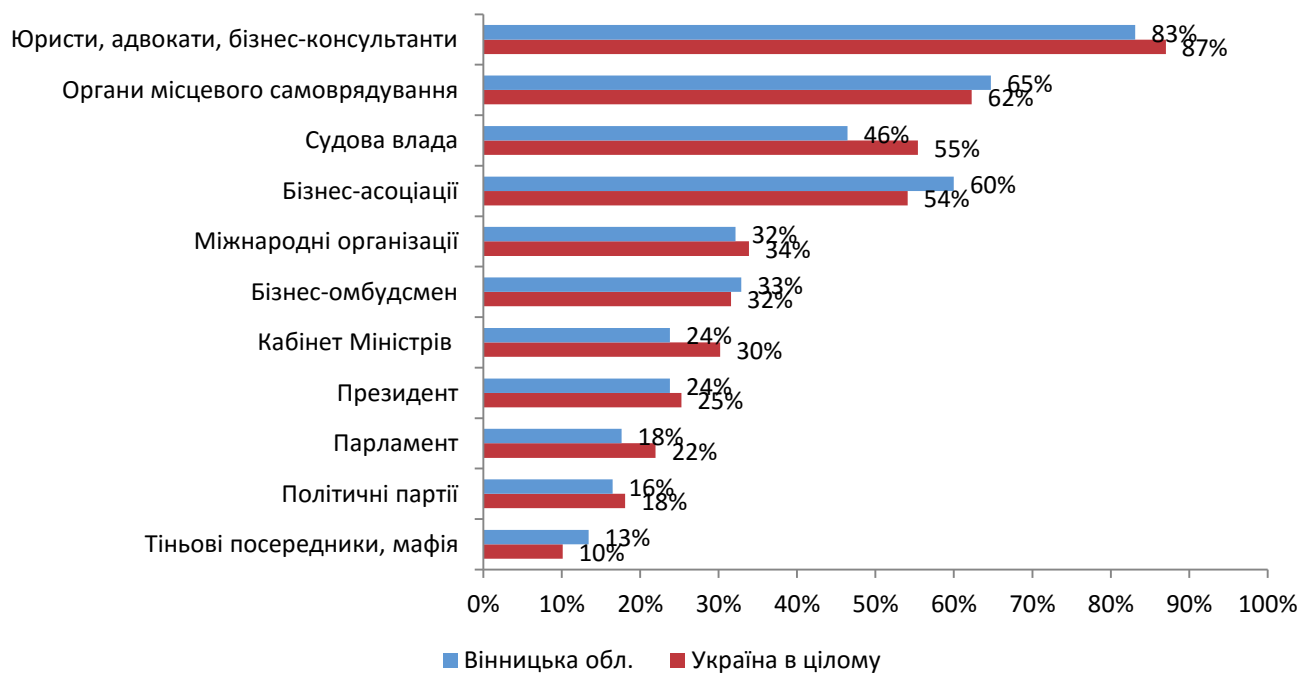
Інші важливі заходи із державної підтримки для бізнесу, на думку МСП області, це надання державних гарантій за кредитами або їх частиною (цей крок підтримують 47% МСП області), компенсація державою відсотків за кредитами (42%) та спрощення доступу до державних закупівель для малих підприємств (39%). При цьому частка МСП у Вінницькій області, які хотіли б отримати від держави компенсацію відсотків за кредитами, дещо більша, ніж в Україні в загальному (34%).

Довіра

Запитання про те, до яких із перелічених інституцій (державних органів, приватного сектору, громадських організацій, тіньових структур) підприємці звернулися б по допомогу для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу, дозволяє виявити, яким інституціям найбільше довіряють підприємці. Подібно до опитаних підприємців та керівників підприємств в цілому в Україні, представники МСП Вінницької області найбільше довіряють приватному сектору, тобто таким же представникам бізнесу, як і вони самі: юристам, адвокатам та бізнес-консультантам. 83% опитаних у Вінницькій області повідомили, що звернулися б до них по допомогу щодо питань, пов'язаних з бізнесом.

65% МСП області повідомили, що звернулися б до органів місцевого самоврядування, а 60% – до бізнес-асоціацій. До судової влади із такими питаннями звернулися б 46% опитаних у Вінницькій області. Це менше, ніж в загальному в Україні, де 55% МСП висловили довіру до судової влади. 33% МСП Вінниччини звернулися б до бізнес-омбудсмена, а 32% – до міжнародних організацій. Менші частки опитаних на Вінниччині повідомили, що звернулися б до Кабінету Міністрів, Президента та інших вищих органів влади.

Рис. 88. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних

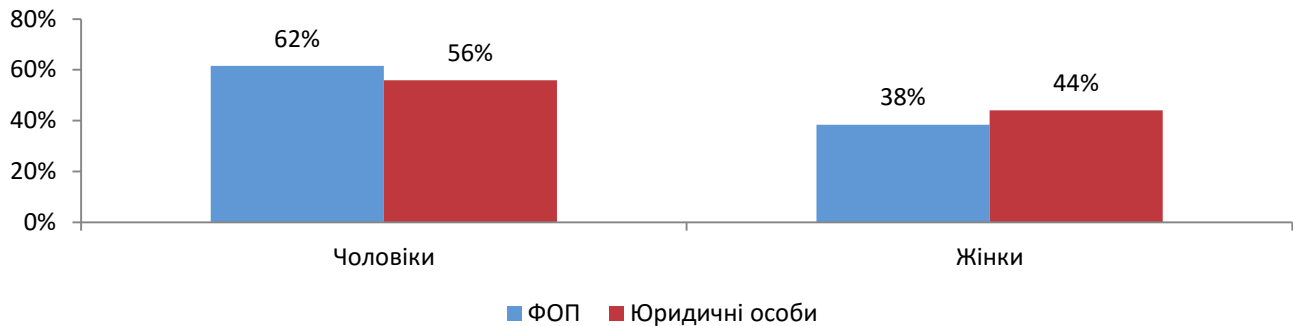


8.7 Жіноче підприємництво Вінницької області

Характеристики жіночого підприємництва області

Жінки складають 49% опитаних представників МСП у Вінницькій області. Частка жінок серед респондентів, які представляють підприємства-юридичні особи, (44%), дещо більша, ніж серед фізичних осіб-підприємців (38%). Опитані жінки у Вінницькій області найбільше представлені у сфері промисловості та будівництва (61% респондентів сектору – жінки) та сфери послуг (жінки складають 45% респондентів). У сфері торгівлі області менша частка жінок (33%), а у секторі сільського господарства їх 30%.

Рис. 89. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Вінницької області, % опитаних



Перешкоди для розвитку бізнесу з точки зору жінок

Для опитаних жінок у Вінницькій області основними перешкодами, що стримують розвиток бізнесу, є нестабільна політична ситуація (про цю перешкоду повідомили 56% опитаних жінок-представниць МСП), високі ставки податків (44%) та низький попит на продукцію (44%). Ці частки опитаних жінок перевищують відсоток чоловіків у Вінницькій області, які вказали на ці ж проблеми: нестабільну політичну ситуацію назвали перешкодою 41% чоловіків, високі ставки податків – 31%, а низький попит – 29%.

Проте деякі перешкоди є менш вагомими з точки зору жінок, ніж чоловіків у Вінницькій області. Так, 35% чоловіків називає перешкодою для бізнесу складне податкове адміністрування, тоді як вдвічі менше жінок – 14% – вказують на цю проблему. Також 33% чоловіків говорять про перешкоду з боку корупції, а частка жінок у Вінницькій області, яким перешкоджає ця проблема, становить 11%.

Рис. 90. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Вінницької області, % опитаних



Очікувані заходи державної підтримки бізнесу

Опитані жінки-представниці МСП у Вінницькій області найчастіше називають створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна було б знайти інформацію про ведення бізнесу, зміни законодавства тощо, а також перетворення податкової служби на державний орган із сервісними функціями необхідними заходами, якими держава повинна підтримати бізнес. 75% опитаних жінок Вінниччини висловились за ці кроки, що перевищує відповідні частки серед чоловіків.

Також, на думку опитаних жінок, важливими заходами державної підтримки буде спрощення податкового адміністрування (цей крок підтримують 72% опитаних жінок у Вінницькій області) та дерегуляція, тобто зменшення кількості документів, необхідних для ведення бізнесу, (цього очікує 69% жінок). 67% опитаних жінок вважають за потрібне надавати бізнесу державні гарантії за кредитами або їх частиною. Це вдвічі перевищує відповідну частку серед опитаних чоловіків у Вінницькій області (33%).

Рис. 91. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Вінницької області, % опитаних



9. Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Львівська область

9.1 Резюме

- Розподіл опитаних МСП у Львівській області за розміром близький до загального розподілу у вибірці: також переважають мікропідприємства, а відсоток малих підприємств дорівнює відсотку середніх.
- Половина опитаних МСП області працює у секторі послуг.
- Оцінки ділового середовища в державі та фінансово-економічної ситуації на підприємстві в МСП Львівської області відповідають загальним в Україні, в той час як їхні очікування дещо кращі.
- Протягом минулих двох років ділова активність МСП Львівської області була дещо кращою, ніж в Україні в цілому, хоча більшість опитаних скоротила обсяги діяльності. Проте на наступні два роки бізнес області очікує пожвавлення ділової активності – більше, ніж в цілому в Україні.
- Нестабільна політична ситуація, низький попит та інфляція – найпоширеніші перешкоди для МСП Львівської області.
- Інфляція, дорогі кредити та брак кваліфікованих працівників є більшими перешкодами для бізнесу області, ніж для опитаних підприємців та підприємств в цілому в Україні.
- Жінки, які представляють МСП, частіше, ніж чоловіки повідомляють про такі перешкоди, як нестабільна політична ситуація та низький попит, але рідше за чоловіків відмічають негативний вплив інфляції та війни на Сході України на бізнес.
- Опитані МСП області працюють, в основному, на місцевому ринку.
- В той час як більшість МСП Львівської області вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу, лише невелика частка з них назвала назвати конкретні державні органи, які створюють перешкоди для їхнього бізнесу. Як правило, це податкові органи та вищі органи влади.
- Серед заходів із підтримки бізнесу МСП Львівської області очікують від держави, насамперед, спрощення податкового адміністрування, дерегуляції та реформи податкової служби.
- Опитані жінки-представниці МСП найбільше зацікавлені у таких кроках з боку держави, як спрощення податкового адміністрування та створення інформаційного ресурсу щодо ведення бізнесу, змін законодавства тощо.

9.2 Інформація про опитані підприємства

Розмір та організаційна форма підприємств

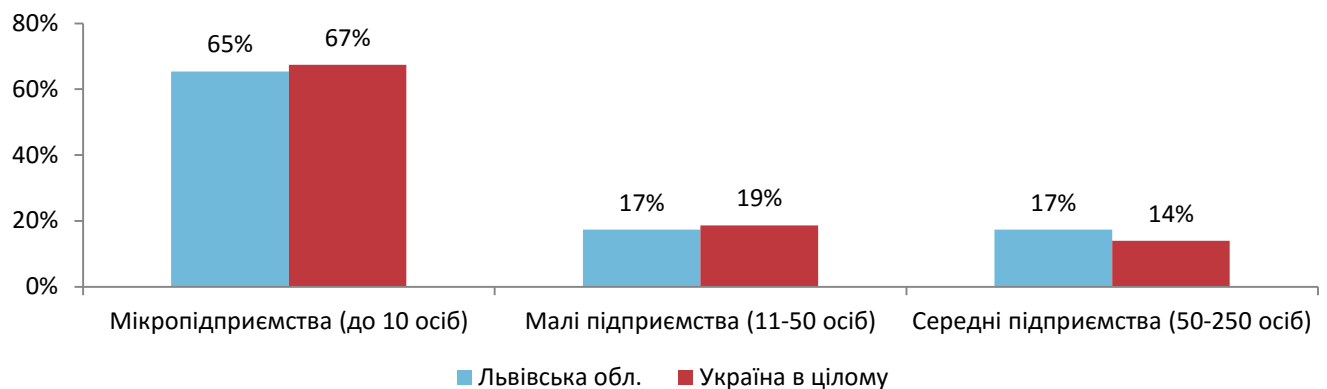
Із 1827 малих та середніх підприємств⁵⁰, яких було опитано в рамках дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» (ABCA) у 2015 році, 104 МСП знаходяться у Львівській області. 23% респондентів області

⁵⁰ Опитування проводилося на всій території України крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Для шести пілотних областей Програми USAID ЛЕВ – Вінницької, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Тернопільської та Херсонської – була передбачена підвищена квота респондентів у вибірці.

складають фізичні особи-підприємці, тоді як решта опитаних (77%) – це підприємства, які є юридичними особами. Порівняно із загальною вибіркою дослідження в Україні, у Львівській області частки фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб практично збігається із відповідним розподілом у загальній вибірці: частка фізичних осіб-підприємців в цілому в Україні становить 27,5%, а підприємств-юридичних осіб – 72,5%.

Опитаний бізнес Львівської області в цілому відповідає за розміром підприємствам загальної. Зокрема, 65% МСП Львівської області складають мікропідприємства – тобто ті, на яких зайняті до 10 осіб. 17% підприємств області відносяться до категорії малих (на яких зайнято від 11 до 50 осіб), і така ж частка (17%) – це середні підприємства із чисельністю працівників від 51 до 250 осіб. Для порівняння, у загальній вибірці опитування мікропідприємства складають 67%, малі підприємства – 19%, а середні – 14%.

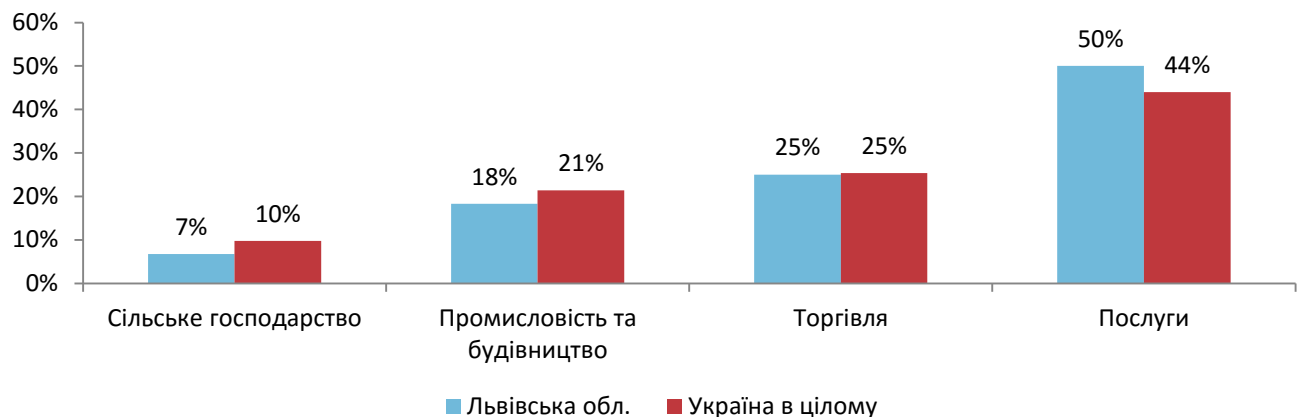
Рис. 92. Розподіл опитаних підприємств Львівської області і України в цілому за розміром, % опитаних



Сфери діяльності підприємств

Опитані МСП Львівської області переважно працюють у сфері послуг та у сфері торгівлі. Частки тих, що займаються промисловістю та будівництвом і сільським господарством, менші, ніж в цілому в Україні.

Рис. 93. Розподіл опитаних підприємств Львівської області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних



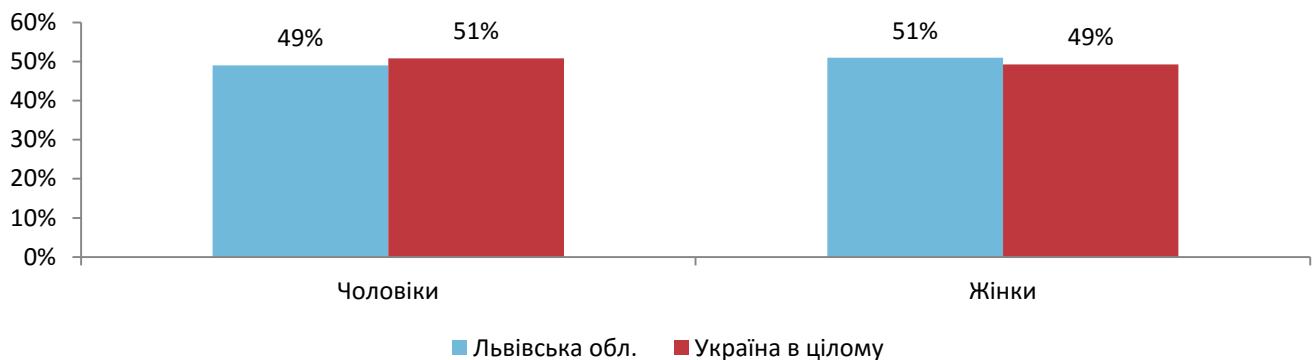
Половина МСП Львівської області працює у сфері послуг. Ця частка більша, ніж у загальній вибірці в Україні (в загальному підприємства сфери послуг склали 44%). 25% МСП області займаються торгівлею – це дорівнює відсотку зайнятих у торгівлі фірм у вибірці (25%).

МСП, що працюють у секторі промисловості та будівництва, у Львівській області дещо менше представлені, ніж в цілому в Україні. Таких фірми склали 18% опитаних МСП області, а в цілому у вибірці їх 21%. Також на Львівщині налічується 7% сільськогосподарських підприємств, тоді як в цілому в Україні їхня частка становить 10%.

Гендерний та віковий розподіл опитаних

Частки жінок та чоловіків серед респондентів Львівської області майже однакові. 51% опитаних склали жінки, а 49% – чоловіки. Це практично відповідає загальному гендерному розподілу у вибірці: в цілому було опитано 51% чоловіків та 49% жінок. Середній вік респондентів у Львівській області – 44 роки. Для порівняння, середній вік респондентів у загальній вибірці – 45 років.

Рис. 94. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних



9.3 Індекси ділового середовища та ділової активності

Ділове середовище

Опитані МСП Львівської області оцінюють ділове середовище в Україні та фінансово-економічну ситуацію на підприємстві дещо краще, ніж респонденти в Україні в цілому. Також їхні очікування на найближчі шість місяців щодо змін ділового середовища та фінансово-економічної ситуації більш оптимістичні, ніж в загальному у країні.

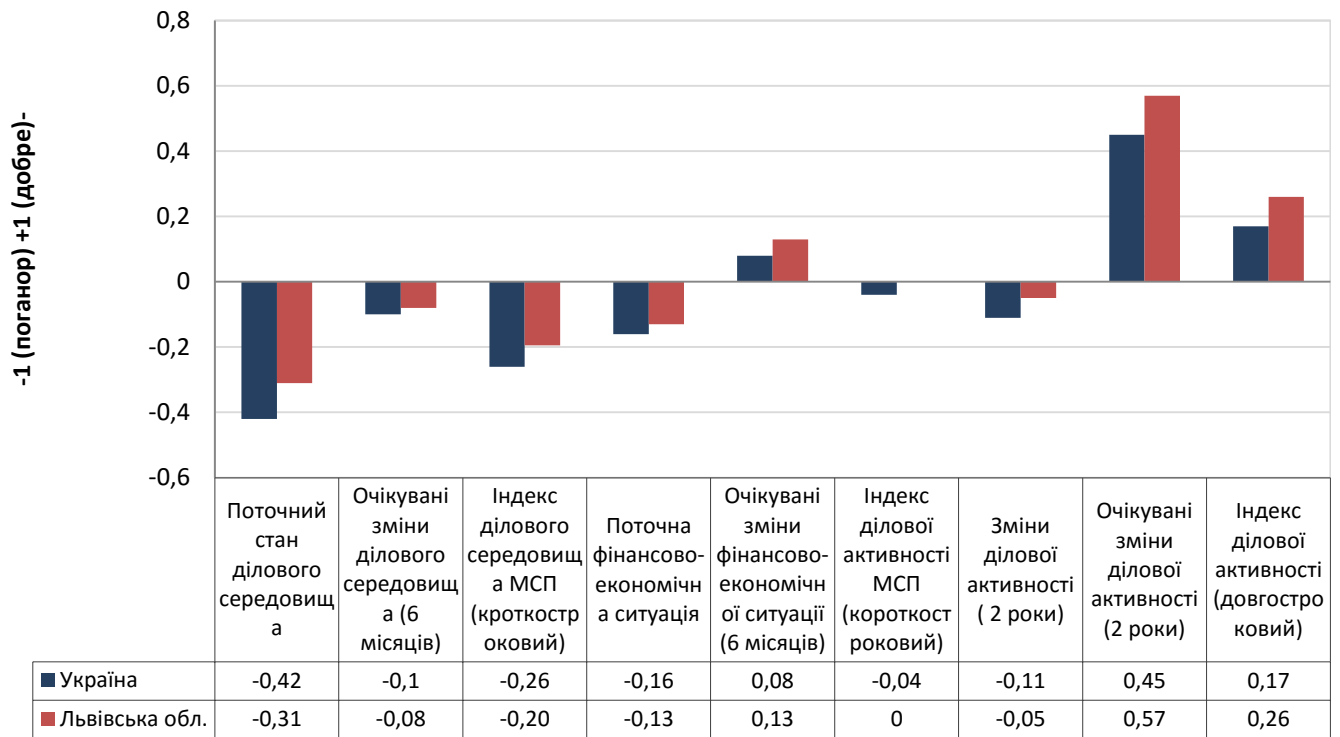
46% підприємств Львівської області оцінили поточне ділове середовище задовільно, тоді як 42% назвали його негативним, а 12% – позитивним. Відповідно, *індекс оцінки ділового середовища*⁵¹ для МСП області становить -0,31. Це негативне значення, проте воно дещо вище, ніж відповідний індекс в загальному в Україні (-0,42). Низьке значення індексу оцінки ділового середовища в Україні в цілому зумовлене тим, що 48% опитаних підприємств оцінили поточне ділове середовище негативно, а 45% – задовільно. Лише 6% підприємств вважають ділове середовище позитивним.

Існує також невелика різниця між очікуваннями щодо змін ділового середовища протягом наступних шести місяців у МСП Львівської області та України в цілому. Третина респондентів Львівщини (33%) вважає, що ділове середовище покращиться протягом наступних півроку, а 41% вважають, що воно погіршиться. Решта

⁵¹ Індекс визначається як різниця між позитивними та негативними оцінками та очікуваннями, де позитивні оцінки та очікування відповідають значенню «1», а негативні – «-1». Відповідно, максимальне значення індексу дорівнює 1, мінімальне – -1.

26% підприємств не очікують змін у діловому середовищі за цей час. У результаті, *індекс очікуваних змін ділового середовища* для Львівської області дорівнює -0,08. Для порівняння, в цілому в Україні значення відповідного показника становить -0,1. Серед підприємств у загальній вибірці частка тих, що очікують погіршення ділового середовища протягом найближчих шести місяців, (39%), перевищує частку тих, що очікують його покращення, (29%). А 33% усіх опитаних підприємств вважають, що ділове середовище за вказаний час не зміниться.

Рис. 95. Індекси: ділове середовище та активність



Ділова активність (піврічна перспектива)

Респонденти Львівської області оцінили фінансово-економічну ситуацію на своєму підприємстві практично так, як і учасники опитування в Україні в цілому. 19% підприємств області оцінили свою фінансово-економічну ситуацію позитивно, в той час як у загальній вибірці відсоток позитивних оцінок становив 14%. 32% МСП Львівщини вважають фінансово-економічну ситуацію негативною. Це практично відповідає частці таких МСП в цілому в Україні (30%). На думку 49% опитаних у Львівській області фінансово-економічна ситуація є задовільною. Серед усіх учасників опитування задовільні оцінки поставили 56%. Через це *індекс оцінки власної фінансово-економічної ситуації* підприємствами Львівщини дорівнює -0,13. Його значення близьке до відповідного індексу для всіх опитаних підприємств, який становить -0,16.

Очікування щодо майбутніх змін фінансово-економічної ситуації серед МСП Львівської області дещо кращі, ніж в цілому в Україні. 39% підприємств області вважають, що фінансово-економічна ситуація на їхньому підприємстві покращиться протягом наступних шести місяців. Для порівняння, у загальній вибірці частка підприємств із оптимістичними очікуваннями щодо змін фінансово-економічної ситуації дещо менша: 35%. Відсоток МСП, що очікують погіршення своєї фінансово-економічної ситуації, становить 25% у Львівській області, тоді як в загальному в Україні він дорівнює 27%. Частки підприємств, які не очікують змін

фінансово-економічної ситуації протягом найближчих півроку, приблизно однакові у Львівській області (36%) та в Україні в цілому (38%). В результаті, *індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації* у Львівській області становить 0,13, а відповідний індекс в Україні в цілому – 0,08.

Ділова активність (дворічна перспектива)

Крім оцінок ділового клімату та фінансово-економічної ситуації і прогнозів щодо їх змін у піврічній перспективі, опитані підприємства також повідомляли про зміни у їхній діловій активності протягом минулих двох років та про те, які плани щодо обсягу діяльності підприємств вони мають на найближчі два роки. Зміни ділової активності вимірювалися запитанням про те, чи підприємства збільшували обсяги виробництва або надання послуг протягом останніх двох років, а плани щодо змін ділової активності – запитанням про те, чи підприємства планують розширювати свою діяльність протягом найближчих двох років. Інформація про минулі та заплановані зміни в обсягах ділової активності допомагає описати наявні тенденції та зробити припущення щодо поведінки підприємств на ринку у середньостроковій перспективі (протягом двох років).

Динаміка ділової активності МСП Львівської області за останні два роки була дещо кращою, ніж в загальному в Україні, хоча частка МСП, що скоротили обсяги ділової активності, перевищує частку тих, які їх збільшили. 34% опитаних МСП області повідомили, що збільшили обсяги виробництва або надання послуг за останні два роки, а 38% підприємств їх зменшили. У решти 28% обсяги ділової активності за цей час не змінилися. В Україні ж в цілому частка підприємств, що збільшили обсяги виробництва або надання послуг, менша: 29,5%, а частка тих, що зменшили ділову активність, дещо більша: 40,5%. 30% усіх підприємств повідомили, що їхня ділова активність не змінилася за останні два роки. У результаті цього індекс змін ділової активності у Львівській області дорівнює -0,05, що перевищує відповідний індекс за вибіркою в цілому (-0,11).

З іншого боку, малий та середній бізнес Львівщини більше налаштований розширювати ділову активність протягом наступних двох років, ніж МСП в загальному в Україні. Відповідний індекс очікуваних змін ділової активності у Львівській області становить 0,57, а в Україні в цілому – 0,45. Більше половини опитаних МСП області (61%) повідомили, що планують розширювати свою діяльність протягом найближчих двох років. У загальній вибірці такі плани мають 52% респондентів. 35% опитаного бізнесу Львівської області не планують змінювати обсяги ділової активності і тільки 4% опитаних мають плани її зменшити. В Україні в цілому частка МСП, що не планують змін ділової активності, становить 39%, а тих, що планують її зменшити, – 8%.

Перешкоди для розширення діяльності

Малі та середні підприємства Львівської області, які не планують розширювати свою діяльність протягом наступних двох років, найчастіше називають несприятливу економічну ситуацію в країні причиною відсутності таких планів. Ця перешкода актуальна для 76% МСП області – це більше, ніж в загальному в Україні (68%). Також брак фінансових можливостей та складність податкової системи становлять більшу проблему для МСП області, ніж в загальному у вибірці.

38% МСП Львівщини не планують збільшувати ділову активність через брак коштів, а 35% – через складну загальну податкову систему. Для порівняння, частки опитаних МСП, які називають ці причини серед усієї вибірки, становлять, відповідно, 29% та 25%.

Рис. 96. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних



Натомість МП Львівської області не так часто відкладають розширення своєї діяльності через відсутність ринку на товари або послуги (це є перешкодою лише для 5% опитаних МСП області, які не планують збільшувати обсяги діяльності) та несприятливе регулювання (про цю проблему повідомляють лише 3% МСП Львівщини порівняно із 15% в Україні в цілому). Також у Львівській області жорстка конкуренція (про яку повідомляють 11% МСП) становить дещо меншу проблему, ніж для МСП в Україні в цілому (15%).

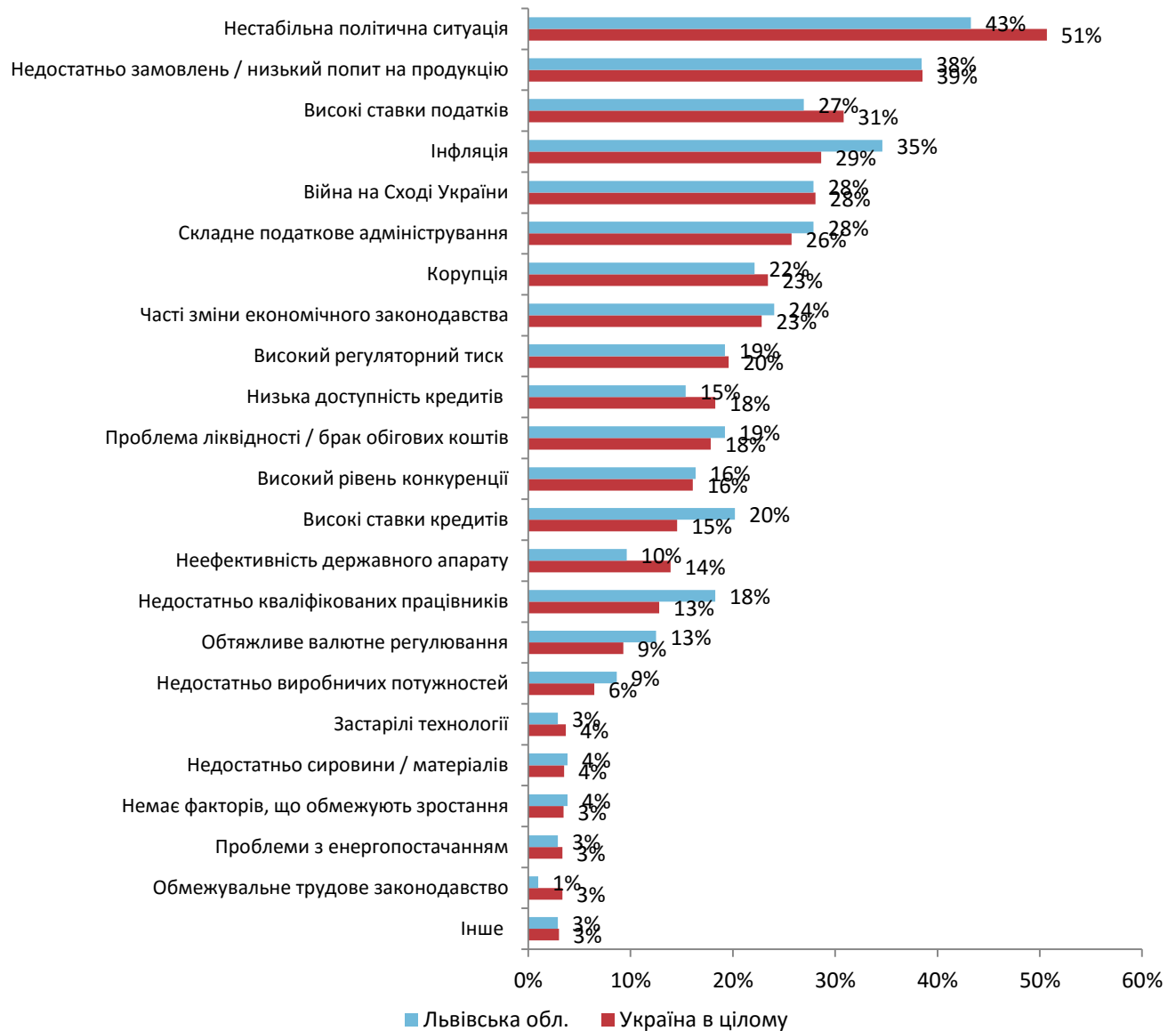
9.4 Перешкоди для зростання бізнесу

Нестабільна політична ситуація, низький попит та інфляція – найпоширеніші бар’єри, що перешкоджають розвитку підприємств Львівської області. Про ці перешкоди повідомили, відповідно, 43%, 38% та 35% МСП області. Однак, на відміну від опитаних МСП в цілому в Україні, респонденти Львівщини рідше скаржаться на політичну нестабільність – відповідна частка у загальній вибірці становить 51%.

28% МСП Львівської області назвали перешкодами для розвитку бізнесу війну на Сході України та складне податкове адміністрування, в той час як 27% віднесли до перешкод високі ставки податків. З іншого боку, інфляція є більш поширеною проблемою для МСП на Львівщині, ніж в Україні в цілому, де про неї повідомили 29% опитаних МСП.

Серед інших поширених перешкод для МСП Львівської області – часті зміни економічного законодавства (для 24% опитаного бізнесу області), корупція (22%), високі ставки кредитів (20%), проблема ліквідності (19%) та брак кваліфікованих працівників (18%). При цьому проблема дорогих кредитів та браку кваліфікованих працівників є дещо більш актуальними для МСП Львівщини, ніж для респондентів в цілому в Україні.

Рис. 97. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Львівської області, % опитаних



За допомогою факторного аналізу ці та інші перешкоди, зазначені учасниками опитування, було об'єднано у фактори, які поєднують кілька окремих перешкод. В той час як війна та нестабільна політична ситуація виходять в Україні в цілому на перше місце за рейтингом перешкод, об'єднаних у фактори, для малого та середнього бізнесу Львівської області найбільш актуальною перешкодою є податки та зміна законодавства. Так, для 56% опитаних МСП Львівської області податки та зміни законодавства є бар'єром для розвитку бізнесу, а 52% МСП перешкоджає війна та нестабільна політична ситуація. Майже половина МСП області (49%) повідомляє про проблеми, пов'язані з ринком.

Валютне регулювання та інфляція є перешкодою для 42% МСП Львівської області, що помітно більше, ніж в цілому в Україні, де про таку перешкоду повідомляють 35% опитаних. Крім цього, для МСП Львівщини корупція та регуляторний тиск, а також доступ до коштів є більшими перешкодами, ніж для малого та середнього бізнесу у країні в цілому. Так, у Львівській області 40% опитаних МСП назвали ці фактори

такими, що стримують розвиток їхнього бізнесу, в той час як в цілому в Україні 36% МСП повідомили про ці перешкоди.

Рис. 98. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Львівської області та України в цілому (за результатами факторного аналізу), % опитаних



25% МСП Львівської області повідомили про таку проблему, як брак кваліфікованих працівників та виробничих потужностей, що знову ж перевищує загальну частку в Україні (20%). Проте на Львівщині бізнес менше повідомляє про таку перешкоду, як неефективність державного апарату. Це виступає перешкодою для 10% МСП області та 17% усіх опитаних МСП в Україні. Лише 4% опитаних підприємців та підприємств Львівської області повідомили про такі перешкоди, як брак сировини чи матеріалів та проблеми з енергопостачанням. Ця частка відповідає частці у загальній вибірці.

9.5 Характеристики МСП Львівської області

Ринки діяльності підприємств

Опитані малі та середні підприємства та фізичні особи-підприємці Львівської області переважно працюють на місцевому ринку (42%). Третина з них працює на ринку всієї країни (33%) та на регіональному ринку (32%). 11% МСП області працюють на ринку Європейського Союзу, що більше, ніж відсоток МСП, що працюють на ринку ЄС, серед усіх опитаних (5%)⁵². 40% МСП Львівщини повідомили, що не планують виходити на нові ринки протягом наступних трьох років. Інші представники малого та середнього бізнесу області планують вийти на всеукраїнський ринок (18%), на ринок ЄС (10%) та на інші міжнародні ринки (12%).

⁵² Сума відсотків відповідей на це запитання перевищує 100%, оскільки респонденти могли обрати більше, ніж один варіант відповіді.

Рис. 99. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних



Для МСП Львівської області, які не планують вихід на нові ринки, основною причиною, яка перешкоджає цьому, є несприятлива економічна ситуація в країні. На цей фактор вказали 50% підприємств Львівщини, які не планують виходу на нові ринки, що збігається із відповідною часткою малого та середнього бізнесу в цілому в Україні, який назвав цю причину: 48%. Іншими причинами, через які підприємства Львівщини не планують виходити на нові ринки, є брак фінансових можливостей, жорстка конкуренція, брак попиту на товари чи послуги, несприятливе регулювання та інші перешкоди.

Зміна кількості працівників

За попередні два роки 49% опитаних малих та середніх підприємств у Львівській області скоротили кількість працівників, а 21% збільшили їх кількість. У 30% опитаних кількість працівників не змінилася.

9.6 Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки

Сприйняття ролі держави для бізнесу

Підприємцям, які брали участь в опитуванні, було запропоновано обрати один із трьох варіантів, що описують відносини між бізнесом та державою: держава як партнер бізнесу, держава як ворог бізнесу та держава як перешкода або обмеження для бізнесу. Більшість опитаних МСП Львівщини (70%) назвали державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. Це більше за відповідну частку у загальній вибірці: в цілому в Україні 56% опитаних вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. 23% опитаних у Львівській області вважають, що держава є ворогом бізнесу. Це менше за відповідну частку в цілому в

опитуванні (30%). А 7% підприємців та підприємств Львівщини вважають державу партнером бізнесу. У загальній вибірці ця частка вдвічі більша: 14%.

Перешкоди для бізнесу з боку державних органів

Разом з цим, більшість МСП Львівської області не назвали конкретних державних органів, які створюють їм перешкоди при веденні бізнесу. Так, 79% МСП Львівщини повідомили, що державні органи не створюють їм перешкод, в той час як 8% опитаного бізнесу області повідомили про перешкоди з боку податкової інспекції, а 6% – з боку вищих органів влади (Верховної Ради, Кабінету Міністрів, Президента). Частка МСП, які не зустрічали перешкод з боку конкретних державних органів, в загальному в Україні становить 75%.

Очікувані заходи державної підтримки

Рис. 100. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних



МСП Львівської області, як і підприємці в цілому в Україні, очікують від держави, насамперед, непрямої підтримки: спрощення податкового адміністрування, дерегуляції та інших заходів. Так, 87% опитаних

представників малого та середнього бізнесу Львівщини вважають, що держава повинна забезпечити, насамперед, спрощення податкового адміністрування, а 75% висловлюються за зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності, тобто дерегуляцію.

67% МСП Львівської області вважають, що податкова служба повинна виконувати передусім сервісні функції для платників податків і очікують такої реформи від держави. 63% опитаного бізнесу області вважають за потрібне створення єдиного інформаційного ресурсу, на якому можна знайти інформацію про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства, та інші аспекти ведення бізнесу. 56% МСП Львівщини чекають від держави переведення адміністративних послуг в електронний формат.

Інші кроки, якими держава могла б підтримати бізнес, на думку підприємців та керівників підприємств області, це надання державних гарантій за кредитами або їх частиною (це підтримують 41% МСП області), спрощення доступу до державних закупівель (48%) та компенсація державою відсотків за кредитами (31%). Варто зазначити, що частка МСП, які очікують спрощення доступу до державних закупівель для малих підприємств, у Львівській області істотно більша, ніж в Україні в загальному (39%).

Довіра

Рис. 101. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних



Запитання про те, до яких із перелічених інституцій (державних органів, приватного сектору, громадських організацій, тіньових структур) підприємці звернулися б по допомогу для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу, дозволяє виявити, яким інституціям найбільше довіряють підприємці. Як і підприємці в цілому в Україні, респонденти Львівської області висловили найбільшу довіру приватному сектору, тобто

таким же представникам бізнесу, як і вони самі: юристам, адвокатам та бізнес-консультантам. До них звернулися б 89% підприємців Львівської області.

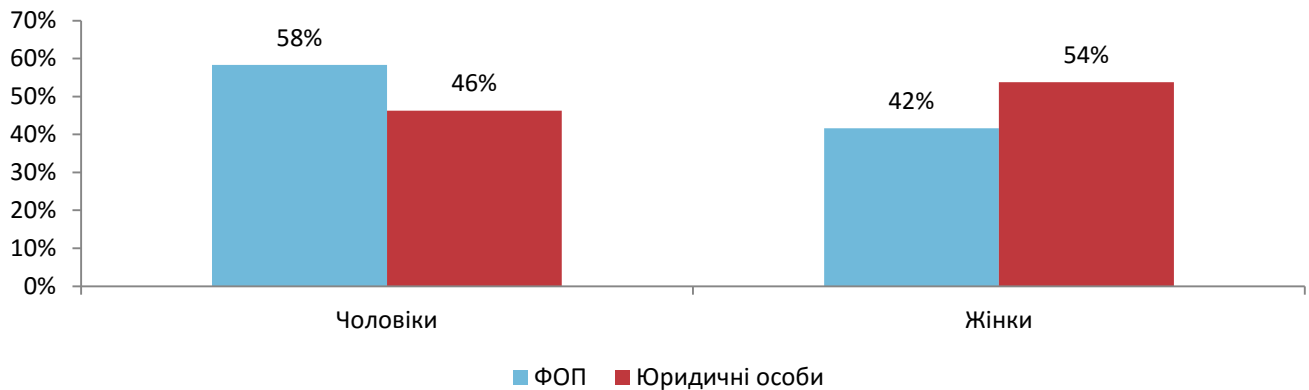
Але на відміну від МСП в загальному в Україні, наступною інституцією за рівнем довіри у Львівській області є бізнес-асоціації. 66% МСП області готові звернутися до бізнес-асоціацій у разі потреби, тоді як серед МСП в цілому у вибірці до них звернулося б 54% опитаних. 63% малого та середнього бізнесу висловили довіру до місцевих органів влади та органів місцевого самоврядування. 48% повідомили, що готові звернутися до судової гілки влади. Це менше, ніж в цілому в Україні, де судам довіряють 55% опитаних МСП. Міжнародним організаціям у Львівській області довіряє 33% малого та середнього бізнесу, а бізнес-омбудсмену – 29%. Вищі органи влади, політичні партії, а також тіньові посередники користуються меншим рівнем довіри серед МСП Львівщини.

9.7 Жіноче підприємництво Львівської області

Характеристики жіночого підприємництва області

Жінки склали 51% опитаних підприємців та представників підприємств у Львівській області. Частка жінок серед респондентів, які представляють підприємства-юридичні особи, (52%), є більшою, ніж серед фізичних осіб-підприємців області (15%). Опитані жінки найбільше представлені у сфері послуг (60% опитаних у цій сфері – жінки) та у сфері промисловості і будівництва (58%). Менше жінок у сфері торгівлі (35%) та сільського господарства (29%) Львівської області.

Рис. 102. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Львівської області, % опитаних



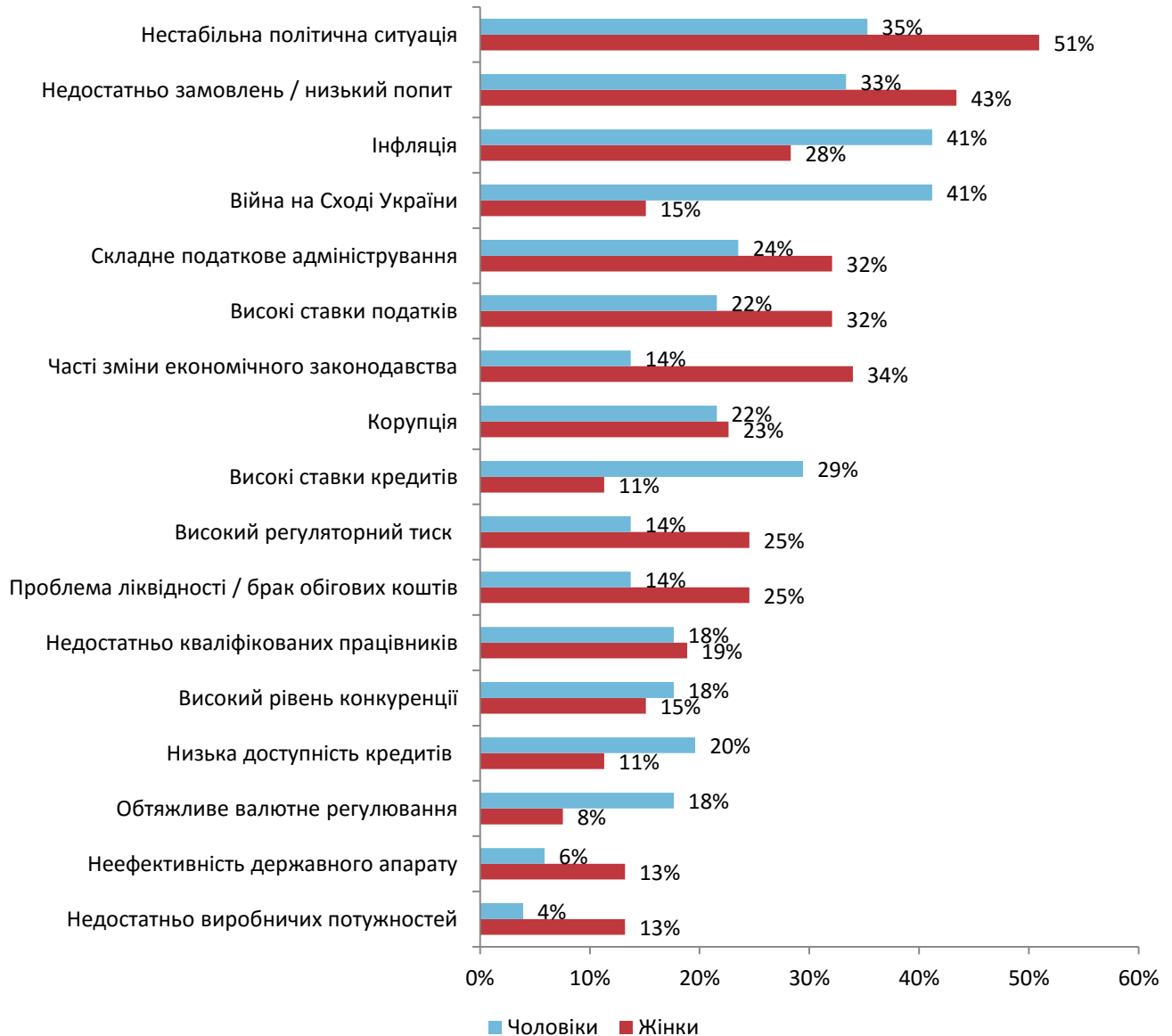
Перешкоди для розвитку бізнесу з точки зору жінок

Оцінюючи фактори, що обмежують зростання їхнього бізнесу, опитані представниці МСП Львівської області найчастіше відносять до цих факторів нестабільну політичну ситуацію (51%) та низький попит (43%). Частки жінок у Львівській області, що вказують на ці перешкоди, більші за частки чоловіків.

Також опитані жінки Львівської області більше, ніж чоловіки, повідомляють про такі перешкоди для їхнього бізнесу, як часті зміни економічного законодавства (34% жінок та 14% чоловіків), складне податкове адміністрування (32% жінок та 24% чоловіків), а також високі ставки податків (32% жінок та 22% чоловіків). Натомість жінки у Львівській області не настільки часто повідомляють про негативний вплив інфляції та

війни на Сході України, як чоловіки. Інфляцію назвали перешкодою 28% жінок, що представляють малий та середній бізнес, порівняно із 41% чоловіків, а війну – 15% (порівняно із 41% чоловіків).

Рис. 103. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Львівської області, % опитаних



Очікувані заходи державної підтримки бізнесу

Опитані жінки та чоловіки Львівської області однаково сильно зацікавлені у спрощенні податкового адміністрування. 86% чоловіків та 87% жінок підтримують це як захід із державної підтримки для бізнесу. Також більшість опитаних жінок (64%) вважають за потрібне створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна було б знайти інформацію про ведення бізнесу, зміни законодавства тощо.

З іншого боку, в той час як для значної частини представниць МСП у Львівській області важливі такі кроки, як зменшення кількості документів, необхідних для ведення бізнесу, та реформа податкової служби, чоловіки частіше називали ці заходи. Так, 84% чоловіків і 66% жінок очікують зменшення кількості

документів, необхідних для ведення бізнесу, а 75% чоловіків і 60% жінок очікують перетворення податкових органів на служби із сервісними функціями для платників податків.

Рис. 104. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Львівської області, % опитаних



10. Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Тернопільська область

10.1 Резюме

- У Тернопільській області більше, ніж в цілому в Україні, представлений малий бізнес та фізичні особи-підприємці.
- Опитані підприємства області працюють переважно у секторах послуг і торгівлі.
- МСП Тернопільської області краще оцінюють ділове середовище в державі та фінансово-економічну ситуацію на підприємстві, ніж підприємства в загальному в Україні. Очікування представників Тернопільської області також більш оптимістичні, ніж в цілому в країні.
- Протягом минулих двох років ділова активність МСП Тернопільської області була кращою, ніж в Україні в цілому, проте плани щодо ділової активності на наступні два роки в області майже не відрізняються від загальних: очікується її поживлення.
- Нестабільна політична ситуація та низький попит – найпоширеніші перешкоди для бізнесу області.
- Доступ до коштів, валютне регулювання та інфляція, а також брак кваліфікованих працівників та виробничих потужностей є більшими перешкодами для підприємців Тернопільщини, ніж для підприємців в цілому в Україні.
- Опитані МСП області працюють, в основному, на ринках свого міста та області.
- В той час як більшість МСП Тернопільської області вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу, лише невелика частка з них може назвати конкретні державні органи, які створюють перешкоди для їхнього бізнесу.
- Серед заходів із підтримки бізнесу МСП області очікують від держави, насамперед, спрощення податкового адміністрування та дерегуляції. Крім цього, опитані жінки особливо зацікавлені у створенні інформаційного ресурсу щодо ведення бізнесу, змін законодавства тощо.

10.2 Інформація про опитані підприємства

Розмір та організаційна форма підприємств

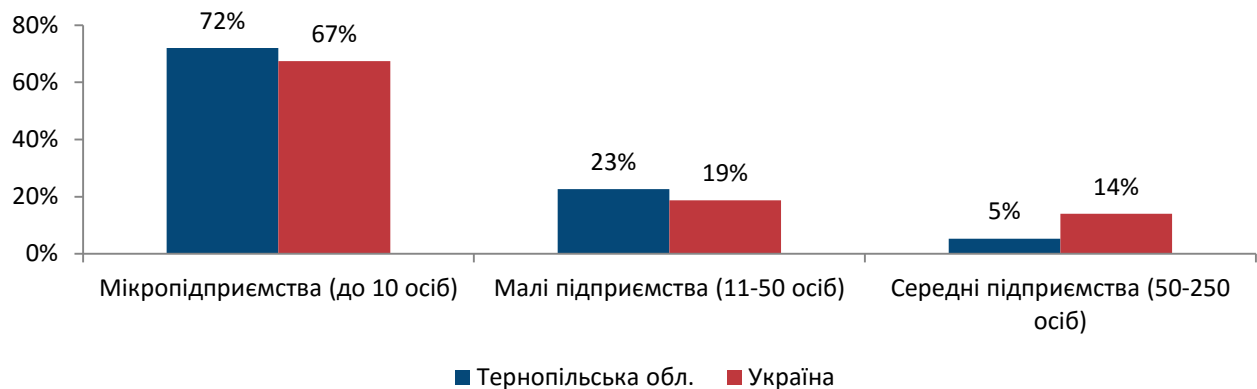
В рамках дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» (ABCA) у 2015 році було опитано 1827 підприємств⁵³, 75 з яких знаходяться у Тернопільській області. 36% респондентів Тернопільської області складають фізичні особи-підприємці, а решта опитаних (64%) – це підприємства, які є юридичними особами. Порівняно із загальною вибіркою дослідження в Україні, у Тернопільській області було опитано більше фізичних осіб-підприємців (їхня частка у загальній вибірці становить 27,5%) та менше підприємств-юридичних осіб, які складають 72,5% від загальної вибірки.

⁵³ Опитування проводилося на всій території України крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Для шести пілотних областей Програми ЛЕВ – Вінницької, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Тернопільської та Херсонської – була передбачена підвищена квота респондентів у вибірці.

Також опитаний бізнес Тернопільської області в цілому менший за розміром підприємств, ніж у загальній вибірці. Так, 72% підприємств, опитаних у Тернопільській області, складають мікропідприємства – тобто ті, на яких зайняті до 10 осіб. 23% підприємств області відносяться до категорії малих (на яких зайнято від 11 до 50 осіб). А 5% становлять середні підприємства із чисельністю працівників від 51 до 250 осіб.

Для порівняння, у загальній вибірці опитування мікропідприємства складають 67%, малі підприємства – 19%, а середні – 14%. Отже, серед опитаних підприємств Тернопільської області більшою мірою, ніж в цілому в Україні, представлені підприємства меншого розміру та фізичні особи-підприємці.

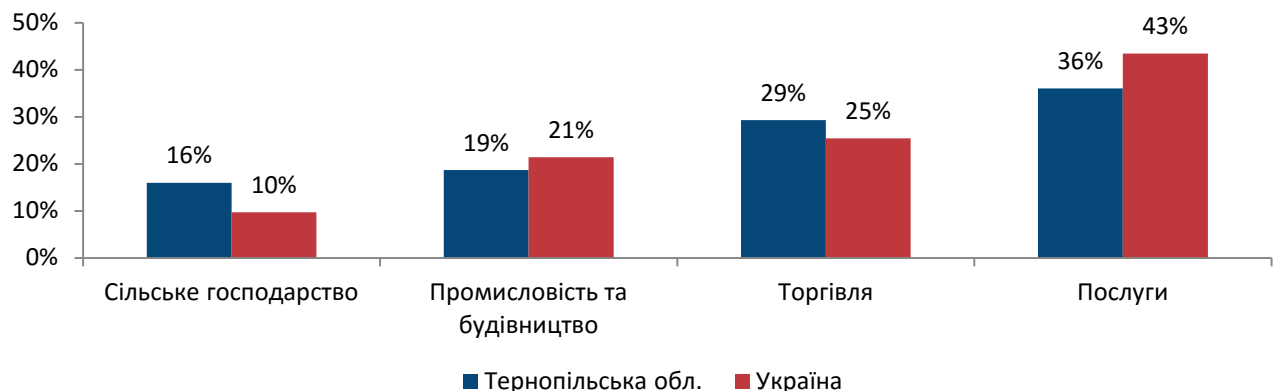
Рис. 105. Розподіл опитаних підприємств Тернопільської області і України в цілому за розміром, % опитаних



Сфери діяльності підприємств

Опитані підприємства Тернопільської області переважно працюють у сфері послуг та у сфері торгівлі. А також серед опитаних є ті, що займаються промисловістю та будівництвом і сільським господарством.

Рис. 106. Розподіл опитаних підприємств Тернопільської області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних



Третина опитаного бізнесу Тернопільщини (36%) працює у сфері послуг. Ця частка менша, ніж у загальній вибірці в Україні, де підприємства сфери послуг склали 44%. 29% підприємств області займаються торгівлею, що не суттєво відрізняється від загального відсотку зайнятих у торгівлі фірм у вибірці (25%).

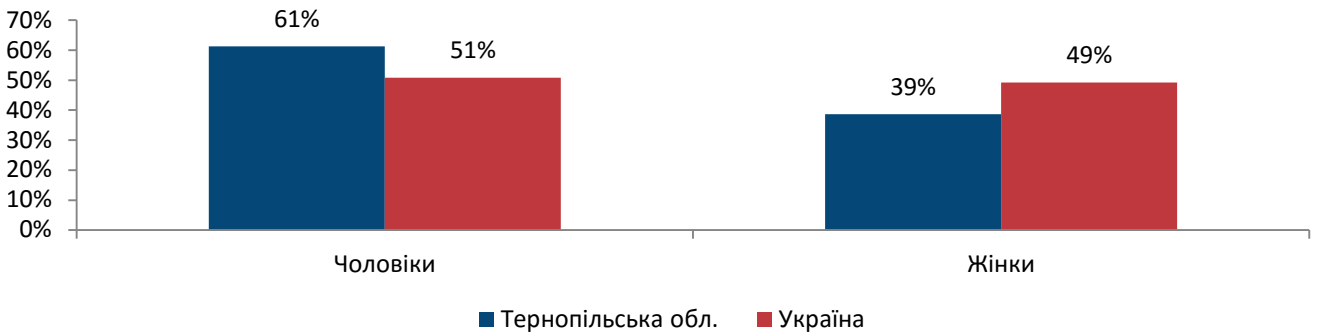
Незначною є і різниця у частках підприємств, що працюють у секторі промисловості та будівництва. У Тернопільській області таких підприємств 19%, а в цілому у вибірці – 21%. Однак, Тернопільська область

відрізняється від загального складу опитаних більшою часткою сільськогосподарських МСП, які становлять 16% респондентів області, тоді як в цілому в Україні їхня частка становить 10%.

Гендерний та віковий розподіл опитаних

Серед респондентів Тернопільської області 61% склали чоловіки, а 39% – жінки. Порівняно із вибіркою опитування в цілому в Україні, у Тернопільській області було опитано більше чоловіків та менше жінок, оскільки у загальній вибірці частки чоловіків та жінок приблизно однакові: 51% чоловіків та 49% жінок. Середній вік респондентів у Тернопільській області – 45 років. Це відповідає середньому віку респондентів у загальній вибірці.

Рис. 107. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних



10.3 Індекси ділового середовища та ділової активності

Ділове середовище

Опитані підприємці Тернопільської області оцінюють ділове середовище в Україні та фінансово-економічну ситуацію на підприємстві краще, ніж респонденти в Україні в цілому. Також вони мають кращі очікування на найближчі шість місяців щодо змін ділового середовища та фінансово-економічної ситуації.

Так, 58% МСП Тернопільської області оцінили поточне ділове середовище задовільно. 26% вважають його негативним, а 16% – позитивним. Відповідно, *індекс оцінки ділового середовища*⁵⁴ для Тернопільських МСП дорівнює -0,09. Це негативне значення, але воно вище, ніж відповідний індекс в загальному в Україні: -0,42. Низьке значення індексу оцінки ділового середовища в Україні в цілому зумовлене тим, що 48% опитаних МСП оцінили поточне ділове середовище негативно, а 45% – задовільно. Лише 6% МСП вважають ділове середовище позитивним.

Очікування щодо змін ділового середовища протягом наступних шести місяців у МСП Тернопільської області також дещо кращі, ніж у всіх опитаних підприємств в загальному. Третина МСП області (33%) вважає, що ділове середовище покращиться протягом наступних півроку, в той час як 27% вважають, що воно погіршиться. Решта 40% МСП не очікують змін у діловому середовищі за цей час. У результаті, *індекс очікуваних змін ділового середовища* для Тернопільської області дорівнює 0,06, тоді як в цілому в Україні значення показника від'ємне: -0,1. Серед МСП у загальній вибірці частка тих, що очікують погіршення

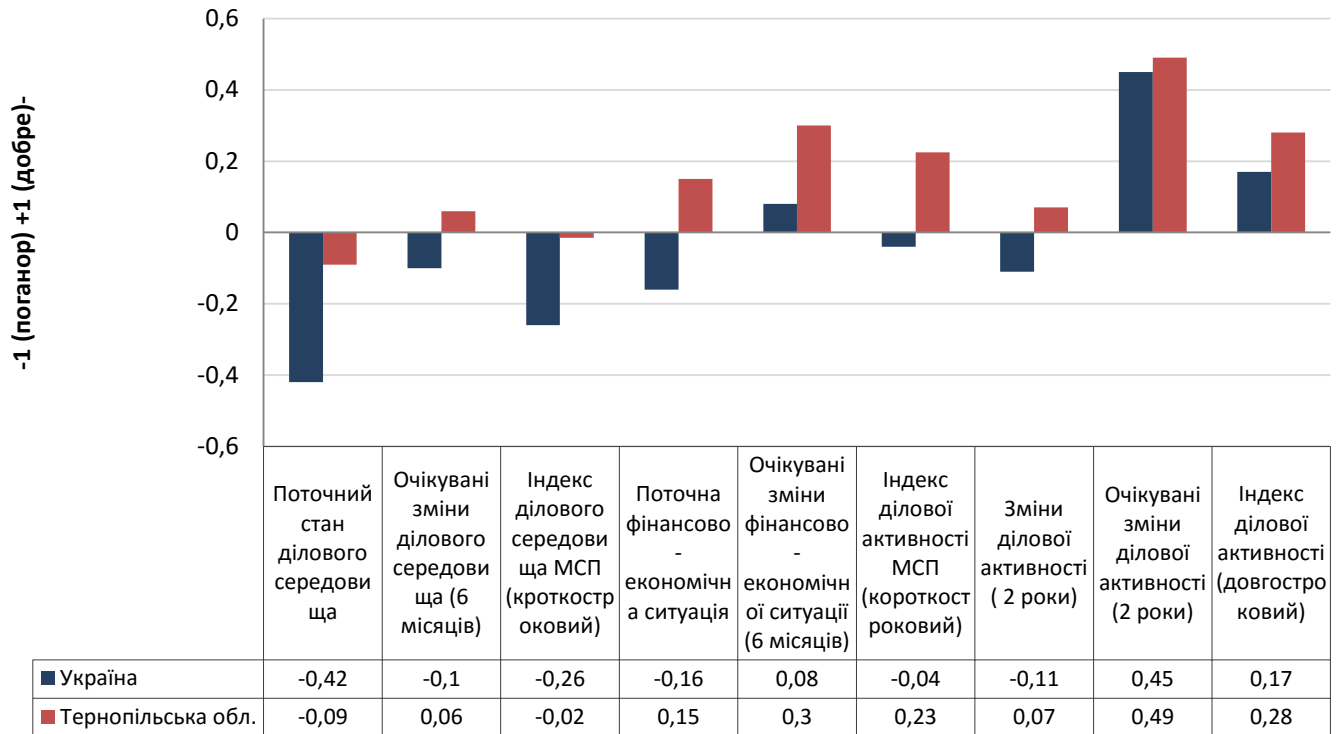
⁵⁴ Індекс визначається як різниця між позитивними та негативними оцінками та очікуваннями, де позитивні оцінки та очікування відповідають значенню «1», а негативні – «-1». Відповідно, максимальне значення індексу дорівнює 1, мінімальне – -1.

ділового середовища протягом найближчих шести місяців, (33%), перевищує частку тих, що очікують його покращення, (29%). А 33% усіх опитаних МСП вважають, що ділове середовище за вказаний час не зміниться.

Ділова активність (піврічна перспектива)

Як і при оцінюванні ділового середовища, респонденти Тернопільської області також надали кращі оцінки фінансово-економічній ситуації на своєму підприємстві, ніж учасники опитування у всій Україні в цілому. 27% МСП Тернопільщини оцінили свою фінансово-економічну ситуацію позитивно, в той час як у загальній вибірці відсоток позитивних оцінок менший: 14%. 12% МСП Тернопільщини вважають фінансово-економічну ситуацію негативною. Це менше, ніж в цілому в Україні (30%). На думку 61% опитаних у Тернопільській області фінансово-економічна ситуація є задовільною. Серед усіх учасників опитування задовільні оцінки поставили 56%. Через це *індекс оцінки власної фінансово-економічної ситуації* МСП Тернопільщини дорівнює 0,15, тоді як для МСП України в загальному він має від'ємне значення: -0,16.

Рис. 108. Індекси: ділове середовище та активність



Більш позитивними очікуваннями щодо майбутніх змін фінансово-економічної ситуації МСП Тернопільської області знову ж відрізняються від опитаних МСП в цілому в Україні. 46% підприємців області висловили думку, що фінансово-економічна ситуація на їхньому підприємстві покращиться протягом наступних шести місяців. Для порівняння, у загальній вибірці частка МСП із оптимістичними очікуваннями щодо змін фінансово-економічної ситуації є меншою: вона становить 35%. Крім цього, у Тернопільській області відсоток МСП, що очікують погіршення своєї фінансово-економічної ситуації, (15%), майже вдвічі менший, ніж в Україні в цілому (27%). Частки МСП, які не очікують змін фінансово-економічної ситуації протягом найближчих півроку, приблизно однакові у Тернопільській області (40%) та в Україні в цілому (38%). В

результаті, *індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації* у Тернопільській області становить 0,3, а відповідний індекс в Україні в цілому – 0,08.

Ділова активність (дворічна перспектива)

Крім оцінок ділового клімату та фінансово-економічної ситуації і прогнозів щодо їх змін у піврічній перспективі, опитані МСП також повідомляли про зміни у їхній діловій активності протягом минулих двох років та про те, які плани щодо обсягу діяльності підприємств вони мають на найближчі два роки. Зміни ділової активності вимірювалися запитанням про те, чи МСП збільшували обсяги виробництва або надання послуг протягом останніх двох років, а плани щодо змін ділової активності – запитанням про те, чи підприємства планують розширювати свою діяльність протягом найближчих двох років. Інформація про минулі та заплановані зміни в обсягах ділової активності допомагає описати наявні тенденції та зробити припущення щодо поведінки МСП на ринку у середньостроковій перспективі (протягом двох років).

Динаміка ділової активності малого та середнього бізнесу Тернопільської області за останні два роки була кращою, ніж в загальному в Україні. 36% опитаних МСП області повідомили, що збільшили обсяги виробництва або надання послуг за останні два роки, тоді як 29% підприємств, навпаки, їх зменшили. У решти 35% обсяги ділової активності за цей час не змінились. В Україні ж в цілому частка підприємств, що збільшили обсяги виробництва або надання послуг, менша: 29,5%, а частка тих, що зменшили ділову активність, більша: 40,5%. 30% усіх підприємств повідомили, що їхня ділова активність не змінилася за останні два роки. Тому індекс змін ділової активності у Тернопільській області дорівнює 0,07, що перевищує відповідний індекс за вибіркою в цілому (-0,11).

Натомість плани МСП Тернопільщини щодо ділової активності на наступні два роки практично не відрізняються від загальної перспективи в Україні. Відповідний індекс очікуваних змін ділової активності у Тернопільській області становить 0,49, а в Україні в цілому – 0,45. Половина опитаних МСП області (50%) повідомили, що планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років. У загальній вибірці такі плани мають 52% МСП. 49% опитаного бізнесу Тернопільщини не планують змінювати обсяги ділової активності і лиш 1% опитаних мають плани її зменшити. В Україні в цілому частка підприємств, що не планують змін ділової активності, становить 39%, а тих, що планують її зменшити, – 8%.

Перешкоди для розширення діяльності

Для підприємств Тернопільської області, які не планують розширювати свою діяльність протягом наступних двох років, основними причинами цього виступають несприятлива економічна ситуація в країні (для 53%), брак фінансових можливостей (28%) та брак ринку на їхні товари чи послуги (22%). При цьому підприємства Тернопільської області рідше називають несприятливу економічну ситуацію в країні причиною відсутності планів щодо розширення: у загальній вибірці цю причину вказали 68% опитаних.

Також для підприємств у Тернопільській області складність загальної податкової системи є не настільки критичною перешкодою для розвитку бізнесу. Тоді як в цілому в Україні 25% підприємств, які не планують збільшувати обсяги діяльності у найближчі роки, назвали це причиною відсутності таких планів, у Тернопільській області складність загальної податкової системи стримує зростання 14% підприємств.

Рис. 109. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних



10.4 Перешкоди для зростання бізнесу

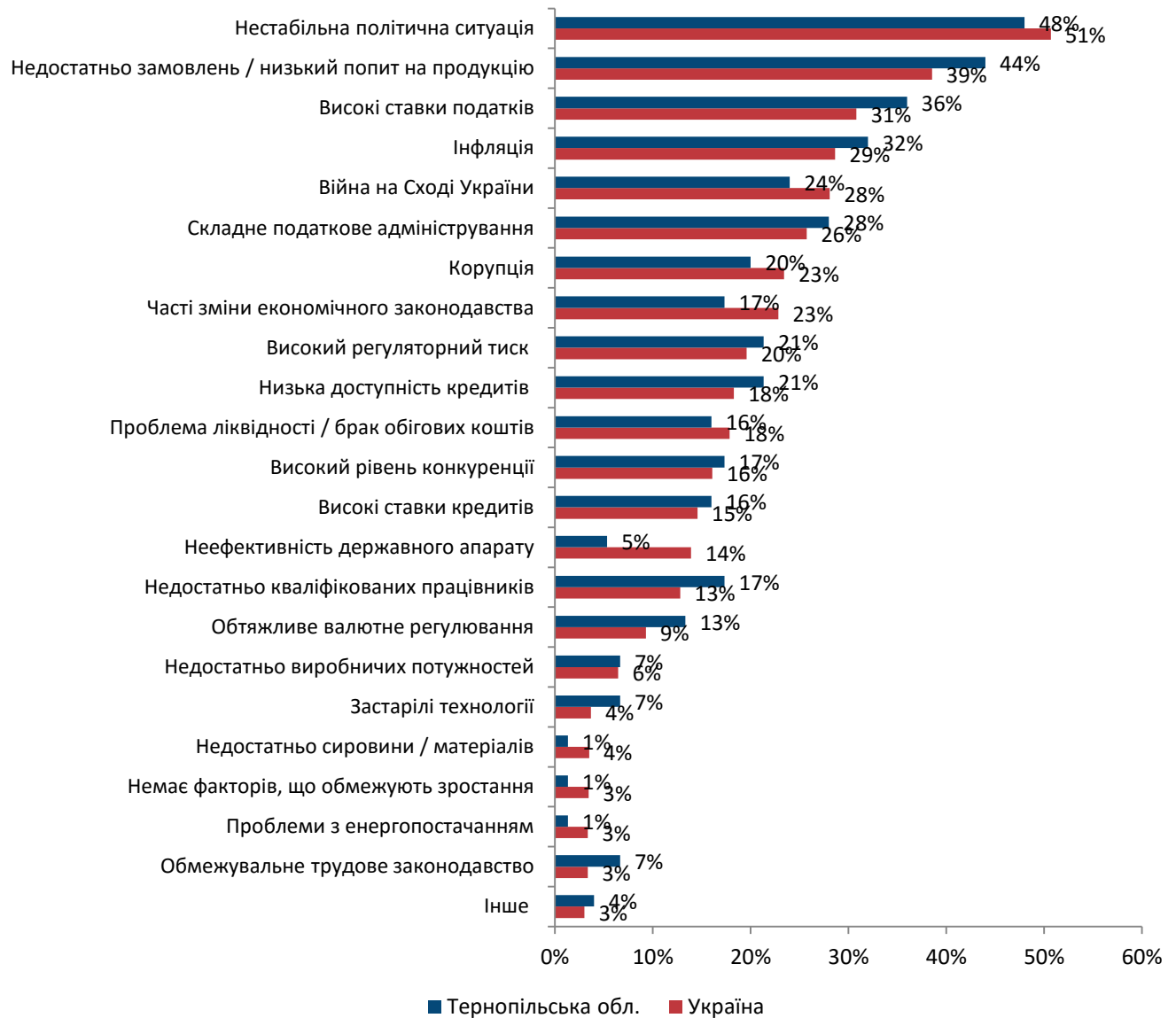
Нестабільна політична ситуація та низький попит – найпоширеніші бар’єри, що перешкоджають розвитку МСП Тернопільської області, за словами опитаних. Про ці перешкоди повідомили, відповідно, 48% та 44% опитаних МСП Тернопільщини. Важливою перешкодою є і високі ставки податків – це проблема для 36% МСП області. 32% опитаних повідомляють про таку перешкоду, як інфляція.

Складне податкове адміністрування є перешкодою для 28% МСП Тернопільської області, а 24% повідомляють про негативний вплив війни на Сході на їхній бізнес. 21% опитаних назвали перешкодами високий регуляторний тиск і низьку доступність кредитів, а 20% – корупцію. По 17% опитаних вказали на такі перешкоди, як високий рівень конкуренції, часті зміни економічного законодавства, брак кваліфікованих працівників, а для 16% підприємців області перешкодами є високі ставки кредитів та проблема ліквідності (брак обігових коштів).

Серед інших перешкод для розвитку підприємці Тернопільщини також називали обтяжливе валютне регулювання, застарілі технології, обмежувальне трудове законодавство та інші⁵⁵.

⁵⁵ Сума відсотків відповідей на це запитання перевищує 100%, оскільки респонденти могли обрати більше, ніж один варіант відповіді.

Рис. 110. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Тернопільської області, % опитаних



За допомогою факторного аналізу ці та інші перешкоди, зазначені учасниками опитування, було об'єднано у фактори, які поєднують кілька окремих перешкод. Порівнюючи те, які фактори найбільше перешкоджають підприємцям у Тернопільській області та в Україні в цілому, можна побачити, що найбільш поширені з них: війна та нестабільна політична ситуація, податки та зміни законодавства, а також проблеми, пов'язані з ринком, – актуальні як для бізнесу в Україні в цілому, так і зокрема для Тернопільській області.

Так, для 62% МСП Тернопільської області та 59% МСП у загальній вибірці значною перешкодою для розвитку бізнесу є війна та нестабільна політична ситуація. 51% МСП Тернопільщини і 54% МСП усієї України повідомляють про проблеми, пов'язані із податками та змінами законодавства. А проблеми, пов'язані з ринком, перешкоджають розвитку 50% МСП Тернопільської області і 48% всіх опитаних МСП в цілому, згідно з респондентами.

Рис. 111. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Тернопільської області та України в цілому (за результатами факторного аналізу), % опитаних



Деякі із цих факторів частіше були названі підприємцями із Тернопільської області, ніж опитаними підприємцями у загальній вибірці. Зокрема, доступ до коштів є проблемним питанням для 43% опитаного бізнесу Тернопільщини, тоді як в загальному в Україні про цю проблему повідомили 36% респондентів.

Для 41% підприємців області перешкодою є валютне регулювання та інфляція, в той час як в масштабах всієї країни із проблемами в цій сфері зустрічаються 35% малого та середнього бізнесу. Крім цього, МСП Тернопільщини більше, ніж МСП в цілому в Україні скаржаться на брак кваліфікованих працівників та виробничих потужностей. Ця проблема актуальна для 26% малого та середнього бізнесу Тернопільської області і 20% малого та середнього бізнесу України загалом.

Відсоток МСП Тернопільщини, що вказують на проблему корупції та регуляторного тиску, збігається із відповідним відсотком в Україні в цілому: 36%. Проблема неефективності державного апарату актуальна для бізнесу області дещо менше, ніж для МСП у загальній вибірці. Про цю перешкоду повідомляють 17% МСП в цілому в Україні та 12% МСП Тернопільської області. Як і в загальному в Україні, МСП Тернопільської області рідко вказують на проблеми із сировиною та енергопостачанням.

10.5 Характеристики МСП Тернопільської області

Зміна кількості працівників

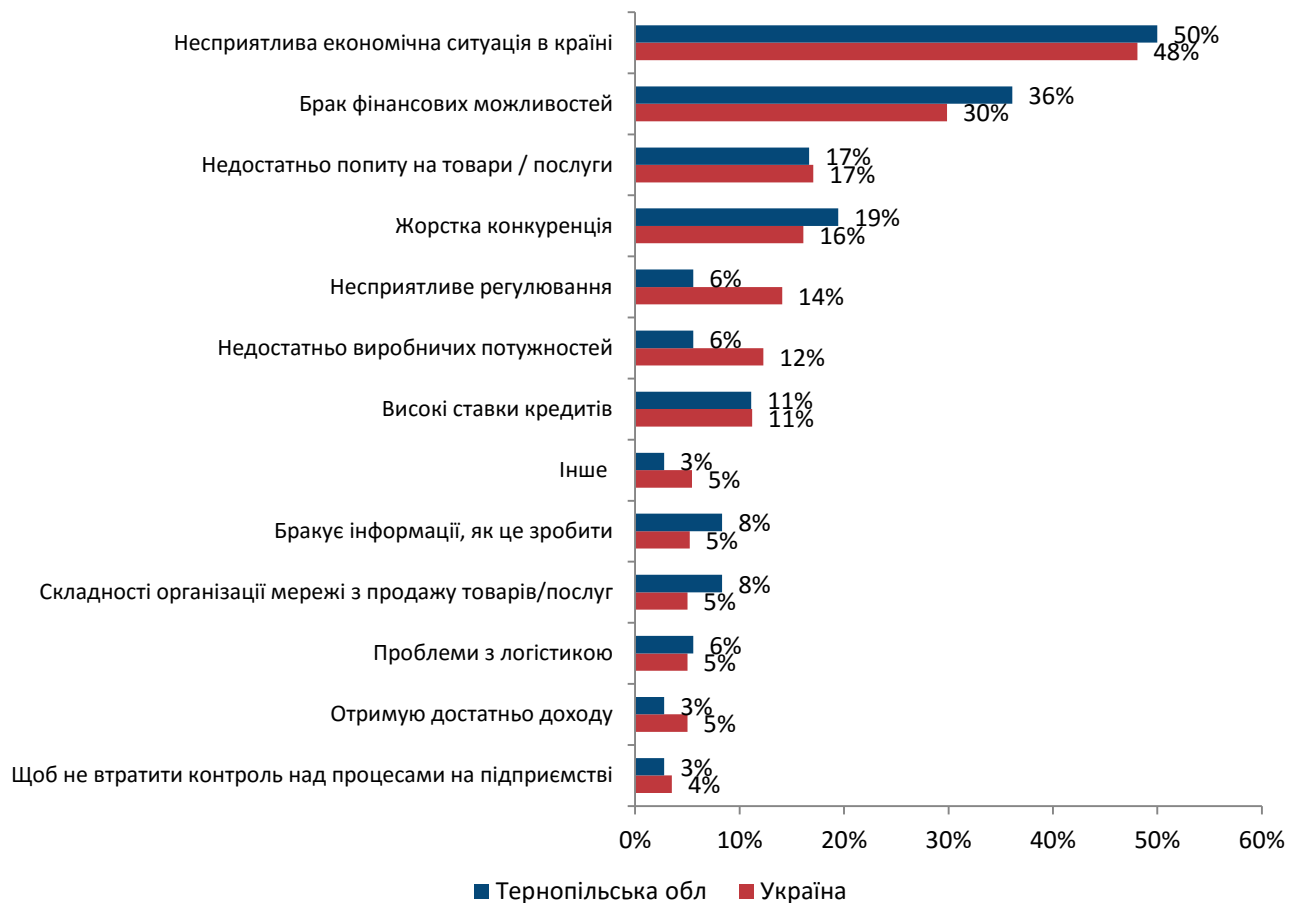
За попередні два роки 36% опитаних малих та середніх підприємств у Тернопільській області скоротили кількість працівників, а 13% збільшили їх кількість. У 41% опитаних кількість працівників не змінилася.

Ринки діяльності підприємств

Опитані малі та середні підприємства Тернопільської області працюють, в основному, на місцевому ринку (43%) та регіональному ринку (41%). Частина МСП працює на ринку всієї країни (28%). Менше, ніж 5% опитаних підприємств області працюють на ринках Європейського Союзу та інших країн⁵⁶.

Практично половина опитаних (48%) повідомили, що не планують виходити на нові ринки протягом наступних трьох років. Інші підприємства висловили наміри вийти на ринки сусідніх областей (12%), на всеукраїнський ринок (12%), на ринок ЄС (9%) та на інші ринки.

Рис. 112. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних



⁵⁶ Сума відсотків відповідей на це запитання перевищує 100%, оскільки респонденти могли обрати більше, ніж один варіант відповіді.

Для підприємств Тернопільської області, які не планують вихід на нові ринки, основною причиною, яка перешкоджає цьому, є несприятлива економічна ситуація в країні. На цей фактор вказали 50% підприємств Тернопільщини, які не планують виходу на нові ринки, що відповідає частці бізнесу в цілому в Україні, який назвав цю ж причину: 48%. Іншими причинами, через які підприємства Тернопільщини не планують виходити на нові ринки, є брак фінансових можливостей, брак попиту на товари чи послуги, жорстка конкуренція, високі ставки кредитів та інші перешкоди.

10.6 Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки

Сприйняття ролі держави для бізнесу

Підприємцям, які брали участь в опитуванні, було запропоновано обрати один із трьох варіантів, що описують відносини між бізнесом та державою: держава як партнер бізнесу, держава як ворог бізнесу та держава як перешкода або обмеження для бізнесу. Більшість МСП Тернопільської області (62%) вказали, що вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. Це більше за відповідну частку у загальній вибірці: в цілому в Україні 56% опитаних вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. 21% опитаних у Тернопільській області вважають, що держава є ворогом бізнесу. Це менше за відповідну частку в цілому в опитуванні (30%). А 17% підприємців Тернопільщини вважають державу партнером бізнесу. У загальній вибірці ця частка становить 14%.

Перешкоди для бізнесу з боку державних органів

Разом з цим, небагато підприємств Тернопільської області змогли назвати конкретні державні органи, які створюють їм перешкоди при веденні бізнесу. 85% підприємств повідомили, що державні органи не створюють їм перешкод, в той час як менше, ніж 3% підприємств Тернопільщини повідомили про перешкоди митної служби, прокуратури та інших органів влади. Частка МСП, які не зустрічали перешкод з боку конкретних державних органів, в загальному в Україні становить 75%.

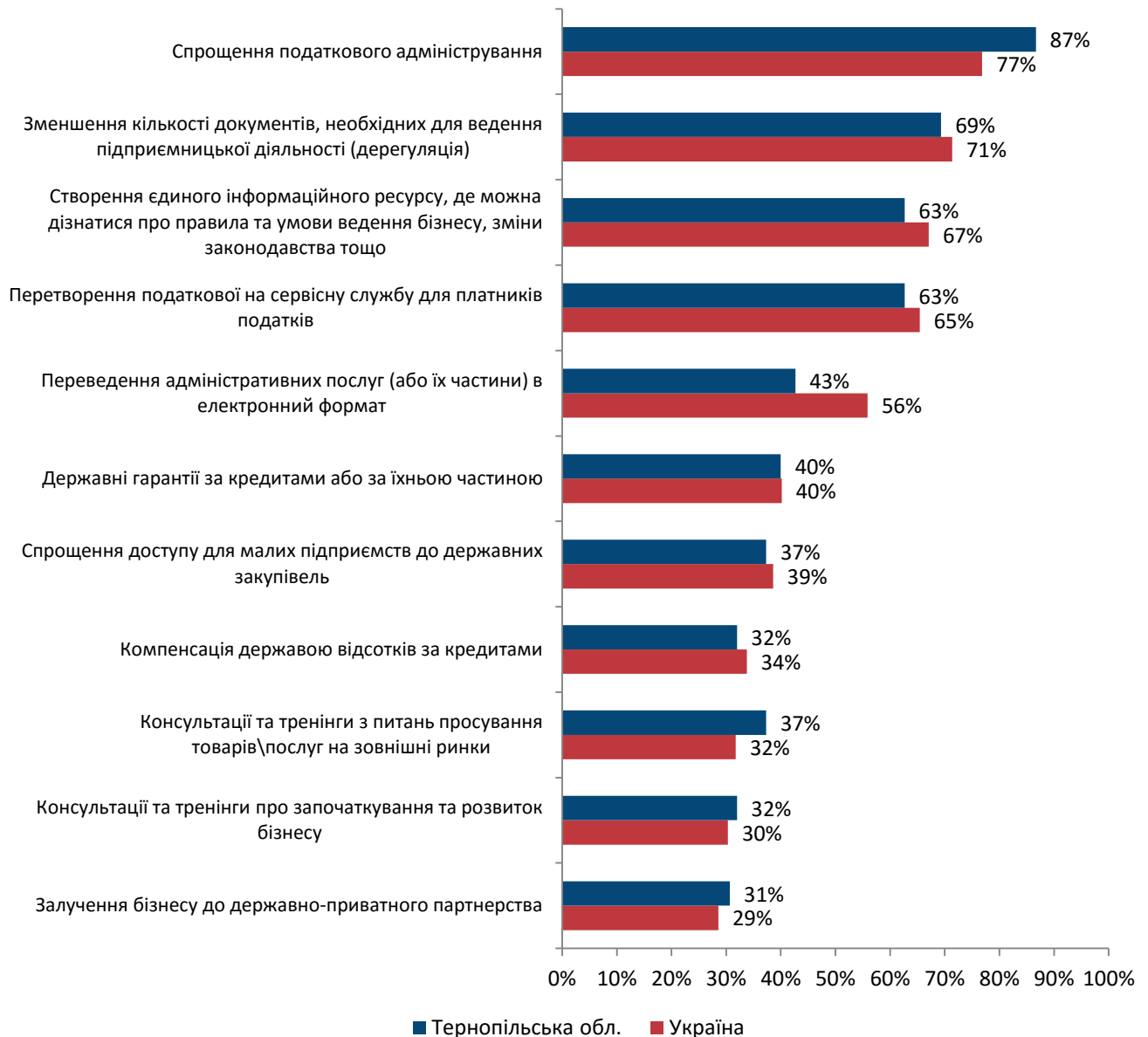
Очікувані заходи державної підтримки

Підприємці Тернопільської області, як і підприємці в цілому в Україні, очікують від держави, насамперед, непрямої підтримки: спрощення податкового адміністрування, дерегуляції та інших заходів. Так, 87% опитаних представників малого та середнього бізнесу Тернопільщини очікують від держави спрощення податкового адміністрування, а 69% – зменшення кількості необхідних документів, тобто дерегуляції.

63% підприємців Тернопільської області підтримують ідею створення єдиного інформаційного ресурсу, на якому можна знайти інформацію про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства, та інші аспекти ведення бізнесу. Така ж частка опитаних висловилася за реформу податкової служби із наголосом на сервісні функції.

43% підприємців області очікують від держави переведення адміністративних послуг або їх частини в електронний формат, а 40% хотіли б мати можливість отримати державні гарантії за кредитами або їх частиною.

Рис. 113. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних



Також тернопільських підприємців цікавлять такі кроки з боку держави, як спрощення доступу до державних закупівель та консультації і тренінги з приводу експорту (про це повідомили 37% опитаних у Тернопільській області), а також компенсація державою відсотків за кредитами, консультації та тренінги щодо започаткування та розвитку бізнесу та залучення бізнесу до державно-приватного партнерства (на думку 32%).

Довіра

Рис. 114. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних



Запитання про те, до яких із перелічених інституцій (державних органів, приватного сектору, громадських організацій, тіньових структур) підприємці звернулися б по допомогу для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу, дозволяє виявити, яким інституціям найбільше довіряють підприємці. Як і підприємці в цілому в Україні, респонденти Тернопільської області висловили найбільшу довіру приватному сектору, тобто таким же представникам бізнесу, як і вони самі: юристам, адвокатам та бізнес-консультантам. До них звернулися б 88% підприємців Тернопільщини.

Наступними за рівнем довіри є місцеві органи влади та органи місцевого самоврядування: до них можуть звернутися 68% підприємців Тернопільщини. Це дещо більше, ніж середній показник у загальній вибірці (62%). Судовій владі у цих питаннях довіряє 53% бізнесу Тернопільської області, а бізнес-асоціаціям – 48%. 38% підприємств області звернулися б до бізнес-омбудсмена, що також перевищує середній рівень довіри до цієї інституції серед підприємств України в цілому (32%).

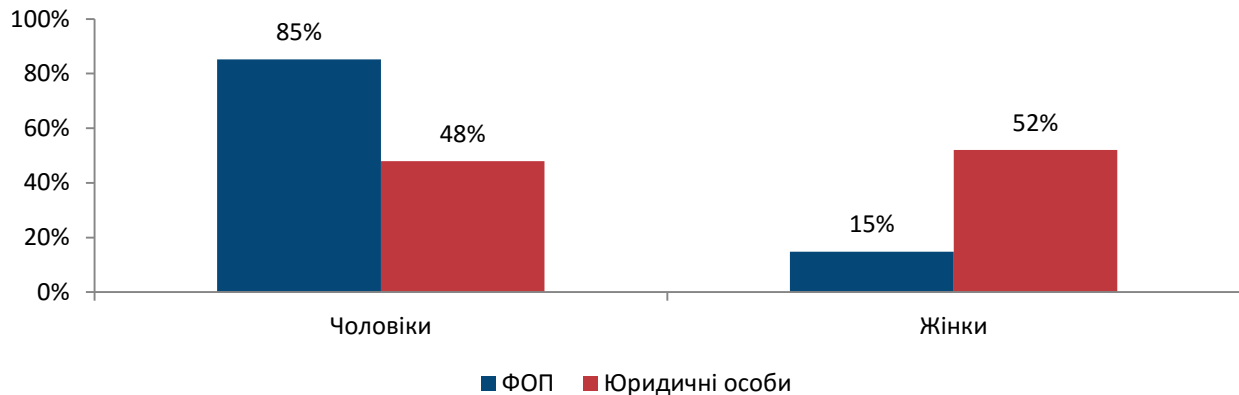
Меншою мірою підприємці Тернопільщини готові звертатися по допомогу до міжнародних організацій (29%), до Президента (28%), Парламенту (27%), Кабінету Міністрів (24%) та інших інституцій.

10.7 Жіноче підприємництво Тернопільської області

Характеристики жіночого підприємництва області

Жінки склали 39% опитаних у Тернопільській області. Частка жінок серед респондентів, які представляють підприємства-юридичні особи, (52%), є більшою, ніж серед фізичних осіб-підприємців області (15%). Опитані жінки зайняті переважно у секторі торгівлі (46% підприємств цього сектору) та послуг (44%), меншою мірою – у сфері промисловості та будівництва (29%) та сільського господарства (25%).

Рис. 115. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Тернопільської області, % опитаних

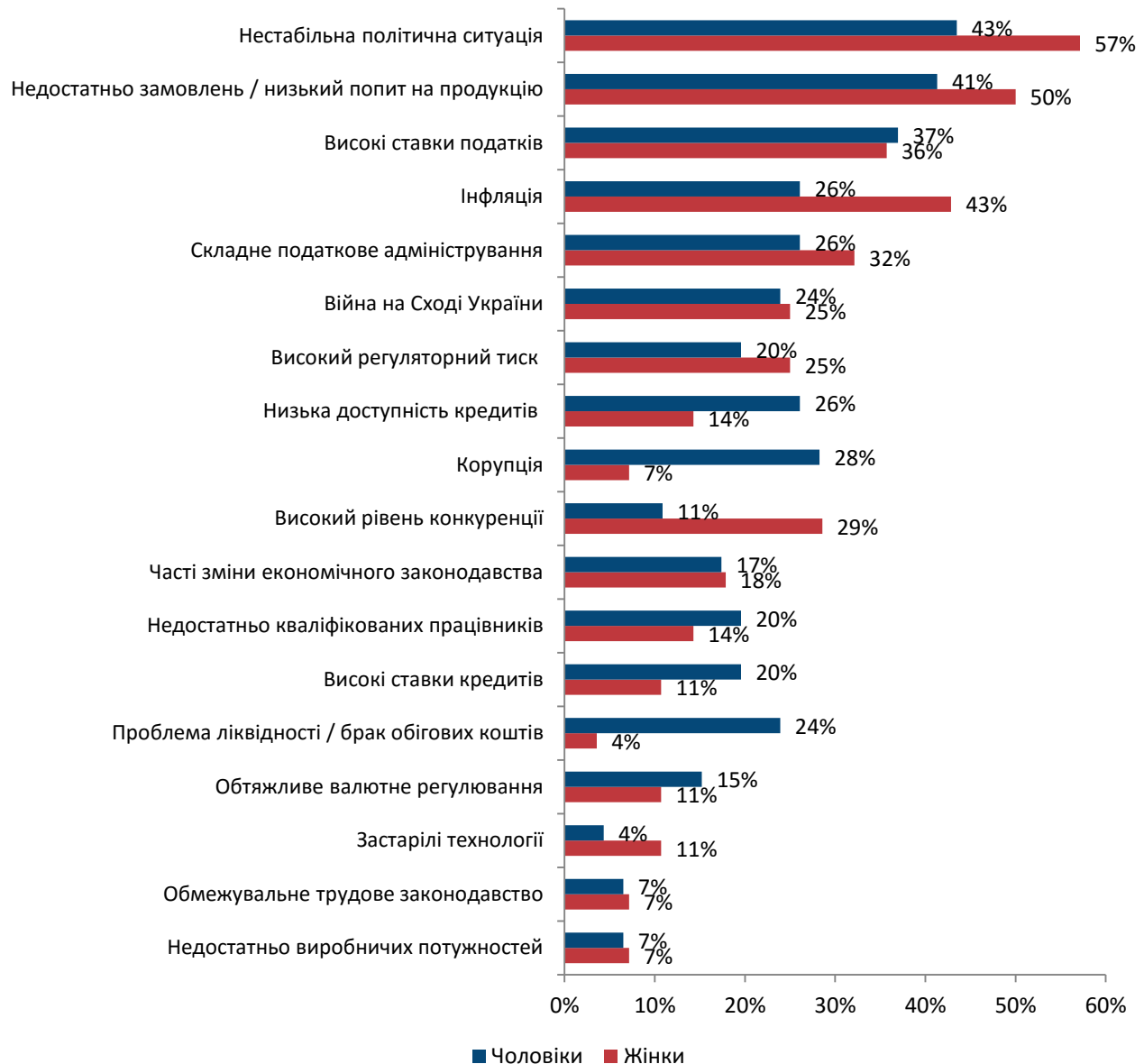


Перешкоди для розвитку бізнесу з точки зору жінок

Оцінюючи фактори, що обмежують зростання їхнього бізнесу, опитані представниці МСП Тернопільської області найчастіше відносять до цих факторів нестабільну політичну ситуацію (57%), низький попит (50%) та інфляцію (43%). При цьому частки жінок, що вказують на ці перешкоди, більші за частки чоловіків.

Також опитані жінки у Тернопільській області більше від чоловіків зустрічаються із такою проблемою, як високий рівень конкуренції, тоді як про проблеми із корупцією та низькою доступністю кредитів частіше повідомляють чоловіки.

Рис. 116. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Тернопільської області, % опитаних



Очікувані заходи державної підтримки бізнесу

Опитані жінки та чоловіки Тернопільської області однаково сильно підтримують ідею спрощення податкового адміністрування. 87% чоловіків та 86% жінок вважають це важливим кроком державної підтримки для бізнесу.

Однак жінки значно більше за чоловіків цікавляться створенням єдиного інформаційного ресурсу, де можна було б знайти інформацію про ведення бізнесу, зміни законодавства тощо. Це назвали важливим інструментом підтримки бізнесу 76% жінок і 54% чоловіків Тернопільщини. Натомість чоловіки частіше, ніж жінки, висловлювали зацікавлення у дерегуляції: цього кроку очікують від держави 76% чоловіків і 59% жінок, які представляють малий та середній бізнес Тернопільської області.

Рис. 117. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Тернопільської області, % опитаних



11. Мале та середнє підприємництво у пілотних регіонах Програми USAID «Лідерство в економічному врядуванні (ЛЕВ)». Херсонська область

11.1 Резюме

- У Херсонській області більшість опитаних МСП становлять мікропідприємства із чисельністю працівників до 10 осіб – так само, як і у загальній вибірці у всій Україні.
- Більшість опитаних МСП Херсонщини працює у сфері послуг, а частка МСП, зайнятих у сільському господарстві, вдвічі перевищує частку сільськогосподарських МСП у країні в середньому.
- Практично половина бізнесу Херсонщини оцінили ділове середовище негативно, песимістичних очікувань щодо його змін більше, ніж оптимістичних.
- У короткостроковій перспективі (6 місяців) МСП Херсонської області очікують погіршення ділової активності, але у середньостроковій перспективі (2 роки) очікується її значне поживлення.
- Основні перешкоди для МСП Херсонської області – нестабільна політична ситуація та інфляція.
- Опитані жінки, які представляють МСП області, називають найвагомішими перешкодами для бізнесу нестабільну політичну ситуацію, низький попит та інфляцію.
- Опитані МСП області працюють переважно на місцевому та регіональному ринках.
- Більшість МСП Херсонської області вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу, але лише одне із чотирьох МСП назвало назвати конкретні державні органи, які створюють перешкоди для їхнього бізнесу. Це переважно податкові органи та вищі органи влади.
- Найбільш очікувані заходи державної підтримки бізнесу серед МСП Херсонської області – це спрощення податкового адміністрування, створення ресурсу з інформацією про правила та умови ведення бізнесу та реформа податкової служби.
- Жінки-представниці МСП частіше за чоловіків підтримують такий крок державної підтримки бізнесу, як переведення адміністративних послуг в електронний формат, але рідше за чоловіків повідомляють про необхідність державних гарантій за кредитами.

11.2 Інформація про опитані підприємства

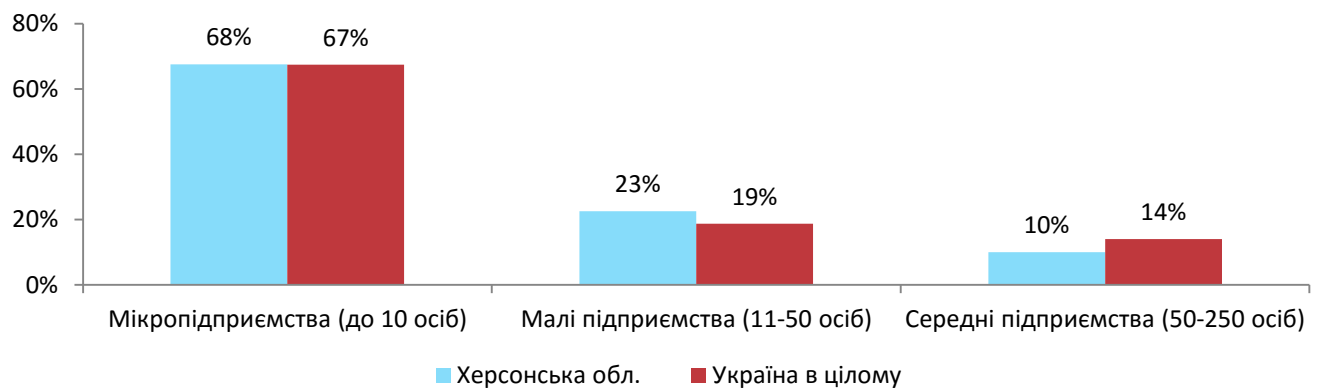
Розмір та організаційна форма підприємств

Серед 1827 малих та середніх підприємств⁵⁷, яких було опитано в рамках дослідження «Щорічна оцінка ділового клімату» (ABCA) у 2015 році, 80 МСП припадає на Херсонську область. 70% з них складають підприємства, які є юридичними особами, а решта 30% – це фізичні особи-підприємці. Цей розподіл приблизно відповідає часткам юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців в цілому у загальній вибірці: серед опитаних МСП України ФОПи становлять 27,5%, а юридичні особи – 72,5%.

⁵⁷ Опитування проводилося на всій території України крім тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, м. Севастополя та частини зони проведення антитерористичної операції. Для шести пілотних областей Програми USAID ЛЕВ – Вінницької, Дніпропетровської, Львівської, Одеської, Тернопільської та Херсонської – була передбачена підвищена квота респондентів у вибірці.

За розміром опитані МСП Херсонської області розподіляються подібно до МСП у загальній вибірці. Як і в цілому в Україні, дві третини МСП Херсонщини – це мікропідприємства, тобто такі МСП, на яких зайняті до 10 осіб. 23% МСП області відносяться до малих підприємств (на яких зайнято від 11 до 50 осіб), а 10% – до середніх (із чисельністю працівників від 51 до 250 осіб). Для порівняння, у загальній вибірці опитування мікропідприємства складають 67%, малі підприємства – 19%, а середні – 14%.

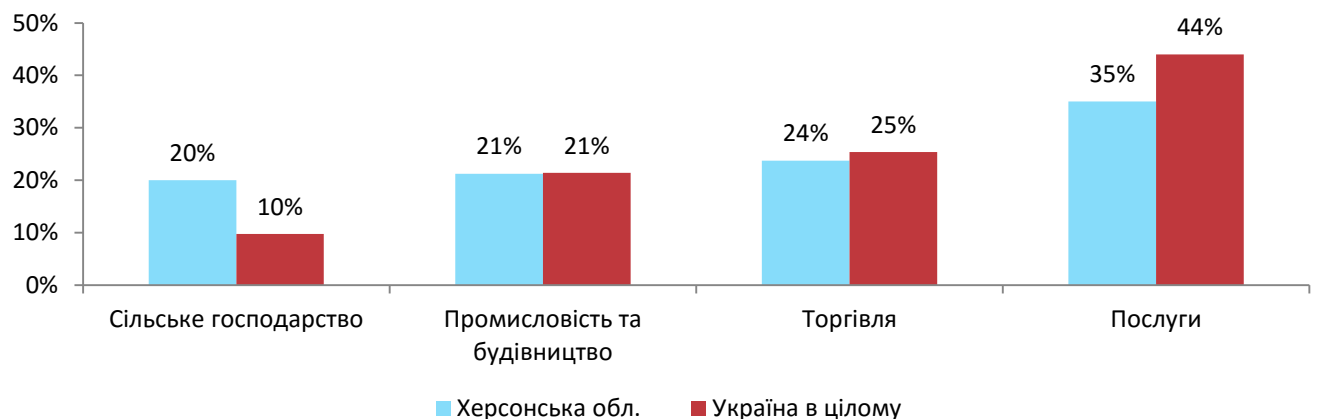
Рис. 118. Розподіл опитаних підприємств Херсонської області і України в цілому за розміром, % опитаних



Сфери діяльності підприємств

Найбільша частка опитаних МСП Херсонської області (35%) працюють у сфері послуг. Однак порівняно із загальною вибіркою в Україні ця частка менша: в цілому на сферу послуг припадає 44% опитаних МСП. 24% МСП Херсонщини працюють у секторі торгівлі, а 21% зайняті у сфері промисловості та будівництва. Ці частки близькі до середніх в Україні: у загальній вибірці 21% опитаних займаються промисловістю та будівництвом, а 25% – торгівлею. Частка МСП Херсонської області, які зайняті у сфері сільського господарства, (20%) вдвічі перевищує частку сільськогосподарських МСП в цілому в Україні.

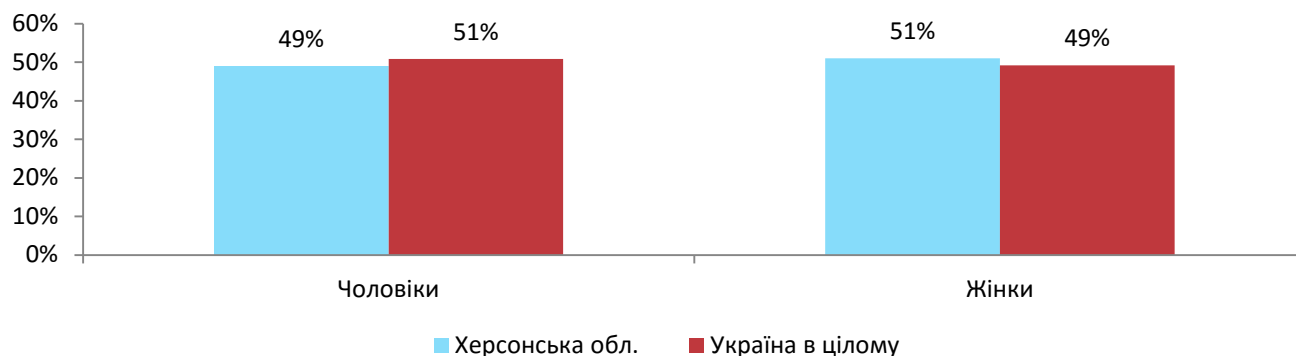
Рис. 119. Розподіл опитаних підприємств Херсонської області і України в цілому за сектором діяльності, % опитаних



Гендерний та віковий розподіл опитаних

Частка чоловіків серед респондентів у Херсонській області становить 49%, а жінок – 51%. Цей розподіл практично відповідає загальному розподілу респондентів у всій вибірці: 51% опитаних в загальному становлять чоловіки, а 49% – жінки. Середній вік респондентів Херсонської області – 45 років. Середній вік респондентів в Україні в цілому такий же.

Рис. 120. Гендерний розподіл респондентів, % опитаних

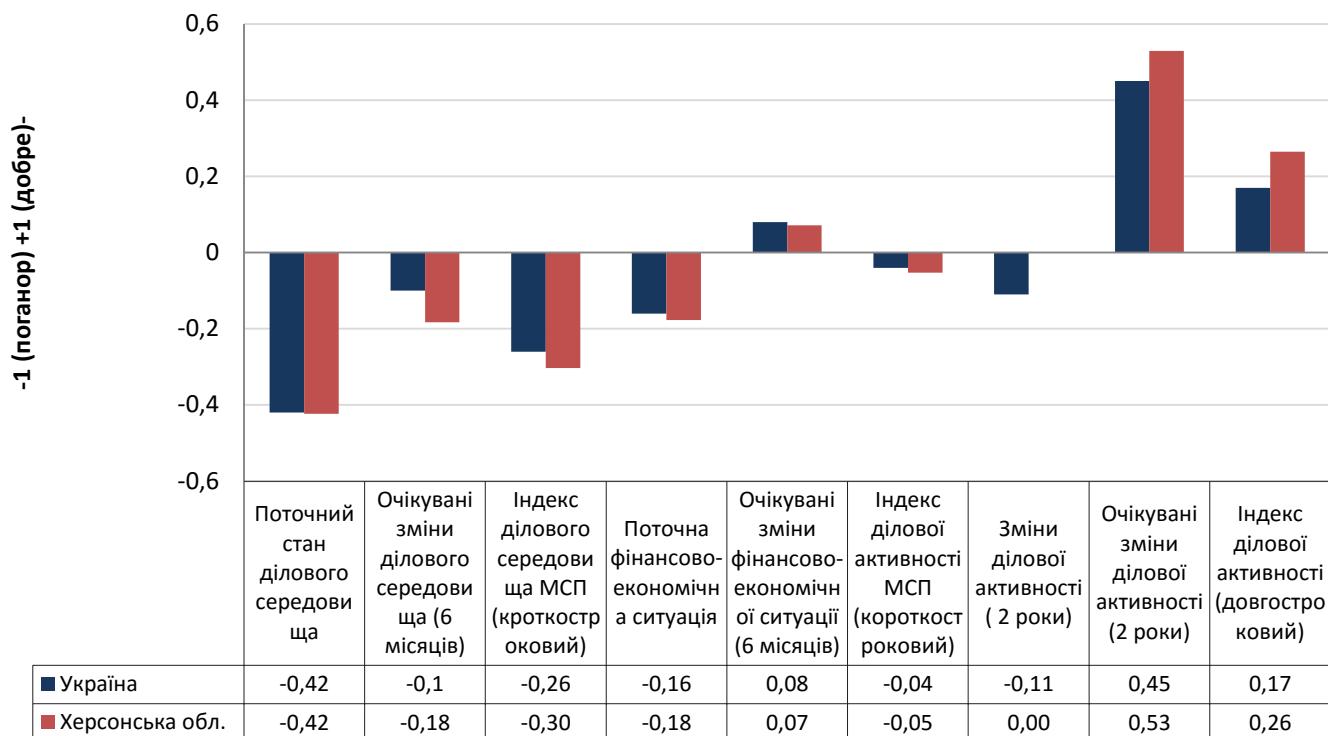


11.3 Індекси ділового середовища та ділової активності

Ділове середовище

Підприємці Херсонської області оцінюють поточне ділове середовище задовільно або негативно, а їхні очікування щодо його змін на наступних півроку гірші, ніж в середньому у всій країні. Їхні оцінки фінансово-економічної ситуації на підприємстві збігаються із оцінками всіх опитаних МСП у вибірці в цілому.

Рис. 121. Індекси: ділове середовище та активність



Майже половина опитаних МСП у Херсонській області (49%) оцінили поточне ділове середовище негативно. Майже стільки ж (45%) опитаних МСП вважають ділове середовище задовільним, і тільки 6% – позитивним. Цей розподіл майже точно відображає загальну ситуацію в країні: серед усіх МСП, опитаних у цьому дослідженні, 48% назвали ділове середовище негативним, 45% – задовільним і 6% – позитивним. Відповідно, *індекс оцінки ділового середовища*⁵⁸ для МСП Херсонської області становить -0,42. Його значення дорівнює значенню відповідного індексу в Україні в цілому.

Підприємці Херсонщини не мають оптимістичних очікувань щодо зміни ділового середовища у короткостроковому плані (протягом найближчих шести місяців). Частка опитаних МСП Херсонщини, які вважають, що ділове середовище погіршиться за цей час (42%), майже вдвічі перевищує частку тих, які очікують, що воно покращиться, (24%). Решта 34% не очікують змін ділового середовища протягом наступних шести місяців. Відповідно, *індекс очікуваних змін ділового середовища* для МСП Херсонської області становить -0,18. Його значення менше, ніж значення цього індексу в загальному в Україні: -0,1. Серед МСП у всій вибірці частка респондентів, що очікують погіршення ділового середовища протягом найближчих шести місяців, (39%), перевищує частку тих, що очікують його покращення, (29%). 33% усіх опитаних МСП вважають, що ділове середовище за цей час не зміниться.

Ділова активність (піврічна перспектива)

Більшість опитаних представників МСП Херсонської області оцінили фінансово-економічну ситуацію на своєму підприємстві як задовільну. Кожне четверте МСП області (25%) оцінило її негативно, і лише 8% дали позитивні оцінки поточній фінансово-економічній ситуації. Через це *індекс оцінки власної фінансово-економічної ситуації* МСП Херсонської області становить -0,18. Він знаходиться на рівні відповідного індексу для усіх опитаних МСП у вибірці: -0,16. Частка МСП в цілому у країні, які оцінюють свою фінансово-економічну ситуацію позитивно, дещо вища, ніж у Херсонській області: вона становить 14%. Але й частка негативних оцінок в цілому більша: 30%. 56% усіх МСП назвали фінансово-економічну ситуацію задовільною.

В очікуваннях щодо змін фінансово-економічної ситуації протягом наступних шести місяців у Херсонській області переважає частка оптимістів: 39% МСП області вважають, що фінансово-економічна ситуація на їхньому підприємстві покращиться. Приблизно однакові частки МСП Херсонщини вважають, що вона погіршиться (31%) та не очікують її змін протягом наступних півроку (30%). В результаті, *індекс очікуваних змін фінансово-економічної ситуації* у Херсонській області дорівнює 0,07 – тобто він практично збігається із відповідним індексом в цілому в Україні (0,08). Серед МСП у загальній вибірці 35% опитаних очікували покращення фінансово-економічної ситуації, 27% очікували її погіршення, а 38% не очікували змін.

Ділова активність (дворічна перспектива)

Крім оцінок ділового клімату та фінансово-економічної ситуації і прогнозів щодо їх змін у піврічній перспективі, опитані МСП також повідомляли про зміни у їхній діловій активності протягом минулих двох років та про те, які плани щодо обсягу діяльності підприємств вони мають на найближчі два роки. Зміни ділової активності вимірювалися запитанням про те, чи малі та середні підприємства збільшували обсяги виробництва або надання послуг протягом останніх двох років, а плани щодо змін ділової активності –

⁵⁸ Індекс визначається як різниця між позитивними та негативними оцінками та очікуваннями, де позитивні оцінки та очікування відповідають значенню «1», а негативні – «-1». Відповідно, максимальне значення індексу дорівнює 1, мінімальне – -1.

запитанням про те, чи вони планують розширювати свою діяльність протягом найближчих двох років. Інформація про минулі та заплановані зміни в обсягах ділової активності допомагає описати наявні тенденції та зробити припущення щодо поведінки МСП на ринку у середньостроковій перспективі (протягом двох років).

Динаміка ділової активності МСП Херсонської області за останні два роки була дещо кращою, ніж в цілому в Україні. Тоді як у загальній вибірці відсоток опитаних МСП, які скоротили обсяги ділової активності за два попередні роки, (40,5%) більший за частку тих, які їх збільшили, (29,%), у Херсонській області ці частки ідентичні. 34% МСП Херсонщини збільшили ділову активність за цей час і стільки ж МСП її зменшили. Решта 32% повідомили, що їхня ділова активність не змінилася за останні два роки. У загальній вибірці частка останніх становить 30%. У результаті цього *індекс змін ділової активності* у Херсонській області знаходиться на рівні нуля, що вище, ніж відповідний індекс за вибіркою в цілому (-0,11).

При цьому бізнес області очікує поживлення ділової активності у дворічній перспективі. Більше половини опитаних МСП Херсонщини (57%) планують розширити свою діяльність протягом найближчих двох років. У загальній вибірці розширення планують 52% респондентів. 38% МСП Херсонщини (39% в цілому в Україні) не планують змінювати обсягів ділової активності за цей час. А 4% МСП області повідомили про те, що планують зменшити обсяги діяльності. У загальній вибірці ця частка становить 8%. Відповідний *індекс очікуваних змін ділової активності* у Херсонській області дорівнює 0,53, що перевищує значення цього індексу в Україні в цілому (0,45).

Перешкоди для розширення діяльності

Рис. 122. Причини, через які респонденти не планують розширювати діяльність свого підприємства протягом найближчих двох років, % опитаних

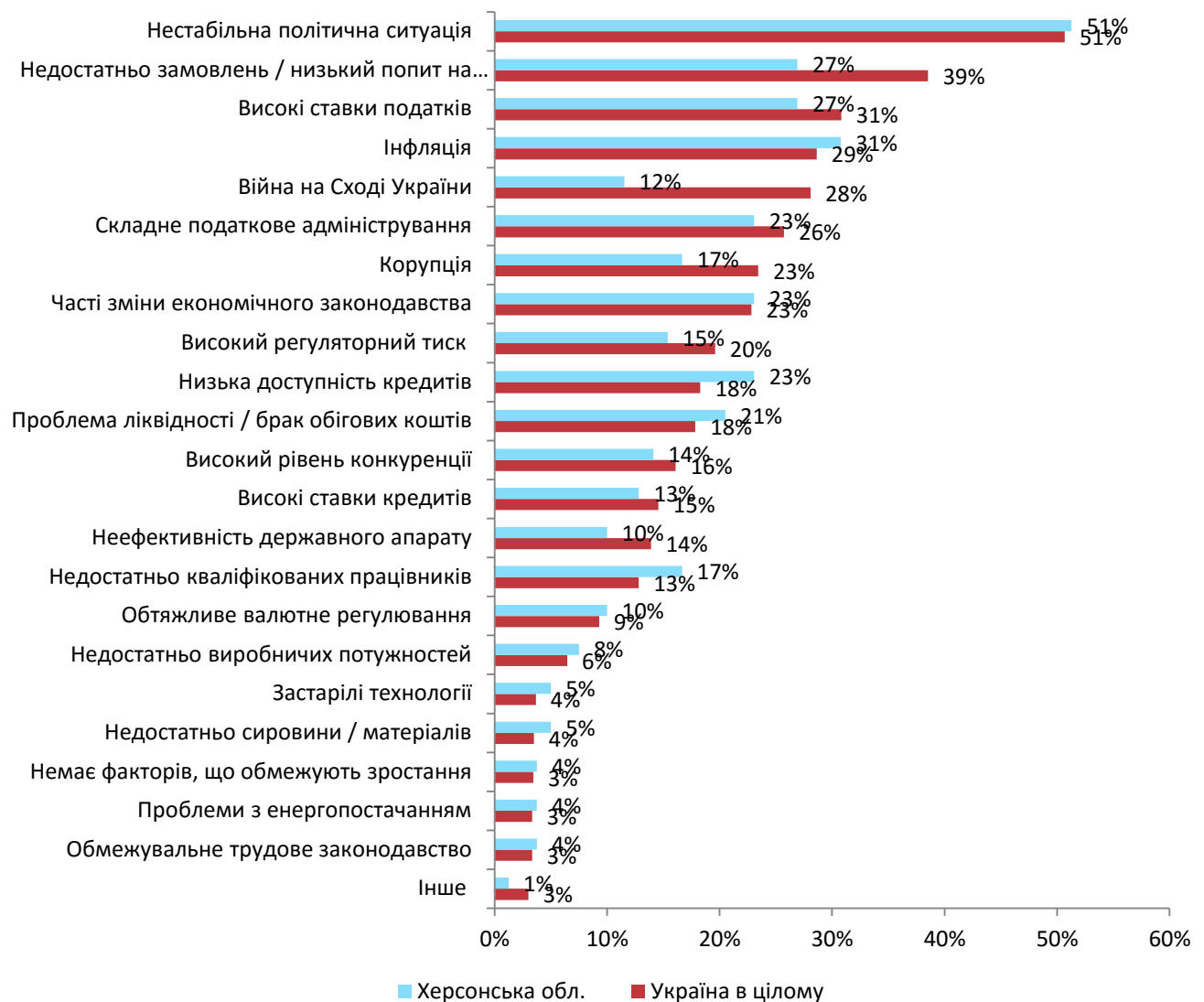


Представники малого та середнього бізнесу Херсонської області, які повідомили, що не планують розширювати свою діяльність протягом наступних двох років, переважно пояснюють це негативною економічною ситуацією в країні. Цю причину назвали 59% МСП Херсонщини, які не планують збільшувати обсяги діяльності протягом наступних двох років. Серед інших найбільш поширених причин, через які МСП відкладають свій розвиток, – брак фінансів (цю проблему назвали 31% МСП) та складна загальна податкова система (24%). Частки опитаних МСП Херсонщини, які повідомили про ці перешкоди, збігаються із відповідними частками в середньому в Україні.

17% МСП пояснили відсутність планів щодо розширення бізнесу браком ринку на свої товари і послуги і така ж частка назвала як причину високі ставки кредитів. При цьому частка останніх дещо перевищує відповідний відсоток МСП в загальному у вибірці. В цілому 13% опитаних МСП вказали на дорогі кредити як на причину того, чому вони не планують розширювати обсяги діяльності.

11.4 Перешкоди для зростання бізнесу

Рис. 123. Фактори, які обмежують зростання бізнесу Херсонської області, % опитаних



Говорячи про перешкоди для розвитку свого бізнесу, половина опитаних представників МСП Херсонської області (51%) називає такою причиною нестабільну політичну ситуацію в країні. Це відповідає загальному показнику в Україні в цілому: 51% усіх опитаних МСП повідомили, що політична нестабільність становить перешкоду для розвитку їхнього бізнесу. 31% МСП Херсонщини віднесли до перешкод інфляцію, що також близько за значенням до відсотку МСП в країні в цілому, які зазначили цю перешкоду, (29%).

Приблизно кожне четверте підприємство області повідомляє про такі перешкоди, як низький попит (27%), високі ставки податків (27%), складне податкове адміністрування (23%), часті зміни економічного законодавства (23%) та низька доступність кредитів (23%). При цьому частки МСП Херсонщини, які повідомляють про проблеми низького попиту та високих податків, менші, ніж в цілому у вибірці. Всього в Україні 39% МСП повідомляють про таку перешкоду, як низький попит, а 31% – про високі ставки податків.

Інші важливі перешкоди для МСП Херсонської області – це корупція (17%), брак кваліфікованих працівників (17%), високий регуляторний тиск (15%), високий рівень конкуренції (14%) та високі ставки кредитів (13%). На відміну від респондентів в цілому в Україні, 28% яких назвали війну на Сході України перешкодою для бізнесу, у Херсонській області це назвали перешкодою менше опитаних: 12%.

Рис. 124. Фактори, які обмежують зростання бізнесу підприємств Херсонської області та України в цілому (за результатами факторного аналізу), % опитаних



За допомогою факторного аналізу ці та інші перешкоди, зазначені учасниками опитування, було об'єднано у фактори, які поєднують кілька окремих перешкод. Як і в цілому в Україні, для більш ніж половини МСП Херсонської області (56%) перешкодою є війна та нестабільна політична ситуація. Половина опитаних МСП області (50%) повідомили про проблеми, спричинені податками та змінами законодавства (в цілому в Україні про цю перешкоду повідомляє практично така ж частка опитаних: 54%).

Наступними важливими факторами за ступенем негативного впливу на бізнес Херсонщини є обмежений доступ до коштів (ця проблема торкається 40% МСП області), валютне регулювання та інфляція (38%) та проблеми, пов'язані з ринком (36%). При цьому МСП Херсонської області не настільки часто повідомляють про проблеми, пов'язані з ринком, як опитані МСП в цілому у країні (майже половина респондентів у загальній вибірці (48%) повідомили про ці проблеми).

Для 28% МСП Херсонської області актуальною є проблема браку кваліфікованих працівників та виробничих потужностей. Цей дефіцит відчувається в області більше, ніж в середньому в Україні (у загальній вибірці на цю проблему вказали 20% опитаних). 27% МСП області повідомляють про таку проблему, як корупція та регуляторний тиск, однак ця частка в області менша, ніж в цілому в Україні (36%). 14% МСП Херсонщини повідомляють про таку перешкоду, як неефективність державного апарату.

11.5 Характеристики МСП Херсонської області

Ринки діяльності підприємств

Рис. 125. Причини, через які підприємства не планують виходити на нові ринки, % опитаних



Опитані малі та середні підприємства та фізичні особи-підприємці Херсонської області переважно працюють на місцевому ринку (47,5%) і майже стільки ж бізнесу області працює на регіональному ринку (42,5%). 21% МСП області представлені на ринку всієї країни. 14% МСП області працюють на ринках сусідніх областей, а на ринку ЄС представлені менше, ніж 4% МСП області⁵⁹. Більш, ніж половина МСП Херсонської області (56%) повідомили, що не планують виходити на нові ринки протягом наступних трьох років. Решта опитаного малого та середнього бізнесу області найчастіше планують вийти на всеукраїнський ринок (13%) та на ринок своєї області (12%).

Як і для опитаних МСП в Україні в цілому, для МСП Херсонської області, які не планують вихід на нові ринки, основною причиною, яка перешкоджає цьому, є несприятлива економічна ситуація в країні. Цю перешкоду зазначили 40% МСП області. 21% МСП області відкладають розширення на нові ринки через брак фінансів. Це дещо менша частка, ніж в цілому у вибірці (30%). 17% МСП Херсонщини назвали причиною відсутності таких планів брак виробничих потужностей. Вплив цієї перешкоди серед МСП області дещо більший, ніж в Україні в цілому, де 12% МСП назвали це причиною відсутності планів щодо виходу на нові ринки.

Зміна кількості працівників

За попередні два роки 53% опитаних малих та середніх підприємств у Херсонській області скоротили кількість працівників, а 21% збільшили їх кількість. У решти 26% МСП кількість працівників не змінилася.

11.6 Оцінка ролі держави та очікувані заходи державної підтримки

Сприйняття ролі держави для бізнесу

Респондентам, які брали участь в опитуванні, було запропоновано обрати один із трьох варіантів, що описують відносини між бізнесом та державою: держава як партнер бізнесу, держава як ворог бізнесу та держава як перешкода або обмеження для бізнесу. Більшість опитаних МСП Херсонської області (60%) назвали державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. Це дещо більше, ніж відповідна частка у загальній вибірці: в цілому в Україні 56% опитаних вважають державу перешкодою або обмеженням для бізнесу. 28% МСП у Херсонській області вважають, що держава є ворогом бізнесу. Це відповідає частці в загальному в опитуванні (30%). 12% МСП області вважають державу партнером бізнесу. У загальній вибірці ця частка майже така ж – 14%.

Перешкоди для бізнесу з боку державних органів

Разом з цим, більшість опитаних МСП Херсонської області не назвали конкретних державних органів, які створюють їм перешкоди при веденні бізнесу. 76% опитаних МСП області повідомили, що державні органи не створюють перешкод для їхнього бізнесу. Серед решти представників малого та середнього бізнесу області найчастіше повідомляли про перешкоди з боку податкових органів (5% усіх МСП області) та вищих органів влади, тобто Верховної Ради, Кабінету Міністрів, Президента (4%).

⁵⁹ Сума відсотків відповідей на це запитання перевищує 100%, оскільки респонденти могли обрати більше, ніж один варіант відповіді.

Очікувані заходи державної підтримки

Серед заходів з боку держави, які, на їхню думку, є найважливішими для розвитку бізнесу, підприємці Херсонської області найчастіше називають спрощення податкового адміністрування. 78% МСП області вважають це важливим кроком для розвитку бізнесу. Майже такі ж частки опитаних МСП області (74% та 73%) назвали бажаними заходами, відповідно, створення єдиного інформаційного ресурсу, на якому можна знайти інформацію про правила та умови ведення бізнесу, зміни законодавства, та інші аспекти ведення бізнесу, та реформу податкової служби для того, щоб вона виконувала сервісні функції для підприємців. 70% МСП Херсонщини підтримують дерегуляцію, тобто зменшення кількості документів, необхідних для ведення підприємницької діяльності.

Рис. 126. Інструменти державної підтримки, які є найважливішими для розвитку бізнесу, на думку респондентів, % опитаних



60% МСП Херсонської області очікують від держави переведення адміністративних послуг в електронний формат, а 55% – надання державних гарантів за кредитами або їх частиною. Частка підприємців, які висловлюються за державні гарантії за кредитами, більша у Херсонській області, ніж в середньому в Україні (40%). Інші важливі заходи із державної підтримки для бізнесу на думку МСП області, це спрощення доступу до державних закупівель для малих підприємств (36%), компенсація державою відсотків за кредитами (35%) та залучення бізнесу до державно-приватного партнерства (35%).

Довіра

Рис. 127. Інституції, до яких респонденти звернулися б по допомогу при вирішенні питань, що стосуються ведення бізнесу, % опитаних



Запитання про те, до яких із перелічених інституцій (державних органів, приватного сектору, громадських організацій, тіньових структур) підприємці звернулися б по допомогу для вирішення питань, пов'язаних із веденням бізнесу, дозволяє виявити, яким інституціям найбільше довіряють підприємці. Представники МСП Херсонської області висловили найбільшу довіру приватному сектору, тобто таким же представникам бізнесу, як і вони самі: юристам, адвокатам та бізнес-консультантам. 83% респондентів регіону повідомили, що звернулися б до них по допомогу щодо питань, пов'язаних з бізнесом.

58% МСП Херсонської області повідомили, що звернулися б до органів місцевого самоврядування, а 57% – до судової влади. 44% МСП області зазначили, що звернулися б до бізнес-асоціацій. Це менша частка, ніж в середньому в Україні. Серед усіх МСП загальної вибірки частка тих, які довіряють бізнес-асоціаціям, становить 54%. Приблизно кожне третє МСП Херсонської області звернулося б із питаннями, пов'язаними з бізнесом, до міжнародних організацій (33%), до Парламенту (31%) та до Кабінету Міністрів (30%).

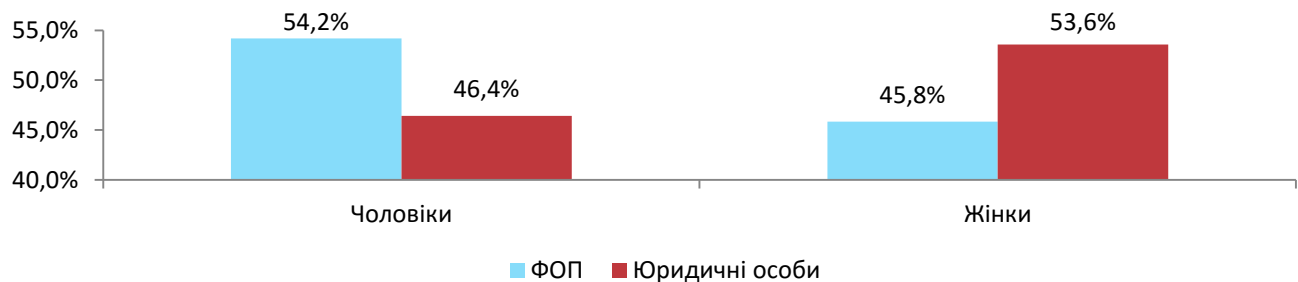
Парламенту у Херсонській області довіряють більше порівняно із Україною в загальному: 22% МСП довіряють Парламенту в середньому у вибірці.

11.7 Жіноче підприємництво Херсонської області

Характеристики жіночого підприємництва області

Жінки складають 51% опитаних представників МСП у Херсонській області. Жінки практично однаково представлені серед фізичних осіб-підприємців області (вони складають 46% від ФОП) та юридичних осіб (54%). Опитані жінки у Херсонській області найбільше представлені у сфері промисловості та будівництва (65% опитаних у цьому секторі – жінки). У сфері послуг Херсонської області жінки склали 57%, у сфері торгівлі – 74%, а у секторі сільського господарства – 31% опитаних.

Рис. 128. Чоловіки та жінки серед опитаних фізичних осіб-підприємців та юридичних осіб Херсонської області, % опитаних



Перешкоди для розвитку бізнесу з точки зору жінок

На думку опитаних жінок у Херсонській області, основною перешкодою, що стримують розвиток бізнесу, є нестабільна політична ситуація (про цю перешкоду повідомили 51% опитаних жінок-представниць МСП). Також поширеними перешкодами, з точки зору опитаних жінок, є низький попит (про нього повідомили 28% жінок), інфляція (33%), високі ставки податків (28%) та часті зміни економічного законодавства (28%).

При цьому жінки у Херсонській області повідомляють про такі перешкоди як низький попит (він становить перешкоду з точки зору 18% чоловіків) та часті зміни економічного законодавства (про цю перешкоду також повідомляє 18% чоловіків). Але з іншого боку, жінки рідше вказують на такі бар'єри для бізнесу, як низька доступність кредитів (18% жінок порівняно із 28% чоловіків) та корупція (10% жінок порівняно із 23% чоловіків).

Рис. 129. Перешкоди для розвитку бізнесу за ґендером респондентів Херсонської області, % опитаних



Очікувані заходи державної підтримки бізнесу

Серед заходів державної політики із підтримки бізнес найбільш очікуваними для жінок-представниць МСП області є такі кроки: спрощення податкового адміністрування (його підтримують 76% опитаних жінок у Херсонській області), створення єдиного інформаційного ресурсу, де можна було б знайти інформацію про ведення бізнесу, зміни законодавства тощо (цього очікує також 76% жінок) та перетворення податкової служби на державний орган із сервісними функціями (про це також повідомили 76% жінок).

Рис. 130. Очікувані заходи державної підтримки за ґендером респондентів Херсонської області, % опитаних



Також, на думку опитаних жінок Херсонської області, важливими заходами державної підтримки будуть дерегуляція, тобто зменшення кількості документів, необхідних для ведення бізнесу, (цього очікує 66% жінок) та переведення адміністративних послуг в електронний формат (цей крок підтримує також 66% жінок).