

ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ МЕНЕДЖМЕНТУ І
ПІДПРИЄМНИЦТВА
КАФЕДРА ПІДПРИЄМНИЦТВА ТОРГІВЛІ ТА БІРЖОВОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему: «РОЗВИТОК БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ:
ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ»

на здобуття освітнього ступеня бакалавра
зі спеціальності **076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність**
освітньо-професійної програми **Підприємництво, торгівля та біржова
діяльність**

*Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень.
Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають
посилання
на відповідне джерело*

(підпис)

Валентин БАБИЧ

Виконав: здобувач вищої освіти гр.
Валентин БАБИЧ

Керівник: к.е.н., доцент
Валентина ПИЛЬНОВА

Рецензент: д.е.н., професор
Альона ГОЛОБОРОДЬКО

Київ 2024

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ**

Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва

Кафедра Підприємництва, торгівлі та біржової діяльності

Ступінь вищої освіти бакалавр

Спеціальність 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

Освітньо-професійна програма Підприємництво, торгівля та біржова діяльність

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри підприємництва,
торгівлі та біржової діяльності

_____ Оксана ЗГУРСЬКА

« ____ » _____ 2024 р.

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ**

БАБИЧ Валентин Валентинович

1. Тема кваліфікаційної роботи: Розвиток бізнес-екосистем у підприємстві: виклики та можливості

керівник кваліфікаційної роботи: Валентина ПИЛЬНОВА, к.е.н., доцент

затверджені наказом Державного університету інформаційно-комунікаційних технологій від «27» лютого 2024 р. № 36

2. Строк подання кваліфікаційної роботи «05» червня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи: законодавчі та нормативні акти України; наукові праці вітчизняних та зарубіжних авторів; офіційні дані Державної служби статистики України, Міністерства фінансів України; результати опитування та власних спостережень.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити)

1. Розділ 1. Теоретичні засади розвитку бізнес-екосистем у підприємстві

2. Розділ 2. Сучасний стан розвитку підприємництва в Україні порівняно зі світовими тенденціями.

3. Розділ 3. Перспективні напрями державного регулювання розвитку підприємницьких екосистем в Україні.

5. Перелік ілюстративного матеріалу: *презентація*

6. Дата видачі завдання «24» лютого 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

| № з/п | Назва етапів кваліфікаційної роботи | Строк виконання етапів роботи | Примітка |
|-------|--|-------------------------------|----------|
| 1 | Складання плану кваліфікаційної бакалаврської роботи. Вивчення літератури, підбір наукових та навчальних матеріалів. | 28.02.2024 | Виконано |
| 2 | Підготовка вступу і першого розділу | 13.03.2024 | Виконано |
| 3 | Підготовка другого розділу | 13.04.2024 | Виконано |
| 4 | Підготовка третього розділу | 03.05.2024 | Виконано |
| 5 | Підготовка висновків та пропозицій | 05.05.2024 | Виконано |
| 6 | Систематизація використаних під час дослідження джерел | 23.05.2024 | Виконано |
| 7 | Подання роботи для перевірки на академічний плагіат | 24.05.2024 | Виконано |
| 8 | Оформлення та представлення роботи на кафедрі | 30.05.2024 | Виконано |
| 9 | Написання відзиву науковим керівником | 31.05.2024 | Виконано |
| 10 | Зовнішнє рецензування | 03.06.2024 | Виконано |
| 11 | Підготовка доповіді, презентації та ілюстративного матеріалу | 04.06.2024 | Виконано |
| 12 | Попередній захист | 05.06.2024 | Виконано |
| 13 | Захист кваліфікаційної роботи бакалавра | 18.06.2024 | Виконано |

Здобувач вищої освіти

(підпис)

Валентин БАБИЧ

Керівник
кваліфікаційної роботи

(підпис)

Валентина ПИЛЬНОВА

РЕФЕРАТ

Текстова частина кваліфікаційної роботи на здобуття освітнього ступеня бакалавра: 133 сторінки, 33 таблиці, 25 рисунків, 83 використаних джерела.

Мета дослідження – розробка теоретико-методологічних засад та практичних рекомендацій щодо державного регулювання інституціональним розвитком підприємницьких екосистем в Україні задля прискорення зростання економіки та підвищення добробуту громадян у вигляді Концепції удосконалення державного регулювання інституціональним розвитком підприємницьких екосистем в Україні.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку бізнес-екосистем у підприємстві.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та концептуальні засади державного регулювання розвитку підприємницьких екосистем в Україні.

Короткий зміст роботи:

Запропоновано власну методику оцінювання підприємницьких екосистем, яка передбачає всебічне оцінювання підприємницьких екосистем на основі збору статистичної інформації, проведення опитування стейкхолдерів, тобто підприємців, представників громадськості, навчальних закладів, міжнародних організацій тощо. Запропонована методика дає змогу оцінити підприємницькі екосистеми за компонентами та урахувати їх рівень – національний, галузевий або регіональний.

У дослідженні наведено пропозиції щодо методики розробки шляхів посилення конкурентоспроможності галузей підприємництва в різних регіонах України. Результати дослідження дали змогу обґрунтувати перспективні напрями державного регулювання інституціоналізації розвитку підприємницьких екосистем в Україні, що передбачають створення інституціональної структури, стратегії та плану дій.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: підприємництво, управління бізнесом, екосистема, розвиток екосистем, інституціоналізація розвитку.

ABSTRACT

The text part of the qualification work for obtaining the master's degree: 133 pages, 33 tables, 25 figures, 83 sources.

The purpose of the research is to develop theoretical and methodological principles and practical recommendations regarding state regulation of institutional development of business ecosystems in Ukraine in order to accelerate economic growth and increase the welfare of citizens in the form of the Concept of Improving State Regulation of Institutional Development of Business Ecosystems in Ukraine.

The object of research is the processes of development of business ecosystems in entrepreneurship.

The subject of the research is the theoretical, methodological and conceptual foundations of state regulation of the development of business ecosystems in Ukraine.

The short review of the research:

A proprietary methodology for assessing entrepreneurial ecosystems is proposed, which involves a comprehensive assessment of entrepreneurial ecosystems based on the collection of statistical information, conducting a survey of stakeholders, i.e. entrepreneurs, representatives of the public, educational institutions, international organizations, etc. The proposed methodology makes it possible to evaluate entrepreneurial ecosystems by components and take into account their level - national, branch or regional.

The study provides suggestions on methods of developing ways to increase the competitiveness of business sectors in different regions of Ukraine. The results of the study made it possible to justify the prospective directions of state regulation of the institutionalization of the development of entrepreneurial ecosystems in Ukraine, which involve the creation of an institutional structure, strategy and action plan.

KEY WORDS: rationing, rationing of labor, labor productivity, timing, increase of labor productivity, working time, loss of working time, elimination of loss of working time.

**ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ
Навчально-науковий інститут менеджменту і підприємництва**

**ПОДАННЯ
ГОЛОВІ ЕКЗАМЕНАЦІЙНОЇ КОМІСІЇ
ЩОДО ЗАХИСТУ КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ
на здобуття освітнього ступеня бакалавра**

Направляється здобувач Бабич В.В. до захисту кваліфікаційної роботи
(*прізвище та ініціали*)
за спеціальністю 076 Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(*код, найменування спеціальності*)
освітньо-професійної програми Підприємництво, торгівля та біржова діяльність
(*назва*)
на тему: «Розвиток бізнес-екосистем у підприємстві: виклики та можливості».

Кваліфікаційна робота і рецензія додаються.

Директор ННІ
(*підпис*)

Сергій Федюнін

Висновок керівника кваліфікаційної роботи

Здобувач Бабич В.В. виконала дослідження на високому рівні. Розкрив тематику дослідження, досягнув поставленої мети та надав ґрунтовні пропозиції щодо впровадження інноваційних технологій управління торговельним підприємством
Все це дозволяє оцінити виконану кваліфікаційну роботу здобувачки Бабич В.В. на позитивну оцінку та присвоїти їй кваліфікацію бакалавр з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.

Керівник кваліфікаційної роботи _____
(*підпис*)

Валентина ПИЛЬНОВА
(*Ім'я, ПРІЗВИЩЕ*)

« ____ » _____ 2024 року

Висновок кафедри про кваліфікаційну роботу

Кваліфікаційна робота розглянута. Здобувачка Бабич В.В. допускається до захисту даної роботи в Екзаменаційній комісії.

Завідувач кафедру _____
(*назва*)

Оксана ЗГУРСЬКА
(*Ім'я, ПРІЗВИЩЕ*)

ВІДГУК РЕЦЕНЗЕНТА

на кваліфікаційну бакалаврську роботу

здобувача вищої освіти Бабич Валентина Валентиновича

(прізвище, ім'я, по батькові)

на тему «Розвиток бізнес-екосистем у підприємництві: виклики та можливості».

Актуальність. Сучасні умови глобалізації, відкритості ринків, динамічного розвитку наукоємних галузей, штучного інтелекту, автоматизації, роботизації призводять до зниження потреби у робочій силі низці галузей та країн. Прогнози Світового банку свідчать, що до 2030 р. потрібно створити 600 мільйонів нових робочих місць для зайнятості зростаючої глобальної кількості робочої сили внаслідок автоматизації виробництва та збільшення кількості населення. Міжнародна спільнота визнає, що ефективно виконати це завдання може саме підприємство, яке робить свій розвиток та підтримку пріоритетом державної політики переважної більшості країн.

Позитивні сторони.

1. Наведено історичну періодизації розвитку підприємництва в Україні та виділено чотири послідовні етапи. Проаналізовано ефективність розвитку підприємства в Україні та співставлено основні показники діяльності підприємств із аналогічними показниками інших країн згідно методології ОЕСР.

2. Оцінено сучасний стан інституціоналізації розвитку підприємницьких екосистем в Україні, було виявлено існуючі межі розвитку екосистем, що представлені нормативною базою; низкою інституцій, в числі яких органи центральної влади, дорадчо-консультативні органи, державні фонди, незалежні організації та об'єднання підприємців; а також активною спільнотою донорів, тобто міжнародних організацій, фінансових установ, програм та проєктів урядів різних країн.

Недоліки.

1. При написанні роботи було б доцільно визначити та обґрунтувати перспективні напрями формування та розвитку бізнес-екосистем у національному підприємстві.

Відзначені зауваження не впливають на загальну позитивну оцінку кваліфікаційної бакалаврської роботи.

Висновок: *кваліфікаційна бакалаврська робота заслуговує на позитивну оцінку, а здобувач Бабич В.В. заслуговує присвоєння кваліфікації: бакалавр з підприємництва, торгівлі та біржової діяльності.*

Рецензент:
д.е.н., професор

_____ Альона ГОЛОБОРОДЬКО
підпис

ЗМІСТ

| | |
|---|-----------|
| ВСТУП..... | 9 |
| РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ..... | 12 |
| 1.1. Генезис та підходи до визначення категорій «підприємництво» та «бізнес» | |
| 1.2. Формування підприємницької екосистеми..... | 27 |
| 1.3. Світові практики державного регулювання розвитку підприємницьких екосистем..... | 50 |
| РОЗДІЛ 2. СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ ПОРІВНЯНО ЗІ СВІТОВИМИ ТЕНДЕНЦІЯМИ | |
| 2.1. Сучасний стан розвитку підприємництва в Україні порівняно зі світовими тенденціями..... | 83 |
| 2.2. Оцінювання підприємницьких екосистем в Україні..... | 106 |
| 2.3. Механізми розвитку підприємницьких екосистем..... | 121 |
| РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЕКОСИСТЕМ В УКРАЇНІ | |
| 3.1. Шляхи посилення конкурентоспроможності екосистем в різних регіонах України..... | 135 |
| ВИСНОВКИ..... | 149 |
| СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... | 160 |

ВСТУП

Актуальність теми дослідження. Сучасні умови глобалізації, відкритості ринків, динамічного розвитку наукоємних галузей, штучного інтелекту, автоматизації, роботизації призводять до зниження потреби у робочій силі низці галузей та країн. Прогнози Світового банку свідчать, що до 2030 р. потрібно створити 600 мільйонів нових робочих місць для зайнятості зростаючої глобальної кількості робочої сили внаслідок автоматизації виробництва та збільшення кількості населення. Міжнародна спільнота визнає, що ефективно виконати це завдання може саме підприємництво, яке робить свій розвиток та підтримку пріоритетом державної політики переважної більшості країн. Протягом останнього десятиріччя уряди багатьох країн, серед яких США, Німеччина, Швеція, Китай, Туреччина, Польща та ін., визнали важливість підприємницької екосистеми як середовища та стимулу зростання і підтримки підприємницької діяльності.

Підприємства у нашій країні виступають потужними роботодавцями, працевлаштовуючи 85% найманих працівників [3]. У 2014 р. Україна підписала Угоду про асоціацію з ЄС, що дало змогу розпочати більш активно впроваджувати міжнародний досвід розвитку підприємництва. А саме це вже зумовило значні позитивні зрушення в напрямку розвитку підприємництва в цілому: створено державні органи підтримки підприємництва, розроблено нормативно-правову базу, здійснюється активна консультаційна й експертна підтримка, полегшуються адміністративні процедури, створюються умови та інструменти для отримання доступного фінансування, представники підприємництва залучаються до державно-приватного діалогу, освітні та навчальні заклади дедалі частіше включають підприємство до переліку освітніх компонент.

Проте, незважаючи на позитивні зрушення, досі відсутня системна взаємодія та координація між різними сторонами, задіяними у розвитку підприємництва, питання комплексного інституціонального розвитку підприємницьких екосистем залишається невирішеним, органи центральної

влади дублюють функції один одного, має місце нерівномірність розвитку підприємництва у різних регіонах країни тощо. Заходи з боку держави є не достатніми для створення конкурентних переваг для підприємств у порівнянні з країнами ЄС.

Питаннями розвитку підприємництва займалися зарубіжні науковці різних періодів, зокрема І. Адізес, К. Бодо, Е. Долан, П. Друкер, Р. Кантільйон, Дж. М. Кейнс, Д. Ліндсей, Г. Мангольд, К. Маркс, Г. Саймон, П. Самуельсон, Ж.Б. Сей, А. Сміт, Е. Райнерт, Д. Рікардо, Ф. Хайєк, Р. Хізрич, Й. Шумпетер та інші. Питанням підприємницьких екосистем присвячені роботи таких зарубіжних вчених як З. Акс, Д. Айзенберг, П. Ауерсвальд, М. Беліцькі, Р. Браун, К. Брукс, Б. Коен, Е. Мак, К. Мейсон, Дж. Мур, Д. Одретч, Е. Стам, Б. Шпігель та інші.

Однак як в іноземній, так і вітчизняній науковій літературі, недостатньо уваги приділено питанням інституціонального розвитку підприємницьких екосистем та державного регулювання цим процесом. Підприємницькі екосистеми почали активно досліджувати українські та зарубіжні науковці протягом останніх дванадцяти років, тож питання побудови ефективних інституціональних структур, стратегій, взаємодії між учасниками підприємницьких екосистем, оцінювання їх ефективності залишаються не у повній мірі розкритими та потребують подальшої розробки.

Мета дослідження – розробка теоретико-методологічних засад та практичних рекомендацій щодо державного регулювання інституціональним розвитком підприємницьких екосистем в Україні задля прискорення зростання економіки та підвищення добробуту громадян у вигляді Концепції удосконалення державного регулювання інституціональним розвитком підприємницьких екосистем в Україні.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку бізнес-екосистем у підприємстві.

Предмет дослідження – теоретичні, методичні та концептуальні засади державного регулювання розвитку підприємницьких екосистем в Україні.

Методи дослідження. Для вирішення завдань і досягнення мети дослідження було використано як загальнонаукові, так і спеціальні методи дослідження, зокрема системний метод, методи аналізу, синтезу, абстрагування, узагальнення (для теоретичного обґрунтування місця підприємництва і бізнесу у сучасному суспільстві, формування теоретико-методологічних аспектів державного регулювання інституціонального розвитку підприємницьких екосистем, для визначення сутності підприємницьких екосистем, для систематизації методик оцінювання підприємницьких екосистем та узагальнення глобальних тенденцій підтримки підприємств на різних стадіях життєвого циклу, для розробки концептуальних підходів залучення стейкхолдерів до розвитку підприємницьких екосистем); метод системного аналізу (для виявлення особливостей державного регулювання інституціонального розвитку підприємницьких екосистем у міжнародному вимірі, для вивчення механізмів розвитку підприємницьких екосистем, для розробки рекомендацій щодо подальшого розвитку підприємницьких екосистем в Україні); історико-логічний метод (для здійснення історичної періодизації розвитку підприємницьких екосистем в Україні); методи структурного аналізу та порівнянь (для визначення ефективності розвитку підприємництва в Україні порівняно зі світовими тенденціями й оцінювання сучасного стану інституціоналізації розвитку підприємницьких екосистем в Україні); методи спостереження, опитування й експертних оцінок (для оцінювання підприємницьких екосистем в Україні, для ідентифікації шляхів посилення конкурентоспроможності галузей підприємництва в різних регіонах України, визначення місця об'єднань підприємців у інституціональному розвитку підприємницьких екосистем); графічно-аналітичний метод (для наочної ілюстрації досліджуваних соціально-економічних явищ і процесів); метод економіко-математичного моделювання з використанням прикладної моделі загальної рівноваги GТАР (для надання прогностичної кількісної оцінки розвитку макроекономічних показників за умов реалізації наведених у дослідженні рекомендацій з подальшої інституціоналізації розвитку підприємницьких екосистем в Україні).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-ЕКОСИСТЕМ У ПІДПРИЄМНИЦТВІ

1.1. Генезис та підходи до визначення категорій «підприємництво» та «бізнес»

В епоху стрімкого розвитку штучного інтелекту, автоматизації, роботизації, що спричиняє скорочення потреби у робочій силі, роль підприємництва в загалі, а малого і середнього підприємництва зростає зростає в усіх країнах світу. Україна не є винятком. Сьогодні понад 99% українських юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців належать до суб'єктів малого і середнього підприємництва, створюючи понад 80% робочих місць серед усіх суб'єктів підприємництва [2, с. 5].

В українській науковій літературі, законодавчій базі не існує чіткого виокремлення понять підприємництва і середнього бізнесу. Тому визначимо зв'язок між поняттями «бізнес» та «підприємництво». У позитивному контексті обидва поняття стали широко вживаними після здобуття Україною незалежності у 1991 році. До того тлумачний словник української мови визначав сутність поняття «бізнес» як «комерційну, біржову або підприємницьку діяльність, як джерело наживи в капіталістичному світі» [4, с. 179]. Поняття «підприємництво» зводилось до діяльності підприємця [5, с. 487]. Зрозуміло, що з ідеологічних міркувань обидва поняття вважались негативними явищами у соціальному та економічному житті суспільства. Великий тлумачний словник сучасної української мови 2005 року уточнює ці поняття, даючи дефініцію поняття бізнес як «економічної, комерційної або підприємницької діяльності, спрямованої на отримання прибутку» [6, с. 80]. Натомість поняття «підприємництво» у Словнику – це не лише діяльність підприємця, але і «самостійна ініціатива, систематична, на власний ризик діяльність по виробництву продукції,

виконанню робіт, наданню послуг та заняття торгівлею з метою отримання прибутку» [6, с. 962].

У законодавчій базі України частіше зустрічаємо використання поняття «підприємництво», ніж «бізнес», зокрема Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» дає визначення малого і середнього підприємництва, перелік основних заходів задля його розвитку та державної підтримки, проте у тексті зазначеного документу зустрічається термін «бізнес» у контексті процесів здійснення та організації підприємницької діяльності. Натомість, основним терміном для визначення суб'єктів господарської діяльності є «підприємництво». Сьогодні Україна інтегрується у глобальний та насамперед європейський простір, формуючи власний план дій згідно з європейськими нормативними актами, зокрема Актом з питань малого бізнесу для Європи [7]. У звіті з оцінки політики у галузі МСП за 2020 рік бачимо, що основним терміном, який використовується для визначення суб'єктів господарської діяльності є також «мале і середнє підприємництво», хоча в основоположному документі Європи фігурує слово «бізнес». Описана ситуація обумовлює необхідність визначення взаємозв'язку понять «підприємництво» та «бізнес» задля того, щоб в подальшому визначити, які саме терміни використовувати у поточному дослідженні. Для цього розглянемо визначення українських та зарубіжних фахівців. Попередній огляд визначень експертів дав змогу виявити, що бізнес та підприємництво є явищами взаємопов'язаними, проте не тотожними. Слово бізнес походить з англійської мови *business* та перекладається як «справа, діло». У законодавстві США бізнес визначено як будь-які торгові дії, комерційну діяльність, виробництво чи інші, подекуди, ризиковані заходи, що за своєю природою можуть бути віднесені до виробництва, торгівлі або комерції [8]. Зарубіжні вчені у своїх дефініціях поняття «бізнес» продовжують розвиток законодавчо закріпленого терміну. Зокрема, Боно, Курц, Вілер зазначають, що бізнес означає будь-які дії, активності, організації, націлені на отримання прибутку, що виготовляють товари та надають послуги, необхідні економічній системі. При цьому, науковці

ззначають, що бізнес – це економічний імпульс для нації, яка прагне підвищити рівень життя суспільства. Девіс та Бломсторм стверджують, що бізнес насамперед виступає соціальним явищем, яке здійснює широкий вплив на спосіб життя людей та їх спільну роботу. Їх позицію продовжує Калкінз, підкреслюючи важливість бізнесу для громадського добробуту [9].

Проаналізовані визначення підкреслюють, що бізнес - це широкий термін і включає всі види діяльності, які втілені із наміром отримання прибутку. Варто зазначити, що бізнес передбачає повторювану діяльність, а не поодинокі або ізольовані заходи. Більше того, бізнес передбачає економічну діяльність, пов'язану з виробництвом, обміном та розповсюдженням товарів та послуг. Бізнес має на меті багаторазовий продаж, обмін товарів і послуг, а не їх споживання для власного використання. Бізнес включає широкий спектр видів діяльності, таких як виробництво товарів та послуг у різних сферах економічної активності. З огляду на вище зазначене, сучасна концепція бізнесу дуже широка. Бізнес розглядається як підсистема загальної соціальної системи. Згідно Девіса і Бломсторма вплив та участь бізнесу в екологічному розвитку суспільства є дуже значним, йдеться і про взаємини у соціумі на рівні індивідів, суспільства, в тому числі у глобальному вимірі. Бізнес не може ізолювати себе від решти суспільства. Сьогодні все суспільство є середовищем бізнесу. Деякі автори визначали термін «бізнес» як людину або групи людей, організовані певним чином задля виробництва товарів або надання і розповсюдження послуг, при цьому підкреслюючи важливість кінцевої мети отримання прибутку у результаті подібної діяльності (Кіт і Гал Беллін). Важливим є те, що у бізнесі повинні бути певні закони та правила, у рамках яких і відбуватимуться виробництво, збут та розподіл товарів і послуг задля отримання прибутку, як зазначає Артур М.Ваймер [9]. Українські фахівці, зокрема Молчанова Т.В. [10], визначають поняття бізнесу як економічну діяльність задля отримання прибутку. Козловський В.О. визначає бізнес як систему ділових відносин та конкретизує, що реалізація економічних інтересів між учасниками цих відносин може відбуватися шляхом угод, що є взаємовигідними для всіх сторін [11]. На нашу

думку, таке визначення не в повній мірі висвітлює суть бізнесу, оскільки інколи економічні інтереси сторін можуть бути не враховані, а також не закріплені у вигляді письмової угоди, хоча усні домовленості повинні, безумовно, бути сформовані та досягнуті. Аналіз робіт українських та зарубіжних експертів дав змогу сформулювати власне визначення бізнесу як явища, що означає систему взаємовідносин, націлену на задоволення економічних інтересів учасників цих відносин шляхом виробництва товарів та послуг, їх комбінацій у різних сферах та галузях задля отримання стабільного прибутку у довгостроковій перспективі із урахуванням потреб суспільства.

Ознаками бізнесу є:

- участь у взаємовідносинах більше ніж одного суб'єкта;
- створення додаткової цінності для учасників бізнесової діяльності;
- створення товарів та послуг з метою одержання прибутку;
- наявність або формування інфраструктури для ведення бізнесу задля довгострокового його функціонування і сталого розвитку.

Перейдемо до розгляду терміну «підприємництво». Цей термін є словом українського походження і, має спільний корінь зі словом «приймати», насамперед відповідальність та ризик, що чудово відображає суть підприємництва, виражену у Законі України «Про підприємництво»: «Підприємницька діяльність (підприємництво) — це ініціативна, самостійна діяльність осіб або підприємств (фірм), націлена на отримання прибутку, або особистого доходу, і яка здійснюється на власний ризик та під власну майнову відповідальність» [12]. Хоча Закон втратив свою чинність у 2004 році, чинний з 2004 року Господарський кодекс України, визначає підприємництво як «самостійну, ініціативну, систематичну, на власний ризик господарську діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку». Таке визначення уточнює поняття підприємництва, підкреслюючи його системність, розширюючи його мету, наголошуючи не лише на

економічних інтересах, отриманні прибутку, але і соціальних імпактах. Більш того, обидва визначення підтримують ризиковість підприємницької діяльності.

Науковці різних періодів опікувались питаннями визначення підприємництва та його місця й значення для суспільства. Серед них і Р. Кантільйон, А. Сміт, Ж.Б. Сей, Г. Мангольд, Д. Рікардо, К. Бодо, Й. Шумпетер, Е. Долан, Д. Ліндсей, Ф. Хайєк, Г. Саймон, Дж. М. Кейнс, П. Самуельсон, П. Друкер, Р. Хізрич, В. Камаєв та інші. Зі зрозумілих, наведених вище причин українські економісти почали активно досліджувати питання підприємництва та підприємницької діяльності після здобуття Україною незалежності. Серед провідних вітчизняних дослідників – В. Базилевич, А. Старостіна, З. Варналій, Г. Геєць, І. Дмитрієв, М. Єрмошенко, С. Єрохін, В. Зубов, Л. Кривега, З. Герасимчук, І. Герчикова, В. Гриньова, А. Косих, С. Реверчук, Л. Воротіна, С. Мочерний, О. Устенко, С. Чеботар, Ф. Бутинець, В. Подсолонко, Т. Молчанова та інші.

Термін «підприємництво» уперше з'явився у світовій науковій літературі у 1725 році, коли його ввів англійський економіст Р.Кантільйон для того, щоб тогочасні економічні відносини мали більш точне визначення, ніж його забезпечував загальноприйнятий термін «бізнес». Саме Р.Кантільйон уперше підкреслив ризиковість підприємницької діяльності, зазначаючи, що підприємець діє в умовах ризику. Його ідеї підтримали та розвинули видатні вчені минулого, зокрема А.Сміт, Ж.-Б. Сей, Дж.-Б. Кларк, Й. Шумпетер та багато інших.

Й. Шумпетер у своїй праці «Теорія економічного розвитку» зазначає, що підприємець – це такий господарський суб'єкт, основоположною функцією якого є реалізація новаторських ідей, пошук нестандартних підходів до комбінації та використання обмежених ресурсів. Згідно з концепцією вченого засадничою ознакою підприємництва є його інноваційний характер. Згідно Шумпетера підприємець виступає інноватором, він націлений на інновації, має схильність до ризику, його інтуїція розвинена [13, с. 30; 14, 15, 16]. Саме відмінна від усталеної, діяльність підприємця є джерелом економічного прогресу. У цьому контексті задля виконання покладеної на нього функції підприємець

повинен «робити не те, що роблять інші, і не так, як роблять інші». Дані позиції досягаються шляхом формування таких кластерів нових виробничих комбінацій: «(1) випуск нового товару, чи створення нової якості товару; (2) запровадження нового методу виробництва; (3) відкриття нового ринку збуту; (4) відкриття нового джерела постачання сировини; (5) реорганізація якої-небудь галузі промисловості" [17, с. 159]. Вступаючи в дискусію з поглядами представників неокласичної школи, Шумпетер робить акцент на динамічних процесах як рушіях економічного розвитку. Його концепція «творчих руйнувань» проголошує ідею формування станів рівноваги стрибкоподібним шляхом – через віддалення від одного стану рівноваги внаслідок діяльності підприємця економіка прямує до якісно нового рівноважного стану [18, с. 19-20]. Водночас, за Й. Шумпетером, традиційні бар'єри економічного розвитку для підприємця перетворюються на можливості та стимули. Тут варто наголосити на такій ознаці поняття «підприємець» як дискретність: щойно інноваційний характер діяльності суб'єкта господарювання перетворюється у традиційний, даний суб'єкт перестає бути підприємцем [19]. Більше того, згідно Шумпетера, інновації є драйвером розвитку економіки.

П. Друкер додав, що підприємництво означає діяльність в умовах постійних змін, а Ф. фон Хайек зазначив, що підприємництво – це поведінка людини. З цим погоджуються й інші фахівці, додаючи, як це робить В.Д. Камаєв, що підприємництво є інтелектуальною активністю, заснованою на незадоволеності. Тут варто додати, що постійна незадоволеність стає джерелом до пошуку та інновацій.

Зарубіжні вчені сьогодення (Куратко Д., Хаджетс Р., Кунц та Фулмер) погоджуються зі своїми попередниками та визначають підприємництво, як діяльність або процес організації, управління та прогнозування ризиків бізнесу. Багато хто з них виокремлює інноваційну складову підприємництва, підкреслюючи, що підприємництво передбачає не лише ризик, отримання прибутку, але й унікальність та інноваційність (Хіндл та Рашворт, Натаніель Лефт).

Г. Стівенсон визначає підприємництво як «пошук можливостей поза контрольованими ресурсами», знову ж таки підкреслюючи ризиковість такої діяльності. Кунц та Фулмер у власному визначенні розвивають його підхід, вбачаючи у підприємстві здатність бачити можливість для бізнесу, зібрати капітал, для того, щоб скористатися можливостями та почати бізнес, беручи на себе ризики поразок та переваги виграшів.

Українські фахівці у своїх роботах зазвичай використовують визначення з Закону України «Про підприємництво», наведене вище. Деякі [10, 22, 23] частково ототожнюють поняття підприємництва із поняттям бізнесу, визначаючи підприємництво як «форму діяльності у сфері виробництва і обміну товарів та надання послуг з метою отримання прибутку».

Розглянувши існуючі групи підходів до визначення сутності підприємництва сформуємо власне:

Підприємництво – це діяльність, що передбачає ризиковість, інноваційність, проактивність фізичних та юридичних осіб, що її здійснюють задля отримання прибутку в різних умовах зовнішнього середовища.

Серед основних рис підприємництва доцільно виділити такі:

- постійний пошук, інноваційність та готовність до ризику задля більшого результату;
- інновації виступають рушієм підприємницької діяльності;
- підприємництво передбачає максимальне занурення у процеси з боку власника;
- ризиковість є нормою підприємництва;
- у підприємстві важливим є пошук нових шляхів розвитку задля нових можливостей отримання прибутку.

Базуючись на здійсненому аналізі та на сформованих власних визначеннях, встановимо взаємозв'язок понять «бізнес» та «підприємництво». Бізнес є явищем, може стосуватись діяльності багатьох юридичних та фізичних осіб, передбачає наявність інфраструктури. Першочерговим мотивом ведення бізнесу виступає отримання прибутку, тобто задоволення економічних інтересів

здіяяних сторін. Підприємництво, у свою чергу, передбачає постійний пошук, інноваційність та готовність до ризику задля більшого результату. Бізнес до інновацій має більш реактивне ставлення, що означає введення інновацій за необхідності, підприємництво живе духом інновацій, вони є драйвером розвитку підприємця, особливо у сучасному світі. Бізнес передбачає, що власник залучається до ведення справ як управлінець та за потреби, головний критерій таких активностей – ефективність, у той час, як підприємництво передбачає максимальне занурення у процеси з боку власника. У бізнесі масштаб та зростання є прогнозованими та запланованими, у підприємстві зростання також прогнозують, проте націлені на досягнення максимально можливого результату. В продовження попередніх критеріїв закономірними є основи мислення бізнесу, що передбачають утримання існуючих або прогнозованих позицій. Мислення підприємця полягає у постійному пошуку нових шляхів розвитку. Наведені характеристики узагальнені у Таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні характеристики понять «бізнес» та «підприємництво»

| Характеристики | Бізнес | Підприємництво |
|----------------|---|--|
| Мотив | Отримання прибутку, задоволення економічних інтересів | Пошук, інноваційність, ризиковість задля більшого результату |
| Інноваційність | Реактивна, за потреби | Проактивна, одна з рушійних сил |
| Залученість | Управлінська | Максимальна |
| Масштаб | Прогнозований, запланований | Максимально можливий |
| Мислення | Утримання існуючих та прогнозованих позицій | Постійний пошук нових шляхів розвитку |

Джерело: складено автором

З огляду на українську законодавчу базу та проведений аналіз у підходах до визначення понять «підприємництво» та «бізнес», вважаємо доцільним використовувати у даному дослідженні термін «підприємництво», коли йдеться про суб'єктів підприємницької діяльності. Натомість, термін «бізнес» варто використовувати щодо інфраструктури, організації та управління підприємницькою діяльністю на всіх рівнях.

Зрозуміло, що підприємницьку діяльність здійснюють підприємці. Важливим у процесі визначення сутності поняття «підприємець» є проведення аналізу підходів учених різних шкіл економічної думки до трактування поняття «підприємець», що дасть змогу систематизувати підходи на основі виділення специфічних рис підприємця (Табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Характеристики підприємців у роботах учених різних шкіл економічної думки

| Риса | Прихильники | Противники |
|---------------------------------------|--|---|
| Приймає ризик | Р. Кантільйон, Ж. Б. Сей, Л. фон Мізес, Ф. Найт | Й. Шумпетер, К. Менгер, І. Кірцнер |
| Володіє капіталом | А. Тюрго, А. Сміт, Д. Рікардо, Л. фон Мізес | Л. Вальрас, Дж. Б. Кларк, Й. Шумпетер, І. Кірцнер |
| Є обдарованою людиною | Ж. Б. Сей, А. Маршалл | І. Кірцнер |
| Є лідером | А. Маршалл | Л. Вальрас, Й. Шумпетер, Дж. Б. Кларк |
| Агент, що поєднує фактори виробництва | Ж. Б. Сей, Л. Вальрас, Дж. Б. Кларк | А. Маршалл |
| Формує ринкову рівновагу | Л. Вальрас, Дж. Б. Кларк, І. Кірцнер, А. Маршалл | Й. Шумпетер |
| Є новатором | Й. Шумпетер, Л. фон Мізес | Ж. Б. Сей |
| Уважний до можливостей | Ф. фон Візер, Дж. Б. Кларк, І. Кірцнер | Р. Кантільйон |

Джерело: складено автором на основі [20]

Серед специфічних рис підприємця варто виділити такі: прийняття ризику, володіння капіталом, наявність обдарованості, лідерських якостей. Також підприємець виступає агентом, що поєднує фактори виробництва, формує ринкову рівновагу, уважний до можливостей та є новатором. Деякі з вище зазначених рис були виділені як фізіократами, так і у подальшому підтверджені у роботах представників інших економічних теорій. У даному дослідженні вважаємо, що найбільш близьким у визначенні підприємця є підхід Й. Шумпертера, так званий шумпетерівський підприємець, який «завжди порушує рівновагу, завдяки інноваціям» [21, с. 106], й тим самим сприяє економічному зростанню. У свою чергу Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) визначає підприємців як «тих осіб (власників бізнесу), які прагнуть генерувати вартість шляхом створення або розширення економічної діяльності через виявлення та вивчення нових продуктів, процесів або ринків», [24, с.8].

Підприємства, у першу чергу малі і середні, є рушійною силою економічного зростання, створюючи критичну масу активних суб'єктів у розвинених економіках. Згідно даних Світового Банку саме малі і середні підприємства відіграють ключову роль у створенні робочих місць та глобальному економічному розвитку, вони представляють біля 90% бізнесів та понад 50% населення нашої планети працюють в малих та середніх підприємствах.

Офіційні малі і середні підприємства приносять до 40% ВВП в економіки країн, що розвиваються. Ці цифри значно вищі, якщо включити неофіційно зареєстровані, так звані «неформальні» малі і середні підприємства. У 2001 році

вперше було використано термін «креативна економіка», що означає насамперед діяльність людей у сфері творчості, мистецтва, товарів та послуг, які вимагають нестандартних креативних рішень [24]. Сьогодні підприємства цього сектору становлять близько 3% світового ВВП і дають роботу майже чвертині працездатного населення нашої планети [25]. Переважна більшість представників цього сектору – це саме малі й середні підприємства.

Згідно з підрахунками Світового банку, до 2030 року потрібно буде 600 мільйонів робочих місць для зайнятості зростаючої глобальної кількості робочої сили. Саме цей факт робить розвиток підприємництва важливим пріоритетом для багатьох урядів світу. На ринках, що розвиваються, більшість офіційних робочих місць забезпечуються малими і середніми підприємствами, які створюють 7 із 10 робочих місць [1]. В Європейському Союзі їх кількість становить 99% від загальної кількості підприємств, забезпечуючи понад 60 мільйонів людей робочими місцями. Важливим питанням є визначення сутності малого і середнього підприємництва (МСП).

Лідери світові економічної науки та міжнародні організації, до числа яких належить в тому числі Організація економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР) зауважують, що особливим питанням у процесі співставлення малого і середнього підприємництва у різних країнах є його визначення. Визначення у національному контексті можуть суттєво відрізнятися в різних країнах, а також у межах країн у різних сферах політики, причому менші країни, як правило, встановлюють нижчі пороги, ніж більші країни. Це створює проблеми для міжнародної статистики щодо підприємств. Тому у своїх дослідженнях, статистиці та документації, зокрема в «Огляді ОЕСР малих та середніх підприємств та підприємництва за 2019 рік», до МСП відносять ті підприємства, на яких зайнято менше 250 осіб [26].

У таблиці 1.3 нижче узагальнено визначення малих і середніх підприємств Європейською комісією, тож маємо уточнені дані. Решта підприємств відносять до великих.

Таблиця 1.3

Визначення малих та середніх підприємств Європейською Комісією

| Тип підприємства | Кількість працівників | | Річний оборот (в млн. євро) | | Річний баланс (в млн. євро) |
|----------------------|-----------------------|----|-----------------------------|-----|-----------------------------|
| Мікропідприємство | < 10 | та | ≤ 2 | або | ≤ 2 |
| Мале підприємство | < 50 | та | ≤ 10 | або | ≤ 10 |
| Середнє підприємство | < 250 | та | ≤ 50 | або | ≤ 43 |

Джерело: дані Європейської Комісії [28]

Доцільно визначити, які межі встановлені для визначення великих, малих та середніх підприємств згідно українського законодавства. У 2012 році у Господарському кодексі України було визначено, які саме суб'єкти господарювання вважати мікро-, малими, середніми або великими підприємствами. Ці визначення узагальнені у таблиці 1.4.

Таблиця 1.4

Визначення мікро-, малих, середніх та великих підприємств в Україні

| | Кількість працівників | Річний дохід від будь-якої діяльності, млн Євро |
|---|---|--|
| Мікро | До 10 осіб | До 2 |
| Малі | До 50 осіб | До 10 |
| Середні (згідно Кодексу всі підприємства, що не належать до малих або великих) | 51-250 особи або ті підприємства, де річний дохід нижче 50 млн Євро | 10-50 або ті підприємства, де чисельність працівників менша 250 осіб |
| Великі | Понад 250 осіб | Понад 50 |

Джерело: складено на основі статті 55 Господарського кодексу України [29]

Як демонструє таблиця 1.4, мікропідприємством є суб'єкти господарської діяльності є кількістю працівників до 10 осіб та річним доходом протягом звітного періоду до 2 мільйонів євро. Малим підприємством є суб'єкт підприємницької діяльності будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, середньооблікова чисельність працюючих в яких «протягом звітного періоду, тобто календарного року не перевищує 50 осіб, а обсяг річного валового доходу не перевищує 10 млн євро. Великими підприємствами визначені ті компанії, де працюють понад 250 осіб, а річний дохід перевищує 50 мільйонів євро» [29]. Середні підприємства – це ті, які не входять до інших груп підприємств. Багато в чому українське визначення корелює з визначенням малих та середніх підприємств, яке дає Європейська комісія.

Здійснюючи огляд сутності функціонування підприємств, варто навести якісну їх класифікацію. Вважаємо за доцільне узагальнити широко прийняті критерії класифікації підприємств, виділивши такі групи критеріїв класифікації: цільові, фундаційні, поведінково-стратегічні, географічно-контрольні, організаційно-правові (рис.1.1).

Цільовими вважаємо такі критерії класифікації підприємств, які визначають мету і характер створення підприємства, вид та характер господарської діяльності. Підприємства за метою та характером своєї діяльності можуть бути комерційними та некомерційними, тобто такими, що мають першочерговою метою отримання прибутку і ті, які націлені на досягнення інших цілей у першу чергу, зокрема йдеться, наприклад, про соціальне підприємництво. Соціальне підприємництво – це такий вид бізнесу, діяльність якого націлена насамперед на вирішення соціальних проблем. Це може бути і працевлаштування незахищених верств населення, і допомога у вирішенні екологічних викликів, і сприяння подоланню тих труднощів у суспільстві, де державних ресурсів недостатньо. Цікавим є те, що у соціального підприємства є можливість залучити фінансування або отримати підтримку від міжнародних організацій, благодійних фондів, центральної та місцевої влади [30, 31, 32, 33].

Діяльність некомерційних підприємств не означає, що вони не передбачають отримання прибутку, проте характер їх діяльності.

З огляду на господарську діяльність підприємства можуть представляти різні галузі (промислові, торговельні, сервісні, сільськогосподарські, будівельні, транспортні, фінансово-кредитні, страхові, туристичні, тощо). Такі критерії класифікації дають змогу розподілити підприємства за їх галузевою приналежністю [34, 35].

Фундаційні критерії дають змогу класифікувати підприємства за способом створення (новостворені, модифіковані, реорганізовані підприємства, в тому числі приватизовані державні підприємства), а також за стадією розвитку або життєвого циклу підприємства (стартапи, зростаючі, зрілі, стагнаційні). Спосіб створення передбачає визначення передумов виникнення підприємства. Новостворене – це таке підприємство, що створюється вперше, не маючи попередніх активів інших юридичних осіб, модифіковані підприємства – це такі суб'єкти підприємницької діяльності, активність і формування яких спирається на досвід раніше створених організацій. Може бути змінена назва, розмір статутного капіталу, перелік активів, сфера діяльності, перелік засновників тощо. Реорганізовані підприємства – це такі, котрі засновуються у результаті реорганізації, злиття та поглинання раніше існуючих установ. До переліку подібних підприємств можуть бути віднесені і приватизовані державні підприємства. Стадії життєвого циклу дають змогу класифікувати підприємства з огляду на їх потреби та напрями діяльності залежно від економічної зрілості, досвіду роботи зі споживачами, позицій на ринку, рівня розробки продукту тощо.

Поведінково-стратегічні критерії охоплюють характеристики підприємств за чисельністю персоналу та обсягом валового доходу; а також стратегією поведінки на ринку. За чисельністю персоналу та обсягом валового доходу підприємства, відповідно, можуть бути великими, середніми, малими, та мікро, такий розподіл доречно проводити з урахуванням існуючих підходів до класифікації у нормативній базі країни перебування компанії. Класифікація

підприємств за стратегією поведінки на ринку може бути сформована за різними підходами, проте у даному дослідженні наведемо той, що найчастіше зустрічається у вітчизняній науковій літературі. Згідно нього, підприємства можуть бути визначені як комунанти, які спеціалізуються на виготовленні окремих вузлів і деталей; патіенти, що спеціалізуються на випуску готової продукції); експлеренти, котрі є ризиковими або інноваційними підприємствами.

Географічно-контрольні критерії узагальнюють такі підходи до класифікації підприємств, як належність капіталу і контроль їх діяльності. Тут йдеться про національні, іноземні, спільні та змішані підприємства. Національними є підприємства, що створені у країні перебування та працюють на її території, хоча можуть вести й міжнародну діяльність. Іноземними є такі суб'єкти підприємницької діяльності, які створені поза межами країни та не є її резидентами, свою діяльність на території держави вони можуть здійснювати через представництва або безпосередньо з-за кордону, як не резидент. Спільні підприємства зазвичай засновані спільно фізичними та/або юридичними особами, серед яких є одночасно резиденти та нерезиденти країни перебування. Заснувати змішані підприємства можуть створені за участі державного капіталу у різних формах. Також географічно-контрольні критерії охоплюють класифікацію підприємств за територіальною цілісністю та підпорядкуванням. Так, можуть бути виділені головні або материнські. Українське законодавство визначає материнське підприємство, як таку юридичну особу, що контролює іншу юридичну особу, яка, у свою чергу, визначається дочірньою компанією [29]. Відповідно дочірньою компанією є підприємство, контрольоване іншою (головною) компанією. Філії компаній за своєю суттю є відокремленими підрозділами головних компаній, як іноземних, так і місцевих.

1.2. Формування підприємницької екосистеми

Сьогодні підприємництво набуває все більшого значення в економіках різних країн світу, Україна не є винятком у цьому явищі. Така зростаюча роль обумовлена насамперед низкою ролей та функцій, які підприємства виконують в економічному та суспільному житті. Ці ролі та функції виявляються у співпраці з різними групами стейкхолдерів. До них належать не лише безпосередні учасники процесу виробництва, збуту, комунікації та розвитку підприємства, але і більш широкі групи. Вважаємо за доцільне визначити сутність поняття «стейкхолдер». Слово «стейкхолдер» походить від англійського «stakeholder» та перекладається як зацікавлена сторона, посередник, задіяна сторона, групи впливу. Єдиного трактування цього поняття немає, тож доречним є розглянути тлумачення у роботах науковців. У стандартах ISO поняття стейкхолдерів розкрито, як «люди або системи», що мають певні частки, права, інтереси, вимоги стосовно системи [115]. Гід з управління проектами тлумачить поняття стейкхолдерів, як тих сторін (людей, груп, організацій, команд), які можуть впливати та на яких можуть вплинути результати на діяльність, операції проекту [116]. Р. Фріман зазначив, що стейкхолдери можуть впливати або бути під впливом від досягнення цілей організації [117, с. 46]. В.Еван та Р.Фріман уточнюють, що стейкхолдери можуть виграти або бути ураженими діями компаній [118, с. 79]. А.Вікс, Д.Гілберт, Р.Фріман зазначають, що стейкхолдери взаємодіють та визначають діяльність корпорацій [119, с. 483]. Т.Дональдсон та Л.Престон визначають стейкхолдерів як осіб або групи із законними інтересами у процедурних та/або додаткових аспектах корпоративних активностей [120, с. 85]. І. Ворончак визначає стейкхолдерів, як «фізичних та юридичних осіб, які мають легітимний інтерес у діяльності організації, тобто певною мірою залежать від неї або можуть впливати на її діяльність» [121]. Л.Пашук у посібнику «Маркетинг для бізнес-асоціацій» дає таке визначення:

«Стейкхолдери або задіяні сторони – це групи впливу всередині організації та поза її межами. Їх інтереси часто можуть суперечити один одному» [122, с. 7; 123; 124]. Це визначення вважаємо доречним та погоджуємось з ним, уточнюючи у контексті даної роботи. Отже, стейкхолдери – це задіяні сторони,

групи впливу всередині та поза її межами підприємства або особи, які можуть впливати на діяльність підприємства прямо або опосередковано, а також ті, на які може вплинути діяльність підприємства прямо або опосередковано.

Давши визначення стейкхолдерів, необхідно перейти до визначення та узагальнення стейкхолдерів підприємства. Р.Мітчелл та інші пропонують модель втручання стейкхолдерів для їх класифікації та управління відносинами з ними [125, 256, 230].

Згідно цієї моделі стейкхолдерів підприємства можна класифікувати за такими критеріями:

- повноваження, тобто права та можливості впливу;
- легітимність відносин, наявність підтверджених документарно взаємин;
- терміновість запитів та звернень до підприємства [257].

На основі моделі втручання С.Сен та Дж.Ковлі узагальнили виділених стейкхолдерів малого і середнього підприємництва, надавши їх перелік: власники, працівники, споживачі, постачальники, інвестори, родини власників, політичні групи, професійні спілки, спільноти [127]. Візьмемо наведений перелік стейкхолдерів за основу, проте згрупуємо їх, беручи до уваги віддаленість стейкхолдерів від підприємства. А.О. Старостіна зазначає, що підприємство працює у середовищі, що складається з макро- та мікроринкового середовища [260]. До цього переліку варто додати у процесі визначення стейкхолдерів також і внутрішнє середовище підприємства. Тому виділяємо три рівні взаємодії підприємства зі стейкхолдерами: макро-, мікро- та внутрішній. Стейкхолдери макрорівня - це ті юридичні та фізичні особи, що знаходяться поза межами компанії, можуть чинити опосередкований вплив на її діяльність, компанія може скоріше підлаштуватись під їх дії, ніж встановлювати або вимагати умови, вигідні собі. При цьому, контакти можуть бути зведені до мінімуму. У таблиці 1.8 наведені зазначені групистейкхолдерів.

По суті, перелічені стейкхолдери багато в чому формують сценарії поведінки підприємства, визначають його стратегію та впливають на кінцевий результат, ступінь впливу кожного з них різний, проте в цілому, переважна більшість з них належать або можуть належати до екосистеми розвитку підприємництва.

Стейкхолдери підприємництва

| Рівень стейкхолдерів | Представники |
|-------------------------|---|
| Стейкхолдери макрорівня | державні та місцеві органи влади, фіскальна служба суспільство лідери думок міжнародні організації, донори інвестиційні фонди бізнес-асоціації, об'єднання підприємців, торгово-промислові палати тощо профспілки освітні заклади дослідницькі установи бізнес-інкубатори, бізнес-акселератори |
| Стейкхолдери мікрорівня | споживачі посередники партнери постачальники, в тому числі аутсорсинг інвестори активні громадяни контактні аудиторії |
| Внутрішні стейкхолдери | співробітники власники рада директорів |

Джерело: складено автором

У 1930-х роках британський ботанік Артур Танслі ввів термін «екосистема» для опису спільноти організмів, що взаємодіють між собою та їх середовищем - повітрям, водою, землею тощо. Для розвитку та спільного розвитку організмів доводиться не лише конкурувати, боротись один з одним, але і співпрацювати. Джеймс Мур застосував цю концепцію у своїй статті

"Хижаки та здобич: нова екологія конкуренції" [129], в якій він порівнює компанії, що займаються торгівлею та іншою комерційною діяльністю з групами організмів, які являють собою спільноту, адаптуючись та розвиваючись задля виживання. Саме Мур запропонував розглядати компанію не як окремо взятую юридичну особу в галузі, а як члена бізнес-екосистеми, до якої входять представники різних напрямів та галузей економіки та сфер діяльності. Сьогодні завдяки розвитку технологій, всеохоплюючій глобалізації, все глибшим стає розуміння того, що ефективна взаємодія тепер повинна бути серед оптимальних підходів ведення бізнесу в умовах постійно змінюваного турбулентного середовища. У цьому зв'язку ділова або бізнес-екосистема може стати ефективним інструментом сприяння розвитку малого і середнього підприємництва.

Мур визначив бізнес-екосистему як економічне співтовариство, підтримуване сукупністю взаємодіючих організацій та приватних осіб - організаціями ділового світу. Економічне співтовариство виробляє товари та послуги, які мають цінність для споживачів, які самі є членами екосистеми. Фактично, бізнес-екосистема складається з мережі взаємопов'язаних компаній, які динамічно взаємодіють між собою за допомогою конкуренції та співпраці для збільшення продажів, розвитку та виживання. Екосистема включає постачальників, дистриб'юторів, споживачів, уряд, процеси, продукти та конкурентів. Коли екосистема процвітає, це означає, що учасники виробили моделі поведінки, які впорядковують потік ідей, талантів та капіталу по всій системі. Д.Джексон дає визначення інноваційної екосистеми як складного зв'язку, що утворюється між організацією або партнерами, основною метою якої є сприяння прогресу у технологіях та інноваціях [130].

Хоча концепція, введена Муром у 1993 році, описує її зв'язок з біологічною концепцією, саме Айзенберг у своїх працях 2010-2011 років популяризував поняття підприємницьких екосистем серед широкої аудиторії [131]. Сьогодні не існує загальноприйнятого визначення підприємницької екосистеми. Екосистема має динамічний та системний характер, охоплюючи

безліч суб'єктів, процесів та інституцій [132], [133] визначив екосистеми як географічно обмежені райони із взаємозалежними компонентами та порівнює підприємницькі екосистеми з динамічними мережами взаємопов'язаних організмів, ресурсів та взаємозв'язків між ними.

Мейсон і Браун [85, с. 5] розробили таке визначення підприємницької екосистеми у своїй роботі для ОЕСР: «Сукупність взаємопов'язаних суб'єктів підприємницької діяльності (як потенційних, так і існуючих), підприємницьких організацій (наприклад, фірм, венчурних капіталістів, бізнес-ангелів, банків), установ (університетів, державних агенцій, фінансових органів) та підприємницьких процесі (наприклад, рівень народжуваності в бізнесі, кількість фірм зі швидким зростанням, рівні "успішного підприємництва", кількість серійних підприємців, ступінь менталітету при продажі у фірмах та рівні підприємницьких амбіцій), які формально та неофіційно об'єднуються для зв'язку, посередницької діяльності та управління ефективністю в місцевому підприємницькому середовищі ». Спінгел назвав екосистеми допоміжним середовищем, яке сприяє розвитку інноваційних підприємств, що включають культуру, соціальні мережі, інвестиції, університети та економічну політику, що є критично важливим для економіки, заснованої на підприємницьких інноваціях [134]. Стам визначав підприємницькі екосистеми як "сукупність взаємозалежних суб'єктів та факторів, скоординованих таким чином, що вони дають можливість продуктивного підприємництва. [135, с. 1765]

У частині 1.2 цього дослідження, було розглянуто еволюцію попередніх до підприємницьких екосистем концепцій. Зокрема, агломерацій, кластерів, національних інноваційних систем, регіональних інноваційних систем та національних систем підприємництва. Безумовно, кожне із зазначених явищ містить важливі елементи підприємницьких екосистем, проте у жодному з них немає комплексного системного рішення стосовно не лише системи, інституцій, але й кожного окремо взятого підприємця, який повинен отримувати підтримку для забезпечення свого та економічного зростання. Тож, саме підприємницькі екосистеми покликані стати таким підходом.

Дослідження McKinsey показало (рис.1.4), що 74% свого часу представники малих та середніх підприємств витрачають на непрофільні задачі, тож створення екосистеми для розвитку та підтримки підприємців є на часі [44].

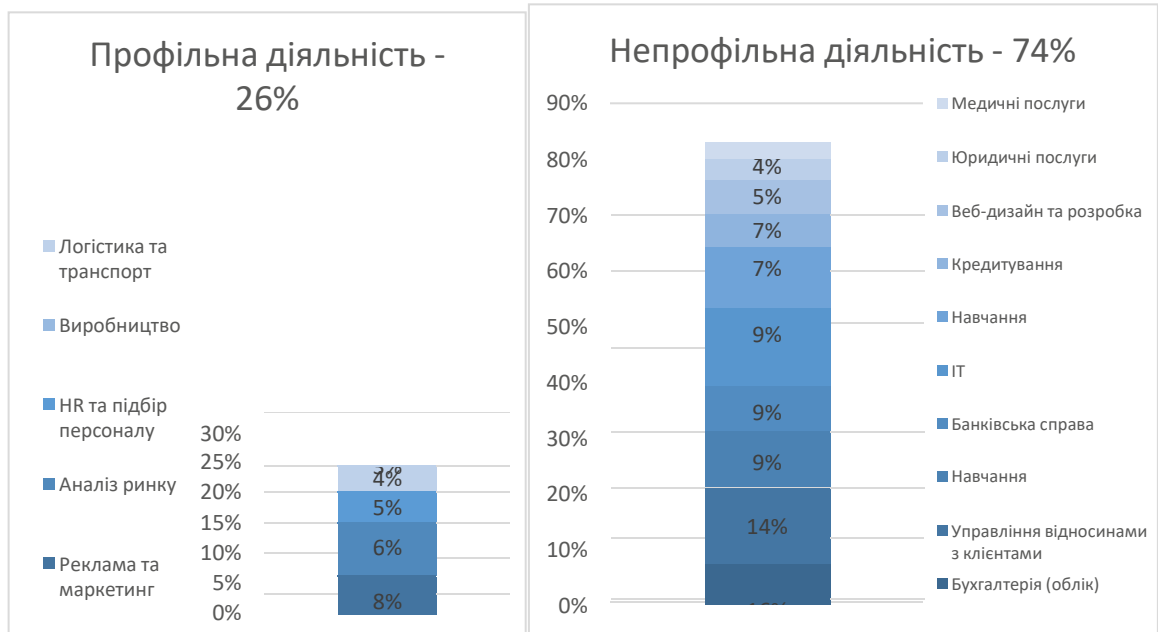


Рис. 1.4. Час, який витрачають підприємці на профільну та непрофільну діяльність

Джерело: [36]

І у підтвердження нагальності вирішення питання формування екосистеми, в українському інформаційному просторі зустрічаємо поняття екосистеми на ресурсах уряду, зокрема порталі для підприємців від Офісу розвитку малого і середнього підприємництва при Міністерстві розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України. Там зазначено, що екосистема підприємництва – це можливість отримання послуг профільних фахівців, зокрема бухгалтера, юриста, маркетолога, експерта з інтелектуальної власності тощо, а також бізнес-школи, асоціації підприємців, інкубатори, акселератори, коворкінги [137]. Таке визначення є влучним, проте потребує певного розвитку та уточнення.

З метою забезпечення досягнення зазначених вище завдань проведення діалогу зі стейкхолдерами має відповідати певним принципам, які наведено у табл. 1.9

Принципи стратегічного діалогу зі стейкхолдерами

| | |
|--------------|---|
| Взаємодія | Спільна робота і залучення партнерів, створення мереж, вирішення конфліктів, робота над спільними завданнями, створення цікавих варіантів роботи для всіх залучених сторін, розподіл відповідальності |
| Ефективність | Орієнтація на досягнення цілей, прагнення до прийняття ефективних рішень. |
| Гнучкість | Здатність мати власну точку зору в нових ситуаціях, толерантність до кожного з учасників діалогу, можливість для методу "спроб і помилок" |
| Відкритість | Залучення широкого і різноманітного кола груп стейкхолдерів з власними цінностями, точками зору та очікуваннями |
| Законність | Прозорий і чесний процес проведення діалогу, що супроводжується колективними угодами, де всі сторони діалогу гарантують законність прийнятих рішень |
| Навчання | Нові погляди, які породжують нові принципи і способи мислення, взаємний обмін інформацією для усунення розбіжностей в інформуванні всіх груп зацікавлених сторін |
| Власність | Високий рівень залучення, всі залучені сторони відчують відповідальність за реалізацію результатів діалогу |
| Участь | Стимулювання активної участі залучених сторін на волонтерських засадах і без примусу |
| Чесність | Рівність, неупередженість, справедливість, прагнення до однакового залучення всіх учасників діалогу, чесний розподіл обов'язків |
| Підзвітність | Відповідальність за життєздатність угод за результатами проведення діалогу, дотримання етичних зобов'язань, забезпечення прозорості результатів для залучених стейкхолдерів, для тих, хто не брав участі в діалозі, і для суспільства загалом |
| Прозорість | Відкритість до точок зору, прогнозів та очікувань, відкритість до відповідних бізнес-інтересів, забезпечення всіх сторін діалогу релевантною інформацією |

Джерело: складено на основі [138, 139]

Аналіз існуючих визначень та підходів дає змогу дійти висновку, що екосистема розвитку підприємництва або бізнес-екосистема включає сукупність задіяних сторін та організацій, тобто стейкхолдерів. У даному дослідженні

будемо використовувати термін «підприємницька екосистема». Отже, підприємницька екосистема – це сукупність юридичних та фізичних осіб з різних секторів, різних за характером діяльності, яка функціонує задля розвитку інновацій та підприємницької діяльності шляхом об'єднання зусиль різних груп стейкхолдерів.

Зараз існує низка моделей підприємницьких екосистем. Найбільш широко вживаним підходом є модель, розроблена Даніелем Айзенбергом, який почав формулювати те, що він називає «стратегією економічного розвитку підприємництва» [142]. Він стверджує, що такий підхід становить нова та економічна стратегія стимулювання економічного процвітання. На думку Айзенберга, цей підхід потенційно може «замінити» або стати «передумовою» для успішного розгортання кластерних стратегій, інноваційних систем, економіки знань або національної політики конкурентоспроможності [142]. За його словами, підприємницька екосистема базується на з шести стовпах, назвемо їх компонентами: політика, фінанси, ринки, людський капітал, підтримка та культура. (рис. 1.5). Ці компоненти містять сотні елементів, які взаємодіють надзвичайно складними та своєрідними способами. Айзенберг підкреслює, що кожна підприємницька екосистема є унікальною, оскільки вона розвивається за специфічних обставин. «Екосистеми географічно обмежені, але не обмежені певним географічним масштабом» [143], що означає, що вони можуть стосуватися нації або обмежуватися меншими географічними районами, наприклад міст. Крім того, є приклади специфічних для галузі екосистем, але також такі, що охоплюють різні галузі. Тому він наголошує на важливості контексту: кожна екосистема виникає за унікального комплексу умов та обставин.



Рис. 1.5. Опори (компоненти) підприємницької екосистеми – модель Айзенберга

Джерело: [143]

Розкриємо дещо детальніше модель Айзенберга. Ці шість опор такі:

- Політика передбачає підтримку державних органів як на законодавчому рівні, так і створення нормативних актів та ініціатив, що сприяють підприємницькій діяльності, по суті заходи з інституціоналізації;

- Фінансування полягає у забезпеченні простого і швидкого доступу до фінансування, як банківського, так і приватного;

- Культура покликана сприяти розвитку підприємництву шляхом розповсюдження інформації та знань про історії успіху та формування позитивної репутації підприємництва у суспільстві;

- Підтримка включає усі необхідні послуги, ресурси та ініціативи для підтримки підприємця і стимулювання його зростання. ;

- Людський капітал може бути забезпечений зусиллями навчальних закладів, університетів та шляхом навчання для підприємців. Айзенберг підкреслює важливість формування підприємницького мислення як необхідну умову для підприємницького успіху і, зрештою, для зростання та розвитку бізнесу [142, 143];

- Ринки. Ця опора ґрунтується на створенні підприємницьких мереж, існуванні споживачів, які тестують бета-продукти (першопрохідці) і від яких можна отримати відгуки [140, 141, 144].

У даному дослідженні вважаємо за доцільне дещо розширити наведену вище модель Айзенберга, уточнивши її наступним чином. Серед ключових компонентів підприємницької екосистеми варто виділити такі: розробка політики, інфраструктура, фінанси, інновації, ринки, підтримка, культура, людські ресурси. Складові компоненти підприємницької екосистеми узагальнені на рис.1.6 нижче:

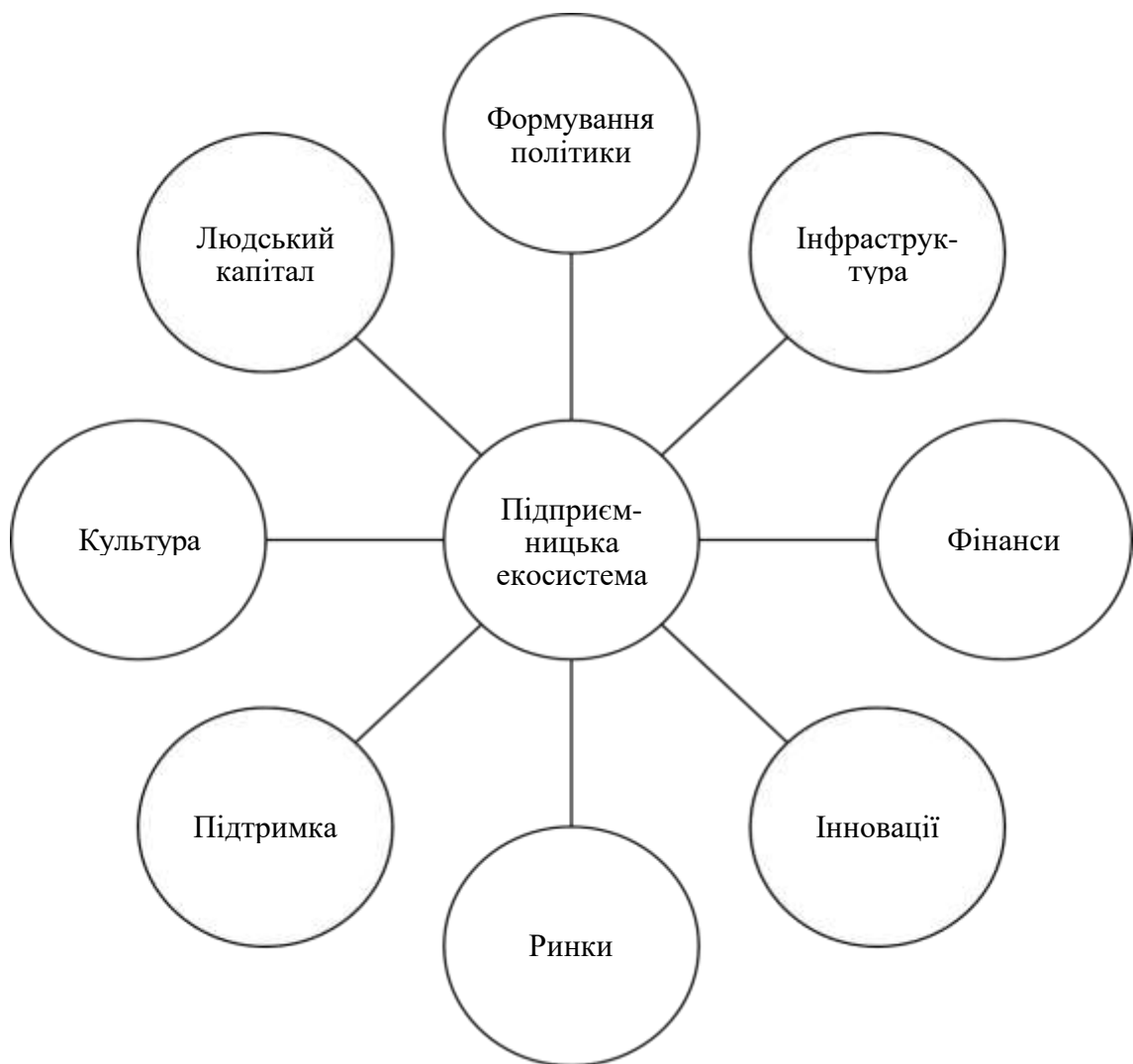


Рис. 1.6. Підприємницька екосистема

Джерело: складено автором

Розглянемо кожен із виділених компонентів:

Розробка політики. Основними сторонами цього важливого процесу є центральні та місцеві органи влади. Дуже важливо залучати до розробки політики представників підприємництва. Саме на державному рівні можна забезпечити сталий розвиток підприємництва. Більш того, у рамках цього компоненту важливим завданням є робота над створенням сприятливого бізнес-середовища та покращенням інвестиційного клімату. Впровадження політики саме на усіх рівнях, тобто національному, регіональному і місцевому, забезпечить ефективне функціонування інших компонентів. Основними учасниками в рамках зазначеного компоненту є державні та місцеві органи влади, установи, об'єднання підприємців, також можуть бути долучені міжнародні донори, сприяючи розвитку приватного сектору завдяки експертній та консультативній підтримці насамперед. На думку Мейсона і Брауна, політика у підприємницьких екосистемах має дуальну природу [85, с.8]. Підхід «згори вниз», який фокусується на створенні політичної рамки, не є єдиним достатнім. Потрібно застосовувати підхід «знизу вгору», який передбачає залучення не лише влади до подібної діяльності, але і представників неурядових організацій, підприємців у тому числі. Саме тоді політичні зусилля будуть мати високий ефект, забезпечуючи не просто створення підприємств, але й стійкий їх розвиток [146, 147, 151].

Інфраструктура передбачає комплекс сервісів та галузей, що забезпечують якісну діяльність підприємців. У підприємницькій екосистемі ключовими елементами інфраструктури виступають: транспорт, зв'язок, у тому числі інтернет, можливості доступу до іноземних замовників та ринків. Також важливим питанням є якість та доступність інфраструктури. Цей компонент впливає на інвестиційний клімат у регіоні [152, 153, 154, 155]

Компонент «Фінанси» покликаний забезпечити доступ підприємців до фінансування різних видів активності [156]. До цього процесу долучаються такі заклади, як банки, міжнародні установи, приватні та венчурні фонди, органи влади та представники бізнесу (бізнес-ангели). Також можуть існувати державні, регіональні та місцеві програми фінансування. Важливо впроваджувати доступ

до фінансів та інструменти, доречні для підприємств різних сфер та різних рівнів розвитку. Часто саме цей компонент вважається одним із ключових, проте правильне розуміння підприємцями реальної потреби у коштах, вміння визначити цю потребу виступають ключовими факторами.

Інновації є драйвером розвитку малих і середніх підприємств різних галузей, тож у цьому компоненті будуть доречними науково-дослідні центри, стартапи та різні акселераційні програми. Підприємства, бізнес-асоціації, українські та зарубіжні наставники та консультанти, бізнес-інкубатори, бізнес-акселератори, академічні установи можуть сприяти інноваціям у різних регіонах та на рівні держави []. Розвиток окремої організації може стимулювати інновації на всіх рівнях побутових, машинобудівних та інженерних послуг за допомогою таких заходів: бенчмаркінг; оцінка поточної виробничої практики та продукції; бізнес-інкубатори та бізнес-акселератори; індустриальні парки тощо. Все більше уваги приділяється ролі закладів освіти у процесі розробки та впровадження інновацій. Коли йдеться про новітню розробку, доречним буде створення можливостей для підприємців виготовляти прототипи продукції та мати доступ до дослідницьких закладів.

Компонент «Ринки» насамперед означає роботу із клієнтами. Йдеться не лише про доступ до ринків, але і про знання підприємців щодо ефективної маркетингової діяльності. Зокрема, представники повинні володіти інструментами або мати можливість ними скористатися за такими напрямками:

- Дослідження ринку дасть змогу виявити, які перспективи підприємств у кожному секторі. Тут рішення повинні бути зосереджені на двох напрямках: проведення дослідження ринку зовнішнім постачальником; навчання бізнесу щодо того, як проводять аудит ринку, маркетингові дослідження, вибір відповідного ринку і навіть дослідницьке агентство.

- Бенчмаркінг – це пошук еталонів, зразків для створення або функціонування компанії. Передбачає співставлення, порівняння і оцінку себе та обраного еталону. Є дуже ефективним як на початку роботи бізнесу, так і в процесі пошуку шляхів розвитку, нових ідей. Українські підприємства часто

мають унікальну можливість знайти натхнення у своїх більш досвідчених іноземних колег [30].

- Експортні можливості [157, 158]. На основі досліджень ринку необхідна освітня та технічна підтримка підприємців для визначення можливостей експорту.

- Сертифікація для роботи на міжнародних ринках потребує роз'яснень, а також наявності тих організацій, які могли б надати відповідну підтримку.

У роботі зі споживачами підприємств потрібно розвивати маркетингове мислення, що означає виготовлення тієї продукції та надання таких послуг, що є затребуваними ринком. Зі споживачами потрібно формувати довгострокові відносини, а також виходити на нові ринки. Важливими учасниками цього процесу могли би стати бізнес-асоціації, у тому числі торгово-промислові палати, бізнес-школи, освітні заклади, маркетингові, консалтингові агенції, ментори тощо.

До компоненту «Підтримка» відносимо донорські організації, як міжнародні організації, так і українські. Йдеться про технічну, фінансову допомогу, у тому числі гранти для розвитку малих і середніх підприємств. Цей компонент міг би стати джерелом знань, експертизи та коштів для підтримки усїєї екосистеми. Важливими складовими підтримки є:

- доступ до знань з різних аспектів ведення бізнесу;
- доступ до безоплатної і безповоротної фінансової допомоги (грантів);
- консалтинг та експертиза щодо будь-яких задач підприємця.

Культура. Пітер Друкер казав: «Культура з'їдає стратегію на сніданок» [145]. По суті, культура виступає невидимим фактором успіху будь-якої стратегії, який забезпечує впровадження задач та досягнення цілей, і, що важливо, сталість функціонування усїєї екосистеми. В підприємницькій екосистемі варто виділити декілька культурних вимірів, без яких вона не зможе ефективно розвиватися (рис.1.7):

- підприємницька культура, тобто підходи та способи ведення бізнесу, підходи до побудови партнерських взаємин тощо;

- ділова етика, практика управління людськими ресурсами, що передбачає ставлення до персоналу;
- ставлення до навколишнього середовища та суспільства, тобто взаємодія підприємців із довкіллям та суспільством.



Рис.1.7. Екосистема – культурні виміри

Джерело: складено автором

Бізнес-асоціації та представники спільно з навчальними закладами та урядом можуть бути залучені до процесу формування культури за допомогою таких зусиль:

- Просування ділової етики [150], партнерства та співробітництва.
- Пропагування екологічного способу ведення бізнесу, а також стандартів роботи.
- Бізнес-освіта, створення громад.

Людський капітал. Ще А.Сміт у вісімнадцятому сторіччі (1776) розглядав людський капітал як актив економічної цінності, приділяючи особливу увагу економічним результатам та наслідкам існування і застосування людського капіталу [159]. Стосовно підприємців Й. Шумпетер у 1931 році визнав значимість індивідуального підприємця, який є творчим руйнівником, деструктором з власними мотивами, побажаннями, прагненнями та діяльністю [160]. ОЕСР визначає людський капітал як «знання, навички, компетенції та інші атрибути, втілені в особах або групах осіб, набуті протягом їхнього життя та використані для виробництва товарів, послуг чи ідей у ринкових

умовах» [161, с. 10]. Запорукою успішності роботи будь-кого підприємства та підприємницької екосистеми загалом є доступність та можливості залучення й утримання робочої сили відповідної кваліфікації. Тож, цей компонент повинен концентруватися на наступних цілях: розвиток підприємницьких навичок, розвиток та утримання талантів, залучення нового кваліфікованого персоналу; утримання та розвиток наявних кваліфікованих кадрових ресурсів. Наведені цілі можуть бути, досягнуті спільними зусиллями навчальних закладів (університетів, інститутів, коледжів та ПТУ); місцевої влади; бізнесу та профспілок. Важливим завданням є залучення роботодавців до процесу навчання та розробки навчальних програм.

У «Посібнику з розробки підприємницьких екосистем», розробленому німецькими фахівцями [162, с.10], запропоновано розглядати підприємницькі екосистеми у процесі їх формування як продукт трьох елементів. Зокрема, навколишнього середовища, тобто бізнес-середовища та інвестиційного клімату; учасники екосистеми; культура. Безумовно, створення, взаємодія або вплив на бізнес-середовище, інвестиційний клімат, як і формування мережі взаємодії учасників екосистеми є ключовим завданням у процесі її формування.

Комітет донорів з розвитку підприємств (DCED) визначає бізнес-середовище як «комплекс політичних, правових, інституційних та регуляторних умов, що регулюють ділову діяльність, який включає адміністративний та правовий механізм, створений для реалізації державної політики, а також інституційні механізми, що впливають на діяльність ключових суб'єктів (наприклад, урядові установи)» [163]. На думку Комітету донорів, функціональні сфери реформ бізнес-середовища включають:

- спрощення процедур реєстрації та ліцензування бізнесу;
- вдосконалення податкової політики та адміністрування;
- забезпечення кращого доступу до фінансів;
- вдосконалення трудового законодавства та управління;
- підвищення загальної якості регуляторного управління;
- вдосконалення земельних прав, реєстрів та управління;

- спрощення та пришвидшення доступу до комерційних судів та альтернативних механізмів вирішення спорів;
- розширення державно-приватного діалогу;
- поліпшення доступу до ринкової інформації [163].

Бізнес-середовище - це підмножина інвестиційного клімату, яке відображає конкурентоспроможність країни загалом та кожного окремого регіону зокрема.

В рамках інвестиційного клімату DCEД розрізняє сім складових:

- фінансові ринки, які включають доступ до фінансів, фінансові норми тощо;
- верховенство закону, тобто юридичні права, які можуть, наприклад, стримувати корупцію або регулювати процес реєстрації бізнесу;
- людські ресурси (HR) та навички, напр. технічна та професійна освіта та навички акторів тощо;
- економічна передбачуваність, що означає загальну макроекономічну стабільність та шлях зростання;
- інфраструктура, тобто технічні структури, напр. дороги, телекомунікації, енергетика;
- політична ситуація, яка забезпечує безпеку планування та підвищує толерантність до ризику серед ММСП;
- ринки праці, що означає наявність кваліфікованих робітників та достатню відповідність між пропозицією праці та попитом на роботу.

На рис. 1.8 узагальнено основні складові бізнес- та інвестиційного середовища згідно Комітету донорів розвитку підприємств, які повинні, у першу чергу, бути враховані у процесі формування підприємницьких екосистем.

| | |
|-------------------------|--|
| Інвестиційне середовище | I1. економічна передбачуваність |
| | I2. політична ситуація |
| | I3. ринок праці |
| | I4. інфраструктура |
| Бізнес-середовище | Б1. правове середовище: реєстрація та ліцензування бізнесу; трудове законодавство; земельні права та реєстри |
| | Б2. оподаткування |
| | Б3. доступ до фінансів |
| | Б4. судова система та альтернативні механізми вирішення спорів |
| | Б5. державно-приватний діалог |
| | Б6. доступ до ринкової інформації |

Рис. 1.8. Інвестиційне та бізнес-середовище формування підприємницької екосистеми

Джерело: складено на основі [163]

Безумовно, ділове середовище та інвестиційний клімат впливають на підприємницьку екосистему і повинні враховуватися при її аналізі. Як демонструє рис. 1.4.5, для формування екосистеми варто зосередитись головним чином на бізнес-середовищі, оскільки це, швидше за все, сфера, яку можна вирішити в рамках програми розвитку приватного сектору. Крім того, слід детальніше розглянути найбільш релевантні компоненти інвестиційного клімату, тобто такі компоненти, на які може бути здійснений безпосередній вплив: економічна передбачуваність, політична ситуація та ринок праці. Оцінка бізнес-середовища та інвестиційного клімату може бути проведена на регіональному, національному та галузевому рівнях.

Взявши до уваги ключові аспекти інвестиційного та бізнес-середовища, встановимо учасників та ролі в підприємницьких екосистемах (Таблиця 1.10).

Середовище та гравці у компонентах підприємницьких екосистем

| Компонент | Гравці | Елемент середовища |
|---------------------|---|--|
| Формування політики | Владні структури, Об'єднання підприємців Міжнародні організації | І1. економічна передбачуваність І2. політична ситуація І3. ринок праці Б1. правове середовище Б2. Оподаткування Б4. судова система та альтернативні механізми вирішення спорів Б5. державно-приватний діалог |
| Інфраструктура | Владні структури, сервісні організації | І4. Інфраструктура Б4. судова система та альтернативні механізми вирішення спорів Б5. державно-приватний діалог |
| Фінанси | Владні структури, інвестиційні фонди, банки, об'єднання підприємців | І1. економічна передбачуваність Б2. оподаткування Б3. доступ до фінансів |
| Інновації | Владні структури, об'єднання підприємців, дослідницькі інститути, університети, бізнес- інкубатори, бізнес- акселератори | І3. ринок праці І4. інфраструктура Б6. доступ до ринкової інформації |
| Ринки | Об'єднання підприємців, сервісні організації, університети, інститути, владні структури | І4. інфраструктура Б1. правове середовище Б6. доступ до ринкової інформації |
| Підтримка | Сервісні організації, владні структури, бізнес- школи, університети, бізнес-інкубатори, бізнес- акселератори | І1. економічна передбачуваність І4. інфраструктура Б1. правове середовище Б2. оподаткування Б3. доступ до фінансів Б4. судова система та альтернативні механізми вирішення спорів Б5. державно-приватний діалог Б6. доступ до ринкової інформації |
| Культура | Об'єднання підприємців, бізнес-школи, університети, освітні заклади, бізнес- інкубатори, бізнес- акселератори | І1. економічна передбачуваність І2. політична ситуація Б2. оподаткування Б4. судова система та альтернативні механізми вирішення спорів Б5. державно-приватний діалог Б6. доступ до ринкової інформації |
| Людський капітал | Освітні заклади, університети, бізнес- школи, владні структури | І3. ринок праці І4. інфраструктура Б5. державно-приватний діалог Б6. доступ до ринкової інформації |

Джерело: складено автором

Учасники екосистеми та їх вплив на різні елементи середовища по суті і формують підприємницьку екосистему. Як бачимо, владні структури, підприємці та їх об'єднання задіяні у практично всіх компонентах підприємницької екосистеми, натомість деякі учасники (стейкхолдери) задіяні в окремих компонентах, проте їх вплив на формування визначених компонентів та на привабливість середовища є дуже вагомим. Наприклад, освітні заклади, дослідницькі інституції, бізнес-школи, університети, сервісні організації по суті формують компоненти, до яких вони дотичні. На підприємницькі екосистеми чинять вплив різні елементи інвестиційного та бізнес середовища. При цьому важливо розуміти, що стейкхолдери власне і виступають формувачами факторів. Наприклад, держава має неабиякий вплив на такі фактори як правове середовище, оподаткування, судова система, державно-правовий діалог. При цьому однозначно можна стверджувати, середовище формування та існування підприємницької екосистеми є дуже залежним від залученості стейкхолдерів.

Важливим питанням у процесі формування підприємницьких екосистем є визначення їх ознак. У дослідженні Мейсона на Брауна здійснено спробу узагальнити ознаки успішних підприємницьких екосистем [85], що наведені на рис. 1.9 нижче. На нашу думку, підприємницькі екосистеми повинні мати ці ознаки, проте зовсім необов'язково мати всі з них для того, щоб вважати підприємницьку екосистему ефективною.

| |
|--|
| Попередня історія підприємництва або промисловості |
| Наявність «великих діючих підприємств» |
| Історії успіху |
| «Підприємницька переробка» сприяє зростанню |
| Обмін інформацією |
| Підприємницька культура |
| Доступ до фінансів |
| Взаємодія з навчальними закладами |
| Наявність професійних послуг |

Рис. 1.9. Ознаки підприємницьких екосистем

Джерело: складено на основі [85]

Розглянемо ознаки підприємницьких екосистем детальніше:

1. Наявність попередньої історії підприємництва або промисловості. Підприємницькі екосистеми, як правило, виникають в місцях, які мають певні активи. Наприклад, поява Оксфорда як підприємницької екосистеми, безсумнівно, пов'язана з її стратегічним розташуванням щодо Лондона та аеропорту Хітроу, його привабливістю як місцем для проживання, університетом та пов'язаним світовим брендом та унікальним кластером урядових лабораторій Великобританії [164]. Підприємницькі екосистеми, як правило, бажані місця для проживання або через їх культурні особливостями, або за їх інфраструктурою. Екосистема швейцарських медичних технологій розвинулася на тлі навичок точності, запроваджених годинниковою індустрією. Унікальне поєднання біотехнологічних та інженерних навичок дозволило виготовляти кращі медичні вироби [165].

2. «Наявність великих діючих підприємств». В основі підприємницької екосистеми, як правило, лежить принаймні одне або декілька, «великих діючих підприємств», що мають значні функції управління (наприклад, головний офіс або підрозділ / допоміжний офіс), а також здійснюють науково-дослідні та виробничі заходи. Цей бізнес також буде багатий на технології. Вони відіграють значну роль у розвитку екосистеми через низку причин:

- Великі підприємства приваблюють талановитих фахів, великі підприємства виступають своєрідними «магнітами талантів», наймаючи велику кількість кваліфікованих працівників, багато з яких є випускниками навчальних закладів та приїждять з інших регіонів [93].
- Розвинуті підприємства забезпечують розвиток управлінських навичок своїх працівників, формуючи фахівців з технічними, технологічними і також управлінськими навичками. Такі спеціалісти є цінним ресурсом для малих компаній, даючи можливість залучення їх до работ.
- Подібні компанії є джерелом нового бізнесу, оскільки частина персоналу піде, щоб заснувати власні компанії. У Китаї, як вже зазначалось вище, екосистеми формуються саме довкола великих компаній. «Кластерні

карти», де показано, де спочатку працювали засновники підприємств, висвітлюють ключову роль певних компаній як джерел великої кількості виділених підприємств [165].

- Великі компанії відіграють важливу роль у розвитку регіональних екосистем, особливо у віддалених регіонах, розвитку пулу управлінських талантів в екосистемі ([166]) та наданні комерційних можливостей місцевому бізнесу. Наприклад, МСП у нафтогазовій екосистемі Великобританії в Абердіні мали змогу продавати транснаціональним енергетичним компаніям, що працюють у Північному морі, а в багатьох випадках також "підробляти" ці відносини для виходу на інші ринки нафти та газу по всьому світу ([85, 167]).
- Великі компанії також можуть робити різні інші внески, включаючи надання місця та ресурсів для місцевих стартапів, створення програм заохочення стартапів та розвиток компаній, що вдосконалюють власні екосистеми. Айзенберг стверджує (2013), «ви просто не можете мати процвітаючу підприємницьку екосистему, якщо великі компанії не культивують її навмисно чи іншим чином» [168]. Але для того, щоб ці переваги мали місце, бізнес вимагає відкритості та співпраці. І

3. Визнання та наявність історій успіху. Айзенберг підкреслює своїм «законом малих чисел», що для того, щоб отримати великі переваги для екосистеми з наслідками переливу, потрібно лише кілька підприємницьких успіхів з точки зору моделей для наслідування, серійних підприємців, інвесторів-ангелів, венчурних капіталістів, правління членів, радників та наставників [107]. Це підтверджується в різних країнах, екосистемах та кластерах. На сайтах кожної з державних установ, екосистем ми можемо прочитати історії успіху підприємців. Компанія Nokia у Фінляндії створила підприємницький «навчальний полігон» для величезної кількості нових стартапів. Так, підприємницька екосистема у Фінляндії дозріла, вона вже не базується на єдиному бізнесі Nokia, трансформувавшись до такої екосистеми, де більш поширені малі стартапи, демонструючи, що підприємницькі екосистеми дуже динамічне, а не статичне

явище [169]. По суті, наявність саморобного стартапу, який став глобальною силою, є життєво важливим сюжетом у громаді: він показує можливості підприємництва та потенційні вигоди від залишення стабільної роботи для ризиків створення власної компанії. Збагачення підприємництва екосистемами, яке забезпечується корпоративною невдачею, було позначено як «падіння китів» [170]. Навіть невдача компанії Nokia, спонукала виникнення нових підприємств, створених у тому числі талановитими співробітниками компанії

4. «Підприємницька переробка». Зростання підприємницьких екосистем зумовлене процесом «підприємницької переробки» [171]. Підприємці, які створили успішні (але не обов'язково великі) компанії, можуть їх продавати, проте дуже важливо, щоб вони реінвестували кошти в екосистему, створюючи нові підприємства, або долучаючись у якості менторів, експертів, інвесторів.

5. Обмін інформацією. Підприємницькі екосистеми також характеризуються як «багаті інформацією». У такому середовищі люди можуть отримати доступ до інформації та знань щодо нових потреб покупців, нових та нових технологій, можливостей співпраці, експлуатації або доставки, наявності компонентів та верстатів, концепцій обслуговування та маркетингу, а отже, легше сприймати прогалини у продуктах, послугах або постачальниках. заповнити. Організовані та випадкові зустрічі - це основні канали, за допомогою яких така інформація передається. Але зазвичай цього недостатньо для ефективного обміну такою інформацією та знаннями. Унікальні можливості нетворкінгу створюють

6. Підприємницька культура. Культурні особливості є також важливою ознакою екосистеми. У підприємницьких екосистемах невдачі повинні сприйматись нормально (Фельд, 2012) [114]. Також участь в екосистемі повинна базуватись на основі широкого обміну досвідом та знаннями.

7. Наявність фінансів є ще однією найважливішою особливістю підприємницьких екосистем. Особливо важливим є доступ до інвестицій на початку підприємницької діяльності. Наприклад, фонд Йозми був створений урядом Ізраїлю в 1992 році явно для передачі інвестиційного досвіду та контактів

до Ізраїлю від іноземних (переважно американських) венчурних капіталістів [105].

8. Взаємодія з університетами. Університети також відіграють важливу роль у підприємницьких екосистемах, але не ту важливу роль, яку їм часто приписують, вважають Мейсон та Браун [85], що обумовлено низкою причин:

- Провідні університети, що базуються на дослідженнях, є не в усіх екосистемах.
- Практика університетських офісів передачі технологій іноді розглядається як перешкода для комерціалізації досліджень через високий рівень бюрократії.

Найважливішим внеском університетів до підприємницьких екосистем є її студенти, які пропонують нові ідеї та збільшують інтелектуальну спроможність громади [114, 148].

9. Наявність професійних послуг - юристів, бухгалтерів, кадрових агентств та бізнес-консультантів, які розуміють потреби підприємницького бізнесу та можуть допомогти молодим фірмам уникнути помилок на старті та виконувати непрофільні види діяльності, що передаються підрядникам. Такі фірми часто готові запропонувати свою підтримку новоствореним компаніям безкоштовно, очікуючи, що з часом виникнуть довгострокові ділові відносини.

Даний перелік ознак підприємницьких екосистем не є вичерпним, проте закономірним є необхідність їх формування, а виникнення у окремо взятому місті, громаді, регіоні більше 5 подібних ознак дає можливість стверджувати, що є потенціал для створення підприємницької екосистеми на основі побудови конструктивного діалогу між різними групами стейкхолдерів.

1.3. Світові практики державного регулювання розвитку підприємницьких екосистем

Підприємства є основними рушіями економічного та соціального добробуту, особливо малі і середні підприємства представляючи 99% усіх підприємств, створюючи близько 60% зайнятості та складаючи від 50% до 60% доданої вартості в країнах ОЕСР, малі та середні підприємства є ключовими гравцями у забезпеченні стійкого та інклюзивного економічного зростання [27]. Варто зауважити, що малі і середні підприємства набагато більше залежать від підприємницької екосистеми та політичного середовища, ніж великі компанії. Оскільки весь світ переживає низку суттєвих змін в економіках та суспільствах, малі та середні підприємства є важливими суб'єктами перехідного періоду: вони забезпечують основне джерело зайнятості, становлять промислову структуру багатьох регіонів та міст, сприяють ідентичності місцевих громад і є важливими елементами у внутрішніх та глобальних ланцюгах створення вартості.

Країни-члени ОЕСР займають лідируючі позиції серед рівня розвитку підприємництва, тож розглянемо досвід розвитку підприємництва у зазначених країнах. Структура підприємств, насамперед малих та середніх, загалом стабільна в усіх країнах ОЕСР, і діяльність цих підприємств, як правило, зосереджена на конкретних послугах з меншими потребами в ресурсах. Однак відбувається багато динамічних змін, особливо в галузях, сильно залежних від цифрової трансформації, тож показники продуктивності праці, виплачуваної заробітної плати та міжнародної конкурентоспроможності значно різняться в різних секторах, регіонах та фірмах.

У цьому розділі, в рамках міжнародного виміру, до розгляду було обрано по одній розвиненій країні з кожного регіону ОЕСР:

- Австралія та Океанія – Австралія;
- Азія – Японія;
- Америка – США;
- Європа – Німеччина.

У звіті “Прогнози ОЕСР для МСП 2019” було представлено детальну концептуальну базу умов існування МСП в країні (рис.1.10), за якою головними складовими є інституційна та нормативно-правова база, кон'юнктура та інфраструктура ринку, доступ до фінансів та інноваційних активів, кваліфікація і навички. Але так чи інакше вищезазначені умови підвладні циклічному характеру та мають певну залежність один від одного, перші три блоки описують ділове середовище діяльності МСП, останні три – можливості доступу до ринків та використання стратегічних ресурсів.

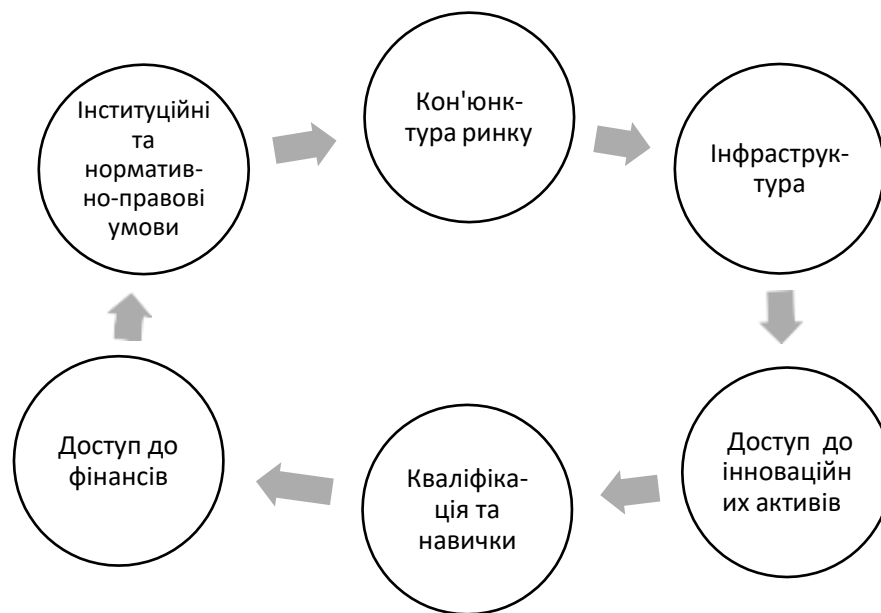


Рис.1.10. Концептуальна база умов існування МСП
Джерело: [27]

Наведена концептуальна база умов існування МСП може бути перенесена на запропоновану структуру підприємницької екосистеми. Зокрема, має місце кореляція кожної окремо взятої умови із компонентами підприємницької екосистеми, наведена у Таблиці 1.11.

Розглянемо сутність кожної з умов існування МСП згідно концептуальної бази умов існування за підходом ОЕСР.

Таблиця 1.11

Відповідність компонентів підприємницької екосистеми та умов існування МСП згідно ОЕСР

| Компоненти підприємницької екосистеми | Умови існування МСП згідно ОЕСР |
|---------------------------------------|--|
| Формування політики Підтримка | Інституційні та нормативно-правові умови |
| Фінанси | Доступ до фінансів |
| Людські ресурси Культура | Кваліфікація та навички |
| Інновації | Доступ до інноваційних активів |
| Інфраструктура Підтримка | Інфраструктура |
| Ринки | Кон'юнктура ринку |

Джерело: складено автором на основі [27]

Інституційні та нормативно-правові умови. Як зазначено у Таблиці 2.1, дана умова відповідає компонентам підприємницької екосистеми «Формування політики» та «Підтримка». Перший із зазначених компонентів стосується нормативної та інституційної діяльності владних структур, другий – відноситься до питань створення сприятливих умов ведення бізнесу. З огляду на те, що нормативні бар'єри для підприємництва з часом зменшуються, але основною перешкодою для МСП все ще залишаються зусилля спрямовані на скорочення тяганини та підвищення прозорості економічної ефективності державного управління, складність регуляторних процедур. Витрати на дотримання адміністративних вимог є порівняно вищими для менших підприємств. Цей розділ охоплює широке коло питань, таких як регулювання товарного ринку, регулювання зайнятості, створення фірм та режими неплатоспроможності, оподаткування, конкуренцію, судову та законодавчу бази, державне управління.

комунікаційні технології (ІКТ), допомогли таким підприємствам залучитись до глобальної діяльності. У цьому розділі робиться наголос на внутрішньому ринку, щоб врахувати той факт, що малі та середні підприємства є переважно місцевими суб'єктами господарювання, що вбудовані в сусідні ринки та екосистему. Досліджуються такі питання, як динаміка внутрішнього ринку (наприклад концентрація, спеціалізація, оцифрування тощо), позиціонування у глобальних ланцюгах створення вартості та наявність транснаціональних компаній (ТНК), розмір та практика державних закупівель.

Інфраструктура. Ця умова відображає такі елементи підприємницької екосистеми як «Інфраструктура» та «Підтримка». Фізична, цифрова та мережева інфраструктура є основою динамічної екосистеми підприємств. Якість інфраструктури особливо актуальна для виходу малих та середніх підприємств на далекі ринки та залучення до глобальних ланцюгів створення якості. Так само добре функціонуюча інфраструктура забезпечує безпечний та економічно-ефективний доступ до стратегічних ресурсів. У цьому розділі розглядається спроможність та продуктивність інфраструктури у різних сферах, включаючи логістику та транспорт, енергетику, інтернет та інформаційно-комунікаційні технології (ІКТ), а також внутрішні науково-дослідні та дослідно-конструкторські роботи (НДДКР) та інновації. ІКТ є основною сферою інвестицій у інфраструктуру в більшості країн. На Рис. 1.12 представлені інвестиції у НДДКР, ІКТ та транспортну інфраструктуру, у відсотках до ВВП, доступні з 2017 або за останній рік.

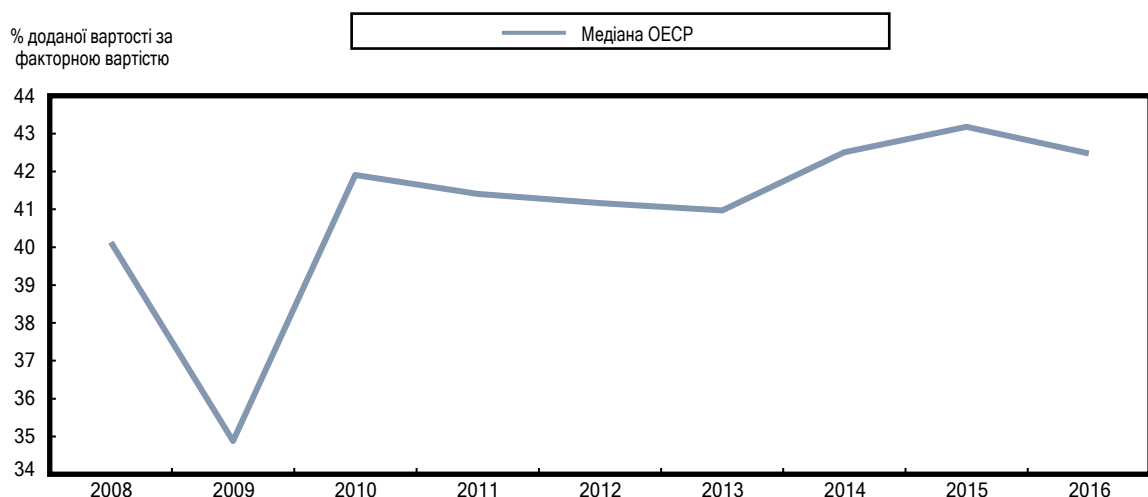


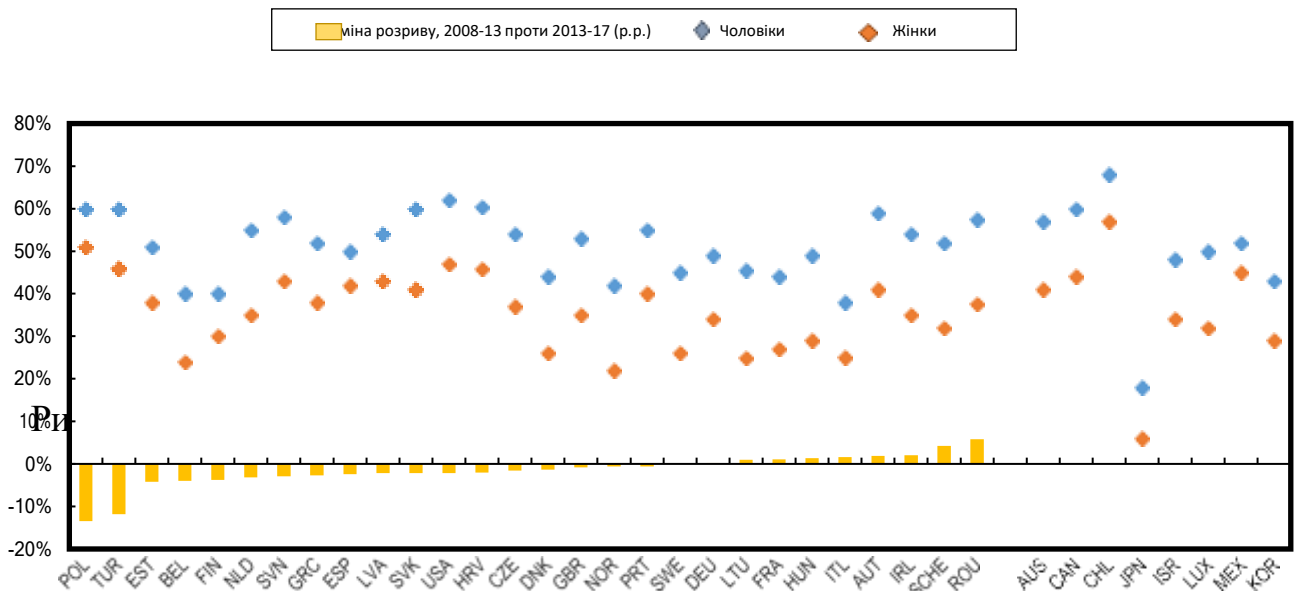
Рис 1.12. Медіана ОЕСР доступу до фінансів, тенденція 2008-16 рр.

Джерело: [16]

Рис 2.4 ілюструє медіану ОЕСР доступу до фінансів, а саме те, що малі та середні підприємства відновили свою норму прибутку, як відсоток від доданої вартості. Нормативи операційного прибутку вимірюються як валовий операційний надлишок у відсотках від доданої вартості. Додана вартість оцінюється за факторними витратами. Медіана ОЕСР обчислюється на основі 24 країн, для яких були дані. Дані для Норвегії охоплюють лише виробництво та не включені до медіани ОЕСР. Зміна гендерного розриву вимірює зміну між періодом 2013-2017 по відношенню до періоду 2008-2013 рр.

Кваліфікація та навички є умовами, що відповідають компонентам «Людські ресурси, персонал» та «Культура». Малі та середні підприємства стикаються з більшими труднощами у виявленні, залученні та розвитку кадрів, ніж великі фірми. Хоча зусилля з формування компетенції підприємництва з часом значно зросли, останні результати опитування ОЕСР показують, що люди не впевнені в своїх можливостях розпочати бізнес. Однак навички є ключовими активами для засвоєння технологій та інновацій, управління організаційними змінами. Цей розділ поєднує фокус на підприємницькій культурі з акцентом на людському капіталі та розвитку навичок. Розробляються такі питання, як охоплення студентів та успішність у формальній освіті, грамотність дорослих, легкість доступу до навчання, підприємницька культура та освіта, використання навичок на роботі. Крім того, у цьому розділі розглядаються умови ринку праці,

включаючи якість роботи та масштаби невідповідності навичок (що відображається у тенденціях зайнятості та безробіття), нестандартної зайнятості та напруженості робочих місць. Існує широкий гендерний розрив у сприйнятті дорослими своїх навичок підприємництва (Рис. 2.5) Частка дорослих, що мають навички та знання для започаткування бізнесу, тенденція 2013-2017рр.



Доступ до інноваційних активів. Інновації є результатом процесу накопичення, завдяки якому фірми збільшують свій запас знань. У цьому розділі приділяється велика увага питанням матеріальних та нематеріальних активів, до яких малі та середні підприємства можуть отримати доступ та керувати ними, вивчаючи дифузіїю ключових інструментів ІКТ у фірмах та розглядаючи, наскільки малі та середні підприємства створили достатній внутрішній потенціал для участі в технологічно-інтенсивних заходах або інтегрування НДДКР та інноваційних мереж. Охоплює різні питання, включаючи технологічне обладнання, права інтелектуальної власності (патенти, торгові марки), нові організаційні та маркетингові практики з підтримкою інформаційних технологій (ІТ), НДДКР та інновації, що проводяться малими та середніми підприємствами, та інтеграцію їх в інноваційні мережі.

Австралія. До малих та середніх підприємств в Австралії відносять компанії із кількістю працівників менше 20 осіб та вони становлять майже 98% підприємств [177]. Малі підприємництва переважають у всіх галузях економіки та в усіх регіонах Австралії. Не існує «типового» малого та середнього підприємства. На малі підприємства припадає 35% валового внутрішнього прибутку і займає 44% робочої сили Австралії. З 877 744 загальної кількості підприємств, що працюють, 823 551 - малий бізнес (93,8%), а з них 627 932 - це підприємства, в яких працюють лише 1-4 особи, відомі як мікро підприємництва (76,2%). У ряді статистичних даних найбільший внесок малого та середнього підприємництва припадає на три сектори. Сільське господарство, лісове господарство та рибальство - приносять найбільшу додану вартість. Будівництво посідає четверте місце за кількістю малих підприємств, що створюють додану вартість.

З моменту останнього звіту у 2016 році загальна кількість австралійських підприємств зросла на 5,5%, збільшившись за всіма категоріями. У малому підприємстві працює 2,2 млн. чоловік. Розподіл за категоріями малого підприємництва залишається стабільним. Більшість австралійських підприємств (62%) є індивідуальними торговцями, які не мають працівників. На мікробізнес (1-4 працівники) припадає 27%, а на малий бізнес (5-19 працівників) - 8,5%.

Таблиця 1.12

Розмір бізнесу в Австралії за зайнятістю

| Співробітники | Кількість фірм | % |
|----------------------|-----------------------|-------------|
| 0–19 (малі) | 2 259 098 | 97,7% |
| 20–199 (середні) | 50 338 | 2,2% |
| 200+ (великі) | 3855 | 0,2% |
| Всього | 2313 291 | 100% |

Джерело: побудовано автором на основі [17]

В Австралії регулятором МСП виступає Австралійський омбудсмен з питань малих, середніх та сімейних підприємств (АМСП), співпрацюючи з Австралійським бюро статистики (АБС), та Австралійським податковим управлінням (АПУ). Частина ролі Австралійського омбудсмена з питань малих, середніх та сімейних підприємств полягає в підвищенні профілю австралійського сектору МСП, щоб він отримав належну увагу та підтримку - з усіх рівнів управління, державного сектору, місцевого самоуправління та засобів масової інформації. З моменту відкриття офісу в березні 2016 року АМСП надали пряму підтримку тисячам підприємств, здійснили численні запити, огляди та звіти про ключові проблеми, що впливають на сектор МСП та зробили сотні подань уряду. За цей час спостерігалися деякі помітні зміни у низці статистичних даних про МСП, які відображені нижче в аналізі.

Малі та середні підприємництва частіше впроваджують інновації та виходять на ринок нових товарів та послуг, ніж великі. Виміряна в абсолютних цифрах, переважна більшість інноваційних фірм (класифіковано як підприємство, яке представило новий або значно вдосконалений товар або послугу, операційний або організаційний процес чи метод маркетингу) [178] - це малі підприємства. Проблема МСП в Австралії - залишатися життєздатними, посилюється через несвоєчасну оплату рахунків. Більше половини малих та середніх підприємств отримують виплати за фактурами із запізненням, причому запізнення виплат надходять в середньому через 23 дні після їх сплати [179]. Доступ до зовнішнього капіталу для підтримки грошових потоків також ускладнюється. У лютому 2018 року кредитування підприємств зменшилось на 3,3%, а з лютого 2019 року - на 2,4% [180].

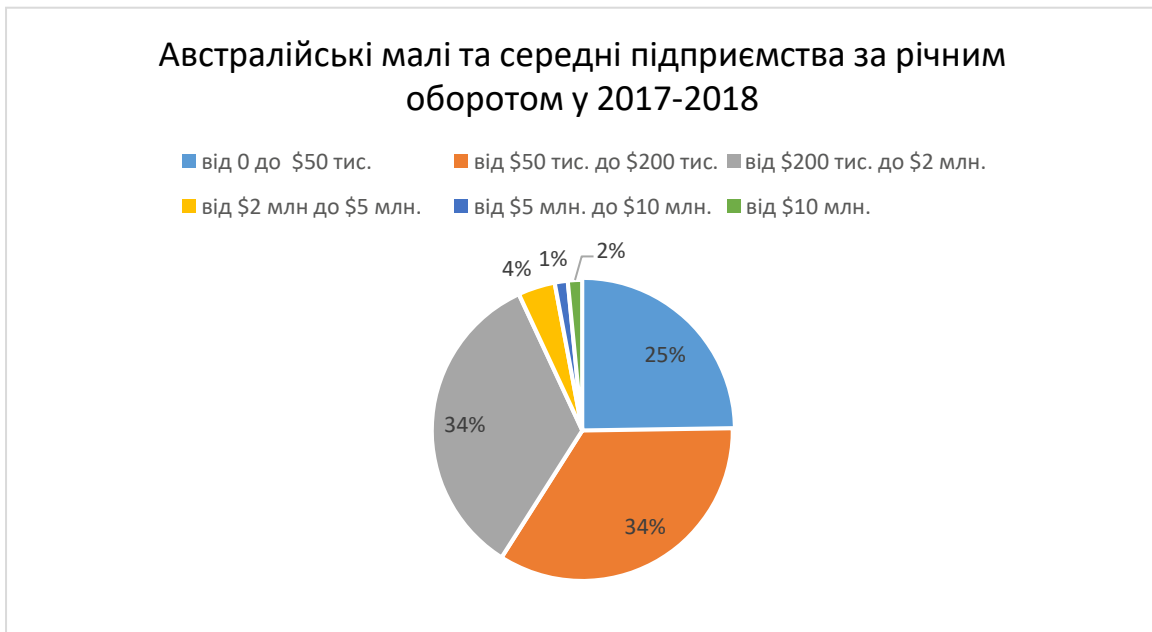


Рис. 1.13. Австралійські малі та середні підприємства за річним оборотом у 2017-2018рр.

Джерело: побудовано автором на основі [177]

На рис. 1.13 зображено розподіл австралійських малих та середніх підприємств за річним оборотом у 2017-2018 роках. Порівняно з визначенням АПУ малого бізнесу (оборот менше 10 мільйонів доларів) малий бізнес становить 98,45% усіх австралійських підприємств. Більше половини австралійських підприємств мають оборот менше 200 000 доларів. Здійснимо огляд малих та середніх підприємств Австралії за визначеною концептуальною базою ОЕСР умов існування МСП в країні:

Інституційна та нормативно-правова база. В Австралії вартість відкриття підприємства є однією з найбільш пристосованих в ОЕСР. Минулі реформи значно скоротили час та витрати на вхід у бізнес, але режим неплатоспроможності залишається більш жорстким, ніж медіана ОЕСР, яка зазначена вище. Уряд докладляє зусиль для зменшення регуляторного навантаження на менші фірми. У 2017 році Австралія провела реформу про неплатоспроможність, скоротивши термін банкрутства (до одного року замість трьох) та «безпечну гавань» від особистої відповідальності підприємців [180].

Кон'юнктура ринку. Великі відстані Австралії, віддаленість від світових ринків та концентрація ділової діяльності в невеликій кількості міських районів перешкоджають конкуренції та уповільнюють поширення інновацій.

Інфраструктура. Австралія стикається з високими витратами на внутрішній транспорт і важким доступом до глибинки.

Доступ до фінансів. Умови доступу австралійських малих та середніх підприємств до банківських фінансів відповідають медіані ОЕСР. Проте різниця процентних ставок зросла за останні роки, що відображає переоцінку ризику кредитування МСП, і підприємства на стадії запуску або розширення стикаються з більшими труднощами. Для вдосконалення обов'язкової кредитної інформації МСП та ініціатива «Відкритий банк» була запроваджена. Комплексна система кредитної звітності, що має на меті покращити прозорість оцінки ризиків, дозволяючи підприємцям обмінюватися своїми даними з небанківськими кредиторами. У 2016 році Австралія також реформувала свою податкову систему з метою стимулювання інвестицій у стартапи з високим потенціалом. З 2016 року дозволяється компаніям FinTech випробовувати інноваційні рішення, і була створена рамкова система акціонерного капіталу.

Кваліфікація та навички. Австралія посідає високе місце серед країн ОЕСР за рівнем грамотності дорослих та знанням студентів основних компетенцій. Брак навичок є низьким порівняно з іншими країнами ОЕСР.

Доступ до інноваційних активів. Впровадження австралійськими малими та середніми підприємствами нових вдосконалених цифрових технологій, зокрема послуг хмарних обчислень та електронної комерції, є одним з найвищих у регіоні ОЕСР, але є можливість для покращення участі підприємств у НДДКР. Фонд технологій наступного покоління (2016-26) виділяє \$500 млн. на пришвидшення НДДКР щодо стратегічних пріоритетів оборони [27].

Отже, малі та середні підприємства Австралії мають на меті підвищити увагу до своєї діяльності, через отримання належної підтримки - з усіх рівнів управління, державного сектору, засобів масової інформації. З аналізу, що вище, спостерігаються деякі помітні зміни у низці статистичних даних про МСП. Було

зібрано статистичні дані з різних австралійських державних установ, які дали краще розуміння сектору малого та середнього підприємництва. Оскільки цей сектор продовжує рухати економіку Австралії вперед, залучаючи майже половину робочої сили в країні, це показує, чому малі та середні підприємства насправді важливі.

Японія. Понад 99% усіх підприємств Японії - це малі та середні підприємства, вони наймають більшість працездатного населення і забезпечують значну частку економічного зростання в країні [181]. Хоча більшість із цих компаній не такі відомі, як гіганти Японії, вони є фундаментом сфери послуг і важливою частиною виробничого та експортного ланцюга поставок. Отже, стан цього величезного сектору має вирішальне значення для стану економіки в цілому. Але одночасно, малі та середні підприємства є одними з найбільш песимістичних японських підприємств, які найбільше постраждали від рецесії, що настала після фінансової кризи 2008 року.

Таблиця 1.13

Визначення малих та середніх підприємств в Японії за основними галузями

| Галузь | Капітал | Співробітники |
|-------------------------|----------------|----------------------|
| Виробнича промисловість | до \$3 млн | до 300 |
| Оптова торгівля | до \$1 млн | до 100 |
| Сфера послуг | до \$500 тис | до 100 |
| Роздрібна торгівля | до \$500 тис | до 50 |

Джерело: побудовано автором на основі [182]

Визначення того, що становить МСП, різниться залежно від країни, Японія використовує визначення відповідно до Основного закону про мале та середнє підприємство та офіційно використовується Міністерством економіки, торгівлі та промисловості Японії (METI). METI - центральний орган виконавчої влади Японії. Відповідає за планування і виконання економічної політики країни. Засноване 1 квітня 1925 року. Згідно з законом Японії від 1999 року про Міністерство економіки, торгівлі та промисловості Японії, має на меті сприяти

зростанню економічної активності громадян, забезпечувати поступовий розвиток промисловості, внутрішньої і зовнішньої економіки, провадити стабільне і ефективне забезпечення країни корисними копалинами та енергією. Як видно з таблиці 1.13 згідно японської класифікації суб'єктами малого та середнього підприємства в секторі роздрібної торгівлі та сфери послуг є підприємства з капіталом до \$500 тис, в секторі оптової торгівлі з капіталом до \$1 млн, у виробництві з обсягом до \$3 млн капіталу. Крім того, це обмеження кількості співробітників також має велике значення: у роздрібній торгівлі з менше ніж 50 працівниками, у сферах послуг та оптовій торгівлі з менше ніж 100 працівниками, у тих, що працюють на виробництві з менше ніж 300 працівниками.

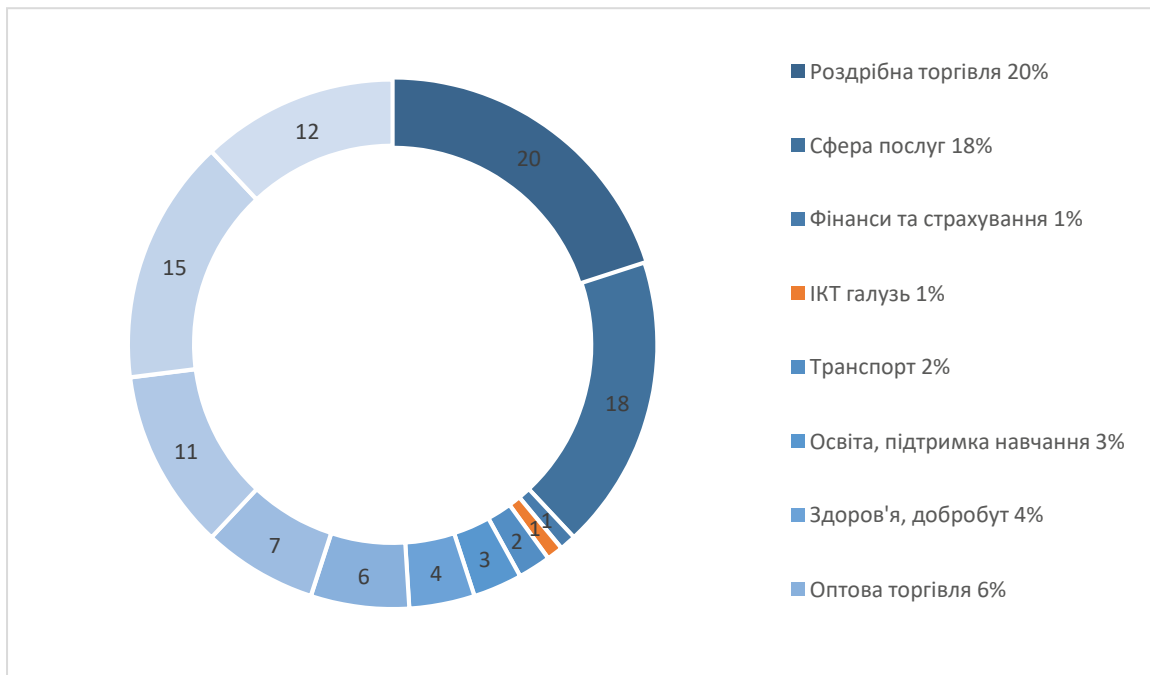


Рис. 1.14. Склад сектору малих та середніх підприємств в Японії
(% підприємств)

Джерело: побудовано автором на основі [182]

Малі та середні підприємства переважають в японській економіці, складаючи левову частку підприємств у всіх секторах. Такі підприємства є найчисленнішими у сферах роздрібної торгівлі, сфери послуг та ресторанного бізнесу (Рис.2.7), але серед найбільш продуктивних є й ті, що у виробничому секторі. Хоча багато хто із секторів послуг повністю залежать від внутрішнього

попиту, значна частина виробників МСП є основними постачальниками відомих великих експортерів Японії. Проведемо огляд малих та середніх підприємств Японії за визначеною концептуальною базою ОЕСР умов існування МСП в країні:

Інституційна та нормативно-правова база. Режим корпоративної неплатоспроможності в Японії є одним з найефективніших у регіоні ОЕСР. Однак умови для започаткування бізнесу та нормативна база залишаються порівняно складними. Основна політика економічного та бюджетного управління та реформ 2018 року забезпечує основу для регуляторних реформ, включаючи зменшення витрат, пов'язаних з адміністративними процедурами. Умови передачі бізнесу також були переглянуті у 2018 році із зменшенням оподаткування спадщини ліцензій та дозволів та впровадженням нових регіональних агентств підтримки спадкоємності підприємств [27].

Кон'юнктура ринку. Японія міцно інтегрована у валову додану вартість і є основним експортером товарів з високою доданою вартістю. Підвищення торгового протекціонізму стало ключовим фактором уразливості, враховуючи зростання експорту в країні з середини 2016 року. Основна політика економічного та бюджетного управління та реформ 2018 року передбачає всебічну підтримку закордонного розвитку МСП, в тому числі шляхом посилення правоздатності у міжнародних суперечках та арбітражі (наприклад, допомога у проведенні досліджень юристами та переклад японського законодавства).

Інфраструктура. Через сім років після Великого землетрусу майже всі виробничі потужності були відновлені, і Японія прагне побудувати Систему технічного обслуговування інфраструктури наступного покоління. Уряд має досягти запланованої суми близько \$300 млрд. замовлень на інфраструктурні системи в 2020 році. Застосування інтелектуальних технологій для розвитку інфраструктури розглядається як пріоритет для досягнення урядового бачення «Суспільства 5.0» (соціально-економічна та культурна стратегія розвитку суспільства, заснована на використанні цифрових технологій у всіх сферах

життя). Новий пакет економічної політики 2017 року передбачає надати послуги з автоматизованого транспорту до 2020 року та підтримати розповсюдження та використання 3D-даних та ІКТ у будівельному секторі [27]. У 2017 році розпочато програму з метою залучення експертів з малих та середніх підприємств для розповсюдження інформації та найкращих практик щодо технологічних інновацій у будівельній галузі.

Доступ до фінансів. Позики для малих та середніх підприємств в Японії постійно зростали з 2013 року на тлі дуже низьких процентних ставок, при цьому непогашені позики підприємств перевищували докризовий рівень у 2016 р. У 2017 році уряд реформував програму кредитних гарантій, щоб зменшити надмірну залежність банків від кредитних гарантій та заохотити кредитування на основі оцінки бізнесу. Реформа передбачає зменшення коефіцієнта гарантійного покриття для депресивних галузей промисловості зі 100% до 80%, але також запроваджує 100% гарантію для стартапів для просування інновацій приватного сектору [183].

Кваліфікація та навички. Японія має високоосвічену робочу силу з навичками для передових технологій. Проте, у 2016 році 48,2% малі та середні підприємства повідомили про нестачу основного персоналу.

Доступ до інноваційних активів. Японія є світовим лідером за рівнем інтенсивності НДДКР (3,14% ВВП у 2016 році) [183]. Однак, дослідницька діяльність у галузі бізнесу в основному зосереджена у великих фірмах, а участь малих та середніх підприємств залишається однією з найнижчих у регіоні ОЕСР. Японські малі та середні підприємства, як правило, використовують менше цифрових технологій, ніж такі підприємства у більшості інших країн ОЕСР (Рис.2.1.7).

Отже, незважаючи на те, що малі та середні підприємства поділяють багато викликів великих компаній, на них також по-різному впливають одні й ті самі проблеми. Фінанси та людський капітал є основою кожного підприємства та є переважаючими факторами, що визначають, чи може мале підприємство вирватися із сектору та стати більшим підприємством. Досвід малих та середніх

підприємств щодо цих двох найважливіших питань значною мірою відрізняє їх від великих підприємств.

Сполучені Штати Америки. МСП є основою економіки США, яка за останні десятиліття створила дві третини всіх нових робочих місць. Малі та середні підприємства, які експортують, зростають набагато швидше, швидше додають робочі місця і виплачують вищу заробітну плату, що становить 98% усіх визначених експортерів у США та підтримує майже чотири мільйони робочих місць у громадах по всій Америці як за допомогою прямого, так і непрямого експорту. Основними напрямками експорту для малого бізнесу США є Канада, Мексика, Китай, Японія та Великобританія. При цьому підприємці США виділили такі основні труднощі у своїй роботі (Рис. 1.15):



Рис.1.15. Розподіл найважливіших проблем, з якими стикалися малі та середні підприємства у США станом на 2019 рік

Джерело: побудовано автором на основі [184]

На графіку розподілу найважливіших проблем, з якими стикалися малі та середні підприємства у США станом на 2019 рік видно, що суттєвою проблемою виявилось залучення клієнтів, далі йде утримання та найм кваліфікованих працівників, тобто людський ресурс є основоположним. Найменшою з проблем є продаж на зовнішні ринки, бо як було зазначено раніше малі та середні

підприємства, які експортують, зростають швидше, швидше додають робочі місця і виплачують вищу заробітну плату, що становить 98% усіх визначених експортерів у США.

Огляд малих та середніх підприємств США за визначеною концептуальною базою ОЕСР умов існування МСП в країні:

Інституційна та нормативно-правова база. Нормативні умови США більш сприятливі для бізнесу, ніж у більшості країн ОЕСР, включаючи менший адміністративний тягар для нових підприємств та ефективний режим неплатоспроможності, що сприяє позитивній динаміці бізнесу. Закон 2017 року про податкові скорочення та робочі місця дозволяє відрахувати до 20% кваліфікованого доходу з федеральних податків на прибуток для малих та середніх підприємств залежно від їх правової структури. Заходи щодо впорядкування адміністративної діяльності також були введені в дію з розпорядженням №13771, яке вказує федеральним відомствам надати перелік регуляторних заходів та оцінити їх вплив на економіку. Крім того, Агентство з охорони навколишнього середовища оголосило у 2018 році про свої наміри активізувати програму електронного розкриття інформації 2015 року, надавши гнучкість для нових власників, які самостійно розкривають цивільні порушення екологічних стандартів та спеціальні програми аудиту на відповідність малому та середньому підприємству. Регулятором МСП в США виступає Адміністрація малого бізнесу США (АМБ), створена в 1953 році, як незалежне відомство федерального уряду для надання допомоги, консультування, захисту інтересів підприємств малого бізнесу, збереження вільних конкурентних підприємств, підтримки та зміцнення економіки країни в цілому.

Кон'юнктура ринку. Американські малі та середні підприємства отримали вигоду від стійкого зростання на внутрішніх ринках та розширення можливостей на світових ринках, хоча частка підприємств, що експортує, все ще нижче рівня більшості країн ОЕСР. Цю нижчу частку можна пояснити відносно більшим розміром економіки США. Стратегічний план АМБ 2018-2022 рр. передбачає

спеціальне навчання та консультування малих та середніх підприємств через Центри сприяння експорту США.

Інфраструктура. Забезпеченість інфраструктурою в США значно варіюється за ключовими компонентами, з високою доступністю електроенергії для промисловості, міжнародними логістичними показниками та проникненням широкопasmового мобільного зв'язку, але нижче середнього рівня ОЕСР у доступності фіксованого широкопasmового зв'язку, міжнародному співробітництві щодо патентування та наземному транспорті.

Доступ до фінансів. Останнім часом спостерігається еволюція у моделях фінансування МСП від традиційних боргів до альтернативних інструментів фінансування малих та середніх підприємств. У 2018 році Міністерство фінансів США визначило вдосконалення регуляторної системи для підтримки небанківських фінансових установ та сприяння інноваціям.

Кваліфікація та навички. Відповідні набори навичок необхідні для підтримки галузевої спеціалізації країни у сфері складних бізнес-послуг та високотехнологічного виробництва. За даними опитування Національної федерації незалежного бізнесу 2018 року, 34% малих та середніх підприємств підняли компенсацію для залучення та утримання робочої сили [184].



Рис.1.16. Частка в загальній кількості створених робочих місць новими підприємствами по секторам, 2018 рік

Джерело: побудовано автором на основі [185]

Проживання та харчування, професійні та ділові послуги є найбільш поширеними серед власників малих та середніх підприємств для створення робочих місць. Виробництво та ІКТ залишаються менш популярними.

Доступ до інноваційних активів. США продовжують очолювати міжнародну панораму розробок та інновацій, хоча інноваційні опитування та дані про багатфакторну продуктивність свідчать про звуження конкурентної переваги. Програма досліджень та розробок мереж та інформаційних технологій 2019-20 визначає пріоритетні напрямки та робить акцент на цифровому переході. Федеральні агентства із позашкільним бюджетом на НДДКР вносять внесок у Програми досліджень інновацій малого бізнесу та Програми трансферу технологічного малого бізнесу, які підтримують вихід інноваційних малих та середніх підприємств на важкі для прориву ринки, забезпечуючи близько \$2,5 млрд [27].

Таблиця 1.14

Порівняльна таблиця МСП ЄС та Німеччини

| Кількість підприємств | | | Кількість зайнятих | | | Додана вартість | | |
|-----------------------|--------|--------|--------------------|--------|--------|-----------------|--------|--------|
| Німеччина | | ЄС-28 | Німеччина | | ЄС-28 | Німеччина | | ЄС-28 |
| Кількість | Частка | Частка | Кількість | Частка | Частка | Кількість | Частка | Частка |
| 2,522,890 | 99.5% | 99.8% | 19,099,807 | 63.7% | 66.6% | 968.7 | 54.4% | 56.4% |

Джерело: побудовано автором на основі [186]

Німеччина. В економіці Німеччини малі та середні підприємства приносять 54,4% загальної доданої вартості та 63,7% загальної зайнятості, це трохи менше, ніж у середньому по ЄС 56,4% та 66,6% (таблиця 2.4). У 2014 -2018 рр. загальна додана вартість МСП у Німеччині зросла на 17,9%, причому найбільший приріст на 21,1% припав на малі фірми. За той же період зайнятість у МСП зросла на 8,6%. Німецьких МСП мають дуже позитивний прогноз, а саме прогнозується зростання доданої вартості на 10,2% та зростання зайнятості на 5,1% у 2018-2020 рр.

Наведемо огляд МСП Німеччини за визначеною концептуальною базою ОЕСР умов існування малих та середніх підприємств в країні:

Інституційна та нормативно-правова база. Німеччина пропонує підтримуючу нормативно-правову базу із середнім показником ОЕСР щодо зменшення адміністративного навантаження на стартапи, спрощення процедур та посилення режиму неплатоспроможності. Регулятором МСП виступає Федеральне міністерство економіки і енергетики Німеччини, яке відповідає за розвиток підприємництва, підтримку МСП та введення нових технологій в економіку. Центральним завданням міністерства є закладення основи для економічного процвітання Німеччини за участю всіх громадян, а також сучасних систем економічних відносин.

Кон'юнктура ринку. Малі та середні підприємства дещо перевищують медіану ОЕСР з точки зору їхньої подальшої участі у глобальних ланцюгах доданої вартості, тобто додана вартість, що втілюється в експорті країн-партнерів. Уряд намагається поліпшити конкурентну позицію підприємств на внутрішньому та зовнішньому ринках за допомогою Mittelstand Global, який був запущений у 2016 році. Підтримка включає міжгалузеву програму розвитку ринку МСП та експортні ініціативи у ключових сферах майбутнього, таких як енергетика, екологічні технології, технології та послуги цивільної безпеки та охорона здоров'я. З рис. 2.10 видно, що часта малих та середніх підприємств з усіх підприємств Німеччини становить 99% та включає в себе малі підприємства - 3%, середні – 15% та мікро підприємства - 82%.

Інфраструктура. Німеччина має високі показники за більшістю показників НДДКР, а федеральний уряд продовжує зміцнювати інфраструктуру для інновацій та НДДКР.

Доступ до фінансів. Відхилені заявки на отримання банківських позик впали, але різниця у вартості запозичень для невеликих позик порівняно з великими дещо зростає. Однак процентні ставки залишаються дуже низькими для малих та середніх підприємств в абсолютному вираженні.

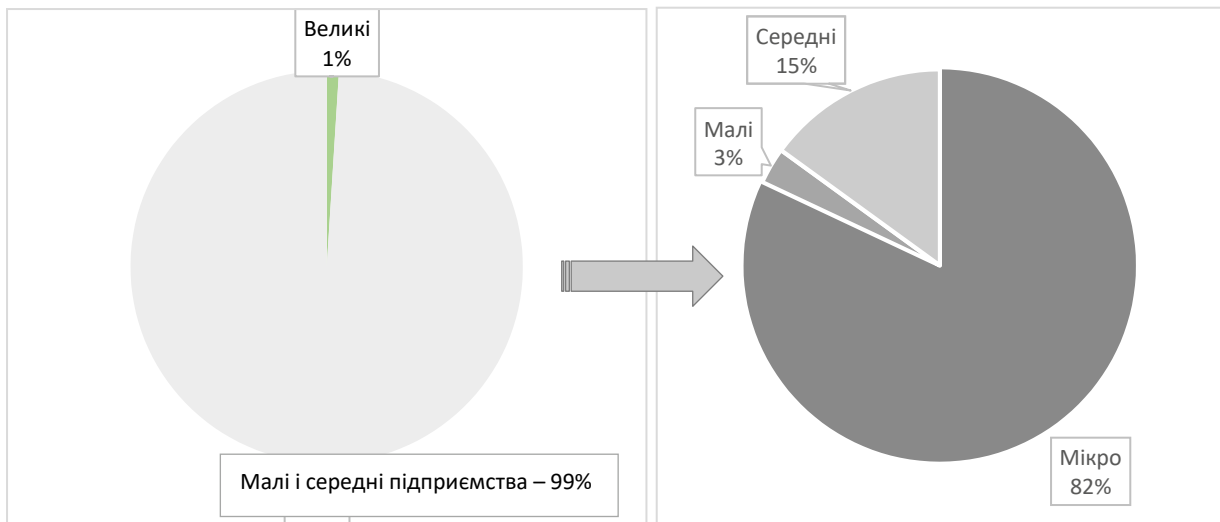


Рис.1.17. Частка малих та середніх підприємств з усіх підприємств Німеччини

Джерело: побудовано автором на основі [186]

Кваліфікація та навички. Самосвідомість підприємницьких можливостей залишається нижчою за медіану ОЕСР, і жінки набагато рідше повідомляють про наявність підприємницьких навичок, ніж чоловіки (34,3% проти 49,1%, 2013-17) [27]. Федеральний уряд працює над вирішенням цього гендерного розриву, в тому числі шляхом просування зразків для наслідування для заохочення жіночого підприємництва. Ініціатива FRAUEN Unternehmen (нім.-жіноче підприємництво) була розпочата Федеральним міністерством економіки та енергетики і продовжена до 2019 р.

Доступ до інноваційних активів. Малі та середні підприємства, у яких менше 250 працівників, витрачають на НДДКР менше, ніж медіана ОЕСР. Для підвищення результатів НДДКР та інновацій МСП Федеральне міністерство освіти та досліджень розробило нову Стратегію розвитку МСП: «Дати шлях програмі МСП для більшої інновації на малих та середніх підприємствах».

В рамках аналізу міжнародного виміру МСП логічним завершенням було б систематизувати отримані дані в таблицю 2.5, де буде узагальнено отримані результати огляду міжнародного досвіду малого і середнього досвіду, зокрема роль МСП в економіці країни, інституційна база, інноваційні активи та рівень доступу до знань з ведення бізнесу.

**Узагальнення отриманих результатів огляду міжнародного досвіду
МСП**

| Країна | Роль МСП в економіці країни | Інституційна база | Інноваційні активи, % ВВП | Рівень бізнес-знань |
|---------------|--|--|--|--|
| Австралія | МСП складають 98% з усіх підприємств, переважають у всіх галузях економіки та в усіх регіонах Австралії. На них припадає 35% ВВП, займають 44% робочої сили Австралії. | Регулятором виступає Австралійський омбудсмен з питань малих, середніх та сімейних підприємств | Інвестиції в НДДКР - 3,16 Інвестиції в ІКТ - 2,80 Інвестиції в транспортну інфраструктуру - 0,56 | Високе місце серед країн ОЕСР за рівнем грамотності дорослих та знанням студентів основних компетенцій. Брак навичок є низьким порівняно з іншими країнами ОЕСР. |
| Японія | Понад 99% усіх підприємств Японії, наймають більшість працездатного населення, є найчисленнішими у сферах роздрібної торгівлі, сфери послуг та ресторанного бізнесу. | Регулятором виступає Міністерство економіки, торгівлі та промисловості Японії. | Інвестиції в НДДКР - 3,20 Інвестиції в ІКТ - 3 Інвестиції в транспортну інфраструктуру – 0,94 | Має високоосвічену робочу силу з навичками для передових технологій. Проте, у 2016 році 48,2% малих та середніх підприємств повідомили про нестачу основного персоналу. |
| США | МСП є основою економіки США, становить 98%, за останні десятиліття створила дві третини всіх нових робочих місць. | Регулятором МСП в США виступає Адміністрація малого бізнесу США | Інвестиції в НДДКР - 2,76 Інвестиції в ІКТ - 3 Інвестиції в транспортну інфраструктуру – 0,60 | Відповідні набори навичок необхідні для підтримки галузевої спеціалізації країни у сфері складних бізнес-послуг та високотехнологічного виробництва. 34% малих та середніх підприємств підняли компенсацію для |

| Країна | Роль МСП в економіці країни | Інституційна база | Інноваційні активи, % ВВП | Рівень бізнес-знань |
|-----------|--|---|---|--|
| | | | | залучення та утримання робочої сили |
| Німеччина | В економіці Німеччини малі та середні підприємства приносять 54,4% загальної доданої вартості та 63,7% загальної зайнятості населення. | Регулятором МСП виступає Федеральне міністерство економіки і енергетики Німеччини | Інвестиції в НДДКР - 2,02 Інвестиції в транспортну інфраструктуру – 0,58 | Самосвідомість підприємницьких можливостей залишається нижчою за медіану ОЕСР, і жінки набагато рідше повідомляють про наявність підприємницьких навичок, ніж чоловіки (34,3% проти 49,1%, 2013-17) [24]. Федеральний уряд працює над вирішенням цього гендерного розриву, в тому числі шляхом просування зразків для наслідування для заохочення жіночого підприємництва |

Джерело: побудовано автором

Також для отримання більш широкій картини виділимо декілька особливостей побудови підприємницьких екосистем у таких країнах як Туреччина, Польща та Китай.

Туреччина. Кількість населення у Туреччині в 2019 році становила 83 мільйони, причому половина з них населення у віці до 33 років, що робить цю країну наймолодшою з населення на території ЄС. Важливим той факт, що така зростаюча кількість молоді, робить Туреччину активним покривачем цифрових рішень, зокрема ця країна - 10-й за величиною ринок для Facebook, 6-й за величиною ринок для Instagram, 6-й за величиною ринок для Twitter, 3-й за величиною ринок для TikTok і 8-й за величиною ринок для YouTube у всьому світі. Крім того, Туреччина була 7-м за величиною ринком мобільних додатків, що визначається загальною кількістю завантажень додатків [187]. Наразі

Туреччина є 19-ю за величиною економікою у світі із середньорічним темпом зростання ВВП 5,5% протягом 2003-2019 років [188]. Туреччина також посідає 7 місце серед 34 найкращих економік із середнім рівнем доходу в Глобальному інноваційному індексі-2019 з людським капіталом та науковими дослідженнями та креативними результатами як головними сильними характеристиками країни [189]. Туреччина порівняно добре працює з інноваційними видатками, не пов'язаними з НДДКР, МСП, що впроваджують власні інновації, та МСП, що мають маркетингові та організаційні інновації. Середньорічне зростання ВВП, народження підприємств та загальна підприємницька активність значно перевищують середній показник у ЄС [189].

В екосистемі Туреччини ключові зацікавлені сторони, включаючи державні установи, академії та інвестори, створюють необхідну систему підтримки. Програма розвитку Організації Об'єднаних Націй (ПРООН) у співпраці з Турецьким фондом Vodafone та Асоціацією Хабітат також докладає зусиль з 2012 року для максимізації підприємницького вкладу в екосистему. Це було зроблено шляхом організації координаційних зустрічей та дослідження їх потреб щодо локалізованої академічної програми, положень, політики та державно-приватного партнерства. Міжнародна ініціатива підприємництва фокусується на тому, що потрібно підприємцю, крім гарної ідеї, заохочення та фінансового капіталу для реалізації своєї мрії [190].

У Туреччині існує розгалуження система підтримки стартапів, зокрема кількість бізнес-акселераторів зросла с 6 у 2010 до 57 у 2019 році [190, 191]. При цьому є програми, створені банками у сфері фінтеху, є тенхопарки, засновані на локальному, національному та міжнародному рівнях. Крім того, у 2017 році KOSGEB (Організація з розвитку малих і середніх підприємств Туреччини) запустила широку грантову програму на підтримку організацій, що створюють прискорювальні програми за кордоном, а також стартапів, які бажають взяти участь у таких програмах. Ця програма допомогла турецьким стартапам отримати висококваліфіковану підготовку та наставництво з більш широкої світової бази досвіду, тим самим значно прискоривши свій розвиток [192].

Туреччина визнає, що як економіка, що розвивається, вона потребує створення підприємницьких фірм. Тому важливим є розвиток молодіжного підприємництва. Розширення молодіжного підприємництва сприятиме розвитку динамічного та інноваційного приватного сектора з низьким рівнем витрат та високим впливом. Також в останні роки жінки-підприємці в Туреччині також досить активно засновують стартапи. Ряд державних політик та ініціатив НУО стимулюють жінок-підприємців виходити на ринок. Наприклад, Організація з розвитку малих та середніх підприємств KOSGEB, такі організації громадянського суспільства, як Асоціація жінок-підприємців Туреччини (Türkiye Kadın Girişimciler Derneği - KAGIDER) або TurkishWin, навчають жінок започаткуванню та розвитку бізнесу та допомагають їм досягти успіху в якості підприємців. Крім того, у Туреччині активно використовують підхід визнання заслуг, так званих історій успіху для популяризації ведення підприємницької діяльності, зокрема серед жінок. Наприклад, компанії, засновані жінками-підприємцями, такі як Big Chef's, Cambo, Ickale, Armut, Butigo, Trendyol, Evmanya, Bebeshop, Bonvagon та Bonnyfood, надихають інших жінок, подаючи позитивні приклади [193].

Понад 75% робочих місць у Туреччині забезпечуються представниками МСП [194], і ця кількість постійно зростає. Значні досягнення Туреччини протягом останніх десятиліть у розвитку підприємництва обумовлені ефективною інституціональною підтримкою цього процесу, зокрема в країні працює вище згадана Організація з розвитку малих і середніх підприємств Туреччини KOSGEB, створена у 1990 році на заміну існуючим Офісам з початку 1970-х років. Сьогодні ця організація є потужною установою, що надає всебічну підтримку не лише підприємцям, але й іншим учасникам екосистеми, готовим долучатись до створення технопарків, інкубаторів, акселераторів, фінансування, інфраструктури, освіти підприємців існуючих та майбутніх [194]. Турецький уряд та інші державні установи створили підґрунтя для формування підприємницької екосистеми Туреччини. Турецьке міністерство науки, промисловості та технологій та Рада з науково-технічних досліджень Туреччини

(TUBITAK) надають гранти, субсидії та інші стимули для підприємців. Також Туреччина активно залучає міжнародну спільноту до побудов власної підприємницької екосистеми, про що свідчать численні проекти ОЕСР, ПРООН, Хабітат тощо.

Китай. Швидке економічне зростання розпочалося в Китаї після впровадження його “Політики відкритих дверей” у 1978 році [195]. Цей економічний підйом супроводжувався зменшенням частки державних підприємств та різким зростанням приватного бізнесу. У 2019 році приватний сектор становив майже 60% ВВП Китаю [196]. Після 40 років стійкої політики дерегуляції та децентралізації, орієнтованої на ринок, вітчизняне підприємництво та приватний бізнес були визначені як «одна з найважливіших рушійних сил швидкого економічного розвитку Китаю» [197]. Згідно з доповіддю Global Entrepreneurship Monitor (GEM), китайський уряд дуже підтримує нові інкубатори та нові наукові парки [198]. Підприємницьке середовище в Китаї стає дедалі сприятливішим. Близько 70% опитаних китайців вважають, що підприємництво є гарним вибором для кар'єри (GEM, 2019) [198]. Слід зазначити, що Китай витратив значну кількість часу на внесення змін та дозволив підприємництву закріпитися у сприйнятті громадян.

Дослідження Spider Media 2018 року дає змогу виділити характерні особливості розвитку підприємницьких екосистем у Китаї [199]. Як безперечний світовий лідер у виробництві, Китай роками вдосконалює модель відкритих інновацій у великих підприємницьких екосистемах. Додаючи більшу частину економічного підйому в країні за останні десятиліття, ці величезні екосистеми складаються з великої кількості дрібних складових частин, що дозволяють проводити ультраспеціалізацію в кожній окремій точці бізнес-циклу. Часто такі екосистеми охоплюють різні вертикалі, починаючи з цифрових послуг, закінчуючи виробництвом і навіть харчовою промисловістю. Партнерство та співпраця є основоположною філософією зростання китайських компаній. Партнерство – це краще, ніж будь-яка конкуренція, вважають китайці. Тож, китайські компанії будь-якого розміру пояснюють свою присутність у

підприємницькій екосистемі головною конкурентною перевагою. Бути частиною команди означає потенційно мати доступ до спільних ресурсів, знань та розумінь, а також мати доступ до нових клієнтів, ринків та зарезервоване місце на ексклюзивних платформах. У свою чергу, ці спеціалізовані гравці компонентів можуть зосередитись на поступових інноваціях і, завоювати частку ринку у відповідній вертикалі, зберігаючи низьку вартість та високу якість продукції. Ці екосистеми формуються різними способами, як правило, або природним шляхом через взаємозалежність одна від одної на різних рівнях ланцюга поставок, або шляхом інвестицій та злиття та поглинання. Управління цими екосистемами також може сильно відрізнятись залежно від сфери їх діяльності та стилів керівництва, але більшість прагне дотримуватися рівня якості, що відповідає загальному іміджу бренду. З цієї причини асоціювання з певною екосистемою може додати багато соціального капіталу, особливо молодим компаніям, які намагаються утвердити себе та свій бренд серед океану конкурентів. У Китаї підприємницькі екосистеми є абсолютно ключовими для стимулювання інновацій на всіх фронтах і мають принципове значення для компаній будь-якого розміру. Отже, визначними особливостями розвитку підприємницьких екосистем у Китаї є такі:

- Державна та інституційна підтримка розвитку підприємництва, впровадження якої поступово триває вже понад 40 років
- Популярність та престижність підприємницької діяльності
- Підприємницька культура - відкритість до партнерства; гордість бути частиною екосистеми
- Інфраструктура та персонал – серед пріоритетних напрямів розвитку країни.

Польща. Польща зазнала значних економічних перетворень протягом останніх майже 30 років. Польська економіка зазнавала технологічного вдосконалення через вплив міжнародної конкуренції на вільному ринку [200]. Сьогодні населення цієї країни Центральної Європи становить населенням 38 млн чоловік, валовий внутрішній продукт (ВВП) на душу населення становить 29600 доларів

США (GEM, 2018) [201]. Серед економік Європейського Союзу Польща займає шосте місце за величиною, посідає 45 місце в Індексі економічної свободи у всьому світі (The Heritage Foundation, 2018) [202]. Що стосується ведення бізнесу в Польщі, то країна у 2019 році посідає 33 місце за простотою ведення бізнесу та 121 місце за легкістю відкриття бізнесу із 190 економік за даними Світового банку [203]. У 2016 році кількість поляків, які заявили, що вони готові створити бізнес, була майже вдвічі більшою за середнє значення в ЄС [204]. Однак досить низька ефективність підприємницької діяльності, яка спричинила зменшення кількості людей, які відкривали або керували бізнесом у 2018 році, є дещо парадоксальною, але її можна пояснити зростанням заробітної плати та попиту на працівників, що є хорошою альтернативою володінню бізнесом [205]. Цікаво, що звіт Польського агентства з розвитку підприємств (PARP) та Університету економіки в Катовіце, підготовлений за результатами Глобального моніторингу підприємництва, насправді посиляється на детермінанти підприємницької діяльності в Польщі, що ґрунтуються на структурі підприємницьких екосистем [204], таким чином що вказує на те, що екосистемний підхід був прийнятий політиками у Польщі, щоб допомогти полегшити та структурувати їхній підхід до сприяння підприємству [205]. Як зазначено у Глобальному моніторингу підприємництва Global Entrepreneurship Monitor (GEM) за 2019-20 рр. у Польщі, країна переживає такі тенденції:

- спрощений доступ до фінансування;
- розвиток нової телекомунікаційної інфраструктури;
- подальша цифровізація економіки;
- зростання кількості державних програм підтримки нових компаній.

Також Моніторинг виявив, що настрої польського суспільства сприяє розвитку підприємництва. У Польщі постійно відбуваються заходи, що сприяють розвитку підприємництва. Наприклад, власники найменших підприємств сплачують нижчі внески на соціальне страхування, пропорційні їх доходу. Податкові ставки у 2019 році були знижені для нових та малих підприємств з прибутком менше 1,2 млн. злотих, а також для підприємців, які

проводять НДДКР, захищають кваліфіковану інтелектуальну власність або отримують дохід із сертифікованого Реєстру інтелектуальної власності. З 2019 року стартапи можуть вести свій бізнес, використовуючи нову сучасну юридичну форму простого акціонерного товариства.

Однак існують певні рамкові умови, які потребують вдосконалення для сприяння подальшому зростанню. Сюди входять вирішення питань бюрократії, нормативних актів та вимог до ліцензування, що надмірно важко для нових та зростаючих фірм. Експерти Моніторингу також вказали на брак часу для публічних консультацій у нещодавно прийнятих законах та нормативних актах. Також необхідні вдосконалення освіти: опитування показало, що початкова та середня освіта не може належним чином стимулювати творчість, самодостатність та особисту ініціативу. Крім того, системи професійної, професійної та безперервної освіти не забезпечують належної підготовки до створення та розвитку нових фірм. На основі результатів опитування GEM, сфери, що вимагають найбільшої уваги, включають: додаткову освіту з підприємництва; акцент на професійному та навчанні впродовж життя; скорочення законодавчих норм; та стабілізація юридичного процесу. Опитування також закликає до більш активних заходів, що підтримують інтернаціоналізацію бізнесу, та посилення співпраці між установами та організаціями, що підтримують бізнес. Ринок праці сприятливий, рівень зареєстрованого безробіття становить 5,3%. Це може спричинити повільне зростання підприємницької діяльності в Польщі у 2019 році. Хоча половина поляків заявила, що вони мають достатню кваліфікацію та досвід для ведення бізнесу, і 90% погодились з тим, що легко розпочати бізнес, лише близько 8% мали намір це зробити. Ті, хто вирішив займатися підприємницькою діяльністю, робили це тому, що хотіли продовжити сімейну традицію або змінити ситуацію у світі, а не тому, що робочих місць не було [206].

За даними Європейської Комісії, у польській економіці на МСП припадало трохи більше половини загальної доданої вартості у 2018 році, що становило 52,9%. Незважаючи на те, що ця частка нижча за середній показник для ЄС -

56,4%, протягом останніх років вони поступово сходяться. МСП створили 67,1% загальної зайнятості в польській „нефінансовій економіці бізнесу” у 2018 році, як у середньому по ЄС. У польських МСП працюють приблизно 3,5 людини, в порівнянні із середнім показником для ЄС 3,9. У 2014-2018 роках загальна додана вартість МСП зросла на 26,3%, тоді як у великих компаніях зростання склало 23,2%. Мікрофірми зростали найшвидше у 2014-2018 роках - на 37,6%, що явно перевершувало малі та середні фірми, в яких додана вартість зросла на 20,4%. Що стосується зайнятості, різниця була ще більш значною: тоді як зайнятість у мікрофірмах зросла на 15,8% у 2014-2018 роках, у малих та середніх компаніях вона впала на 2,9%. Загалом зайнятість МСП стабілізувалась у сумі 6 100 000 робочих місць протягом трьох років поспіль 2016-2018 років. Згідно прогнозів Європейської комісії, очікується, що додана вартість МСП в Польщі зросте на 13% між 2018 і 2020 роками, перевищуючи 11,7% зростання, прогнозованого для великих фірм. До кінця 2020 року передбачається, що МСП створять ще 98 700 робочих місць. У Польщі з 2008 року діє принцип „подумай спочатку про мале”, покликаний бути керівним принципом у всій діяльності, спрямованій на розробку політики та законодавства. Це вимагає від політиків врахування інтересів МСП на ранніх етапах процесу формування політики. Цей принцип також вимагає спрощення законодавства, адміністративних норм та процедур, щоб вони були прості та легкі у застосуванні. Цей принцип високо цінується урядами Польщі з 2008 року, і зацікавлені сторони вказують на багато вдосконалень, таких як поступове запровадження системи управління, зручної для МСП, та загальний рівень обслуговування в адміністративних офісах. З іншого боку, загалом, непослідоване тлумачення законів державною адміністрацією та часті зміни нормативної бази постійно відзначаються як особливо проблематичні для МСП, враховуючи їх обмежений доступ до правової допомоги [207]. У 2018 році у Польщі розпочав роботу Омбудсмен МСП - це нова незалежна установа, створена у 2018 році в рамках ініціативи „Конституція бізнесу”. Він відповідає за захист прав МСП, включаючи свободу підприємництва, довіру між державним управлінням та підприємцями та чесну

конкуренцію. У тісній співпраці з організаціями МСП, Омбудсмен МСП може брати участь у консультаціях із запропонованими законами та підтримувати окремі підприємства, зокрема у суперечках з державним управлінням. Омбудсмен також може впливати на умови для МСП, запроваджуючи освітні ініціативи та пропонуючи вдосконалення державного управління та навіть державних компаній [208]. Вже понад 20 років у Польщі працює Польська агенція з розвитку підприємств, що бере участь у реалізації національних та міжнародних програм, які фінансуються із структурних фондів ЄС, державного бюджету та багаторічних програм Європейської комісії. Як ключовий орган, відповідальний за створення сприятливого для підприємництва середовища у Польщі, Агенція сприяє створенню та ефективному впровадженню державної політики, що стосується підприємств, інновацій та адаптації персоналу. Відповідно до принципу „Спочатку думай про мале”, Агентство робить особливий акцент на потребах сектору МСП [208]. Важливим моментом розвитку підприємництва у Польщі є наявність регіональних підприємницьких екосистем, що ефективно підтримують розвиток підприємств різних галузей.

На рис. 1.17 узагальнено критерії оцінювання розвитку підприємництва у різних країнах на основі рейтингу Глобального моніторингу підприємництва [206], серед яких урядова політика з огляду на її доречність та відповідність потребам місцевого підприємництва, оподаткування та бюрократичних процедур; програми підтримки підприємництва на національному, регіональному та місцевих рівнях; доступність фінансування як підприємців, так і для розвитку підприємництва. Окреме значення має підприємницька освіта як у дорослому, так і шкільному віці. Також Моніторинг розглядає трансфер НДДКР окремим напрямом з огляду на можливість та реалістичність впровадження дослідницьких розробок у комерційні проекти; наявність професійної та фізичної інфраструктури; легкості виходу підприємств на ринок та започаткування власної справи. Неабияка увага приділяється питанням культури у суспільстві, зокрема ставлення до підприємницької діяльності.

1. Урядова політика

- а) Урядова політика: підтримка та доречність. Чи сприяє державна політика сприянню підприємництву та підтримці тих, хто починає новий бізнес?
- б) Урядова політика: податки та бюрократія. Чи доступні податки та збори для бізнесу для нового підприємства? Чи легко керувати нормами та правилами чи надмірним навантаженням на новий бізнес?

2. Програми підтримки підприємництва.

- Чи доступні програми якісної підтримки для нового підприємця на місцевому, регіональному та національному рівнях?

3. Доступ до підприємницького фінансування

- Чи є достатньо коштів для нових стартапів - від неформальних інвестицій та банківських позик до державних грантів та венчурного капіталу?

4. Підприємницька освіта

- а) Навчання підприємництва в школі. Чи впроваджують школи ідеї підприємництва та прищеплюють учням такі підприємницькі цінності, як пошук, визнання можливостей та творчість?
- б) Підприємницька освіта після школи. Чи пропонують коледжі, університети та бізнес-школи ефективні курси з підприємницької тематики поряд із практичним навчанням, як розпочати бізнес?

5. Трансфер НДДКР.

- Наскільки результати досліджень, у тому числі з університетів та дослідницьких центрів, можуть бути перетворені на комерційні підприємства?

6. Комерційна і професійна інфраструктура.

- Чи є доступ до професійних послуг, таких як адвокати та бухгалтери?

7. Легкість входу на ринок

- а) Легкість входу: ринкова динаміка. Чи є вільні, відкриті та зростаючі ринки, де жоден великий бізнес не контролює вхід або ціни?
- б) Легкість входу: обмеження та регулювання ринку. Чи сприяють правила, а не обмежують вхід на ринок?

8. Фізична інфраструктура.

- Наскільки фізична інфраструктура, такі як дороги, доступ до Інтернету та швидкість, вартість та наявність фізичних приміщень тощо, є достатніми та доступними для підприємців?

9. Соціально-культурні норми.

- Чи сприймає, заохочує чи засуджує підприємництво національна культура, в тому числі шляхом надання зразків для наслідування та наставників, а також соціальної підтримки підприємницьких ініціатив?

Рис. 1.17. Критерії Глобального моніторингу підприємництва [206]

Відповідно, показники розглянутих країн наведені у таблиці 2.10 нижче, з якого видно, що найбільш прогресивним з точки зору урядової політики є Китай. Натомість США, посідають перше у глобальному вимірі місце за рівнем культури підприємництва, друге – у підприємницьких фінансах. Німеччина має провідне місце у підприємницьких програмах, при цьому 32 місце з огляду на культуру та ставлення до підприємництва.

Таблиця 1.16

Рейтинг GEM окремих країн світу

| Індикатор | Австралія | Китай | Німеччина | Японія | Польща | США | | | | | | |
|---------------------------------------|-----------|-------|-----------|--------|--------|-----|------|----|------|----|------|----|
| Політика уряду | | | | | | | | | | | | |
| Підтримка та відповідність | 4,02 | 33 | 5,89 | 8 | 4,07 | 29 | 5,01 | 15 | 4,14 | 27 | 4,37 | 20 |
| Податки та бюрократія | 4,27 | 23 | 6,16 | 2 | 4,15 | 26 | 4,16 | 25 | 2,88 | 45 | 4,9 | 15 |
| Підприємницькі програми | 4,54 | 21 | 5,46 | 8 | 6,21 | 1 | 4,37 | 27 | 4,3 | 29 | 4,21 | 31 |
| Культура та соціальні норми | 5,2 | 25 | 6,78 | 4 | 4,78 | 32 | 4,36 | 39 | 3,99 | 42 | 7,68 | 1 |
| Підприємницькі фінанси | 5,11 | 14 | 5,8 | 3 | 5,31 | 11 | 5,03 | 18 | 4,94 | 20 | 6,04 | 2 |
| Освіта підприємців | | | | | | | | | | | | |
| шкільного віку | 3,75 | 15 | 4,13 | 11 | 2,71 | 36 | 2,4 | 44 | 1,8 | 52 | 3,92 | 13 |
| після шкільного віку | 4,46 | 32 | 5,74 | 6 | 4,8 | 36 | 4,6 | 30 | 3,2 | 54 | 5,42 | 12 |
| фізична інфраструктура | 6,27 | 39 | 7,7 | 7 | 6,45 | 36 | 7,39 | 16 | 7 | 25 | 7,5 | 11 |
| Внутрішній ринок | | | | | | | | | | | | |
| динаміка | 4,32 | 47 | 6,88 | 3 | 5,79 | 16 | 6,1 | 9 | 6,53 | 6 | 4,99 | 31 |
| навантаження або регулювання входу | 4,72 | 19 | 5,23 | 6 | 5,13 | 9 | 4,5 | 24 | 4,07 | 36 | 4,38 | 27 |
| Трансфер НДДКР | 3,93 | 28 | 5,57 | 2 | 4,78 | 11 | 4,44 | 17 | 3,53 | 35 | 4,48 | 16 |
| Комерційна та юридична інфраструктура | 5,21 | 22 | 5,37 | 18 | 6,29 | 3 | 4,14 | 47 | 4,48 | 40 | 5,79 | 10 |

Джерело: складено автором на основі Глобального моніторингу підприємництва [206]

Проведений у даному розділі аналіз дав змогу виявити, що підприємства відіграють важливу роль у більшості економік, становлять більшість підприємств у всьому світі і є важливим фактором для створення робочих місць та глобального економічного розвитку. Малі і середні підприємства зокрема представляють близько 90% підприємств та понад 50% зайнятих у всьому світі. Офіційні такі підприємства вносять до 40% національного доходу (ВВП) в економіки, що розвиваються. Згідно підрахунків Світового Банку, до 2030 року для залучення зростаючої глобальної робочої сили буде потрібно 600 мільйонів робочих місць, що робить розвиток підприємництва важливим пріоритетом для багатьох урядів світу [209]. На ринках, що розвиваються, більшість офіційних робочих місць створюються малими та середніми підприємствами, а саме 7 із 10 робочих місць. При цьому малі та середні підприємства рідше можуть отримати банківські позики, ніж великі фірми; натомість вони покладаються на внутрішні кошти або готівку для запуску та початку управління своїми підприємствами. Міжнародна фінансова корпорація (МФК) підраховує, що 65 мільйонів фірм, або 40% офіційних мікро-, малих та середніх підприємств у країнах, що розвиваються, мають незадоволену потребу у фінансуванні \$5,2 трлн. щороку, що еквівалентно 1,4 рази поточного рівень глобального кредитування МСП. На Східну Азію та Тихий океан припадає найбільша частка (46%) у загальному світовому фінансовому розриві, за нею йдуть Латинська Америка та Карибський басейн (23%), потім Європа та Центральна Азія (15%). Обсяг розривів значно варіюється в залежності від регіону. Зокрема, країни Латинської Америки та Карибського басейну, а також країни Близького Сходу та Північної Африки мають найбільшу частку фінансового розриву порівняно з потенційним попитом, що вимірюється відповідно на 87% та 88%. Приблизно половина офіційних малих та середніх підприємств МСП не мають доступу до офіційного кредитування.

РОЗДІЛ 2

СУЧАСНИЙ СТАН РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

2.1. Сучасний стан розвитку підприємництва в Україні порівняно зі світовими тенденціями

Для формування парадигми розвитку підприємництва вкрай важливим є визначення сучасного стану справ, а також співставлення українських показників з аналогічними в інших державах. У попередньому розділі було розглянуто еволюцію розвитку підприємництва в Україні з 1991 року, у цій частині увагу буде зосереджено на сучасних тенденціях. Для проведення такого дослідження доцільно скористатися методологією Організації економічного співробітництва та розвитку (ОЕСР), яка є форумом, своєрідним майданчиком для спільної роботи урядів різних країн задля вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем глобалізації. ОЕСР докладает максимальних зусиль у напрямку допомоги урядам реагувати на нові події та проблеми у таких сферах як корпоративне управління, інформаційна економіка та виклики старіння населення, створюючи можливості для порівняння досвіду інших

країни та обміну кращими практиками, координуючи внутрішню та міжнародну політику. Країнами-членами ОЕСР є: Австралія, Австрія, Бельгія, Канада, Чилі, Чехія, Данія, Естонія, Фінляндія, Франція, Німеччина, Греція, Угорщина, Ісландія, Ірландія, Ізраїль, Італія, Японія, Корея, Латвія, Литва, Люксембург, Мексика, Нідерланди, Нова Зеландія, Норвегія, Польща, Португалія, Словацька Республіка, Словенія, Іспанія, Швеція, Швейцарія, Туреччина, Великобританія та США. Також у роботі ОЕСР бере участь Європейський Союз [316]. У 2008 році ОЕСР започаткувала Програму щодо конкурентоспроможності Євразії, націлену на прискорення економічних реформ та покращення ділового клімату для стійкого економічного зростання та зайнятості в двох регіонах: Центральній Азії та Східній Європі і Південному Кавказі. До складу останнього увійшла Україна разом з такими країнами, як Вірменія, Азербайджан, Білорусь, Грузія та Республіка Молдова [316].

У 2019 році ОЕСР спільно з Державною службою статистики України підготували Збірник статистики підприємств [316], в якому здійснено не лише огляд сучасного стану підприємницької діяльності, але і порівняно українські показники із показниками інших країн. Варто взяти за основу методологію ОЕСР для визначення особливостей розвитку підприємництва на сучасному етапі. Основними показниками, що їх доцільно розглядати є наступні: «кількість підприємств; зайнятість, тобто підприємства як роботодавці; обороти підприємств; створювана додана вартість; продуктивність праці на підприємствах; підприємницька динаміка, що вимірює кількість новостворених та закритих підприємств в Україні; регіональна статистика підприємництва; підприємництво та доступ до фінансування» [316]. Ключові аспекти аналізу підприємництва згідно методології ОЕСР узагальнено на рис 3.2.

Переважає більшість українських підприємств є малими та середніми підприємствами. Подібна ситуація характерна для переважної частини країн світу. У 2018 році підприємства з менше ніж 250 зайнятих представляли понад 99% усіх підприємств у підприємницькій економіці, становили 73% від загальної зайнятості в бізнесі, майже 62% від загального обороту та 61% доданої вартості

бізнес сектору. У 2019 році, за попередніми даними, кількість підприємств з обсягом зайнятих, менше ніж 250 осіб, майже не змінилася, так само як і їхній вклад в економіку: 74,7% від загальної зайнятості в бізнесі та 61,6% від загального обороту (дані по доданій вартості наразі не доступні).

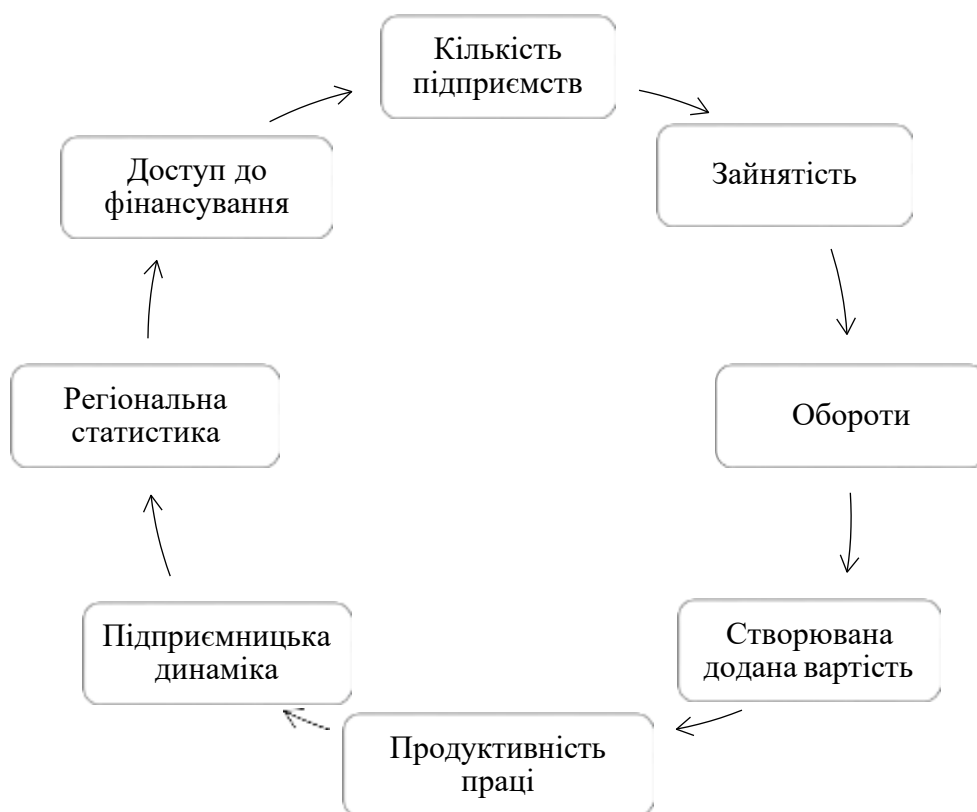


Рис 2.1. Аналіз розвитку підприємництва – ключові аспекти згідно ОЕСР

Джерело: складено автором на основі методики ОЕСР [316].

95% українських підприємств є малими підприємствами. Крім того, 82% підприємств у секторі бізнесу - це індивідуальні підприємства (фізичні особи підприємці, ФОПи) [316].

Станом на 2019 рік майже три четвертих підприємствв Україні представляли у сектор послуг, працевлаштовуючи 58% працівників, а також у 2018 р. вони генерували майже 54% доданої вартості (рис. 2.2-2.3). Майже половина доданої вартості послуг бізнесу створена у секторі оптової та роздрібної торгівлі.

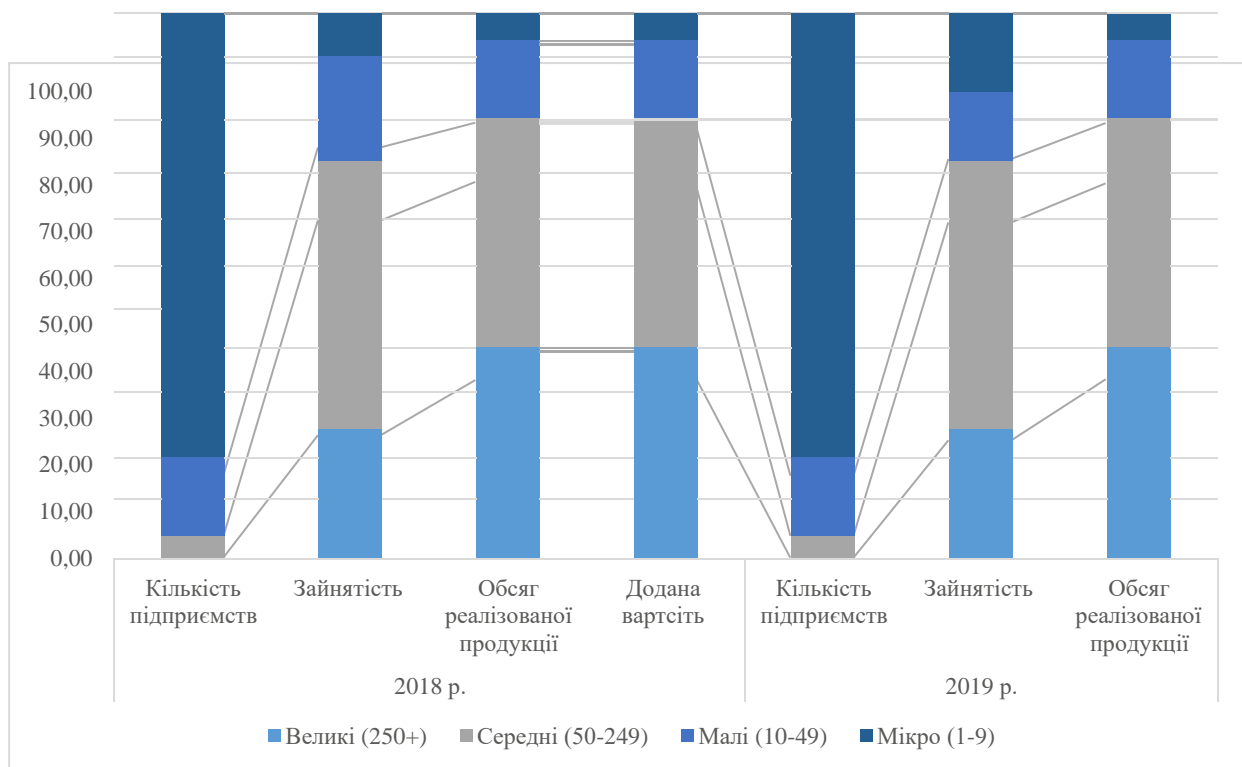


Рис. 2.2. Підприємства: кількісна характеристика, рівень зайнятості, обсяги реалізації, додана вартість з урахуванням розміру підприємства, %, 2018-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі [319].

Результати аналізу демонструють, що в економіці переважної більшості країн великі підприємства виступають більш продуктивними порівняно із малими. Особливо така ситуація характерна для капіталомістких промислових індустрій. Українські реалії співпадають із міжнародними традиціями. Цікавим є той факт, що у секторі будівництва, продуктивні вища у малих компаніях.

Кількість підприємств, розташованих у Києві, превалює. Зокрема, станом на 2018 рік понад 14% підприємств, зареєстрованих в Україні, має місцем свого розташування столичний Київ та створювали робочі місця для 23,6% загальної кількості працевлаштованих. У доповнення до зазначеного саме у Києві сконцентрована робоча сила. Крім цього, у Києві було сконцентровано десята частина ФОПів та майже третина (29%) юридичних осіб. Зареєстровані у Києві юридичні особи працевлаштували 30% працівників та забезпечили 43% реалізованої продукції в Україні.

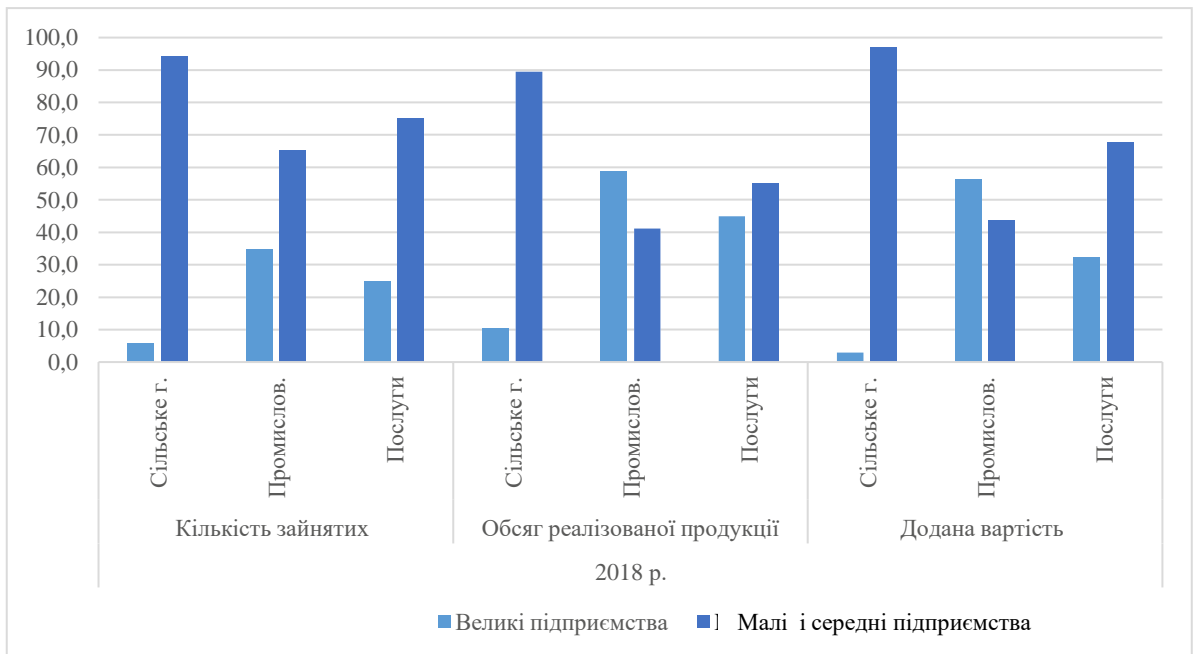


Рис. 2.3. Галузі МСП: працівники, реалізована продукція, додана вартість, % від 2018 .

Джерело: складено автором на основі [319].

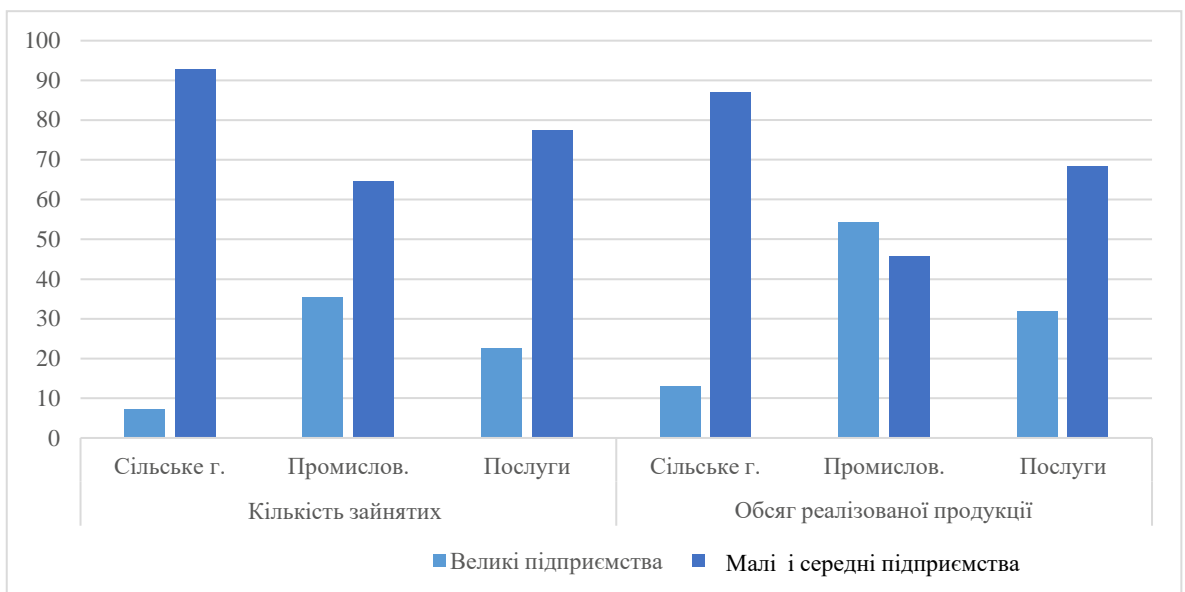


Рис. 2.4. Галузі МСП: працівники, реалізована продукція, додана вартість, % від 2019

Джерело: складено автором на основі [319].

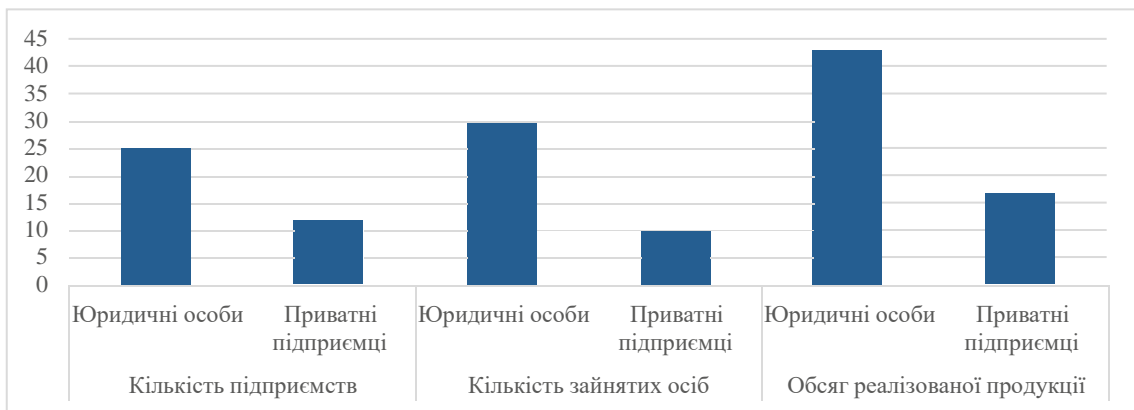


Рис. 2.5. Частка підприємств, зайнятість та обсяг реалізованої продукції у м. Київ, за типом підприємства. Виражено у % від загального обсягу економіки, 2018 р.

Джерело: складено автором на основі [39].

Як видно з рис. 3.6, у загальному обсязі економіки частка юридичних осіб за обсягом реалізованої продукції складає 42,9%, при цьому становить 25,7% від загальної кількості підприємств та 29,4% від кількості працівників у 2018 році. Приватні підприємства (в тому числі фізичні особи-підприємці) складають 11,7% від загальної кількості підприємства, реалізують 16,6% від загальної кількості продукції, працевлаштовують 9,9% працівників. Така тенденція свідчить, що в цілому юридичні особи мають більші обсяги реалізації продукції та виступають активними роботодавцями. Натомість приватні підприємства працевлаштовують меншу кількість персоналу, а також працюють з меншим товарооборотом [316].

Перейдемо до аналізу за основними показниками діяльності малих і середніх підприємств, визначеними ОЕСР [56]. Насамперед розглянемо кількість підприємств за розміром та типом діяльності протягом 2018-2019 рр. У Додатку А таблиці А.1 наведено кількість підприємств за розміром та типом діяльності.

Як видно з Таблиці А.2 у Додатку А, практично у всіх галузях найбільша частка підприємств припадає на мікропідприємства із чисельністю працівників до 9 осіб, далі йдуть малі підприємства (кількість працівників від 10 до 49) та середні (до 250 осіб), найменша кількість, очевидно, припадає на великі підприємства. Найбільша кількість підприємств зареєстровано у сфері оптової

та роздрібної торгівлі (понад 100 тис. у 2019 році), далі – промисловість (майже 48 тис. у 2019 році). В Україні кількісно домінують підприємства сфери послуг, зокрема у сфері операцій з нерухомим майном зареєстровано понад 38 тис. підприємств, а професійними послугами займаються майже 31 тис. У таблиці А.3 Додатку А продемонстровано динаміку кількості підприємств протягом 2018-2019 років. Як бачимо, у всіх галузях кількість підприємств збільшилась у середньому на 15,4%, проте є лідер – будівництво (80%), медіанне значення становить 8,5% [316].

Таблиця 2.1 демонструє тенденції кількості підприємств протягом 2015-2019 років.

Таблиця 2.1.

Останні тенденції кількості підприємств, 2015-2019 рр.

| Кількість зайнятих працівників (ос.) | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|--|--------|--------|--------|--------|--------|
| від 1 до 9 | 284241 | 247695 | 278102 | 292772 | 313421 |
| від 10 до 49 | 43573 | 43459 | 44818 | 46602 | 48915 |
| від 50 до 249 | 15203 | 14832 | 14937 | 16057 | 17745 |
| 250+ | 423 | 383 | 399 | 466 | 517 |
| Усього | 343440 | 306369 | 338256 | 355877 | 380598 |

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України [319].

Загальна кількість підприємств із кількістю зайнятих працівників від 5 до 9 осіб зросла протягом 2015-2019 року на 10,3%, із чисельністю персоналу від 10 до 49 осіб зросла на 12,3%, кількість суб'єктів підприємницької діяльності із чисельністю працюючих від 50 до 249 збільшилась на 16,7%, а число компаній із чисельністю персоналу понад 250 людей виросло на 12,2%. Загальний приріст кількості підприємств протягом 5 років склав 10,8%, що в цілому свідчить про позитивні тенденції розвитку економіки.

Таблиця 3.4 демонструє в цілому позитивну динаміку зростання кількості підприємств із різною кількістю зайнятих, зобразимо ці дані графічно на рис. 3.7.

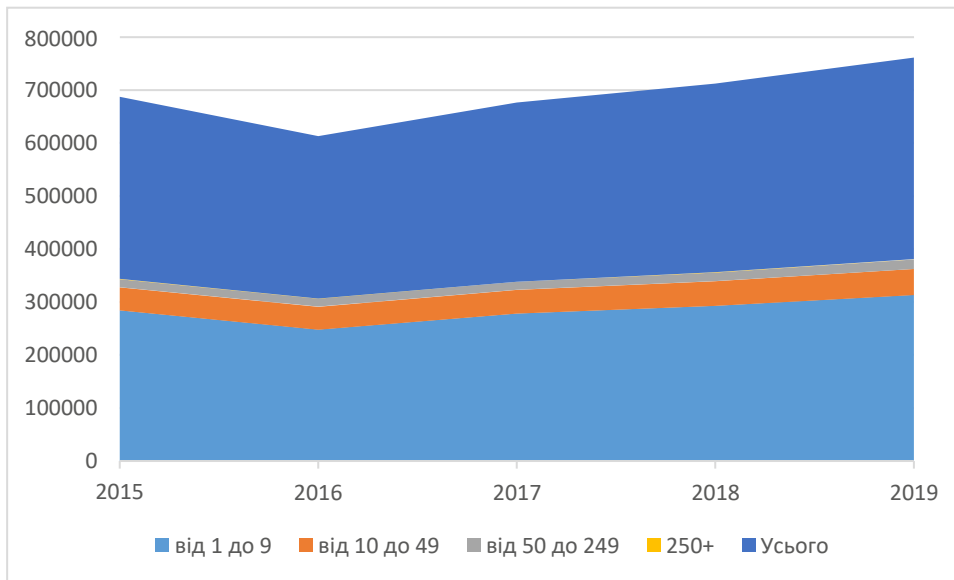


Рис. 2.6. Динаміка кількості підприємств за чисельністю зайнятих, 2015-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі [319, 320]

Розглянемо динаміку кількості підприємств за чисельністю персоналу протягом 2015-2019 років. (Таблиця 2.2)

Таблиця 2.2.

Динаміка кількості підприємств за чисельністю персоналу, 2015-2019 рр.

| Чисельність персоналу | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|-----------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| від 1 до 9 | 82,76% | 80,85% | 82,22% | 82,27% | 82,35% |
| від 10 до 49 | 12,69% | 14,19% | 13,25% | 13,09% | 12,85% |
| від 50 до 249 | 4,43% | 4,84% | 4,42% | 4,51% | 4,66% |
| 250+ | 0,12% | 0,13% | 0,12% | 0,13% | 0,14% |

Джерело: складено автором на основі [319, 320].

Рис. 2.6, таблиця 2.2 демонструють структуру економіки підприємництва за кількістю підприємств з різною чисельністю персоналу. Загалом видно з рисунків, що кількість підприємств із меншою, ніж 9 осіб чисельністю залишається практично незмінною протягом 2015-2019 років та тримається на рівні 82%, лише у 2016 році кількість становила 80,85%. Підприємства із чисельністю персоналу від 10 до 49 осіб протягом зазначеного періоду становили 12-13%. У 2016 році – 14,2%. Частка підприємств, де

працевлаштовано від 50 до 249 осіб залишається стабільною, на рівні 4,5%. Кількість підприємств, де працює понад 250 робітників, складає 0,12-0,14%.

Рис. 2.7 демонструє динаміку кількості підприємств у збільшеному вигляді.

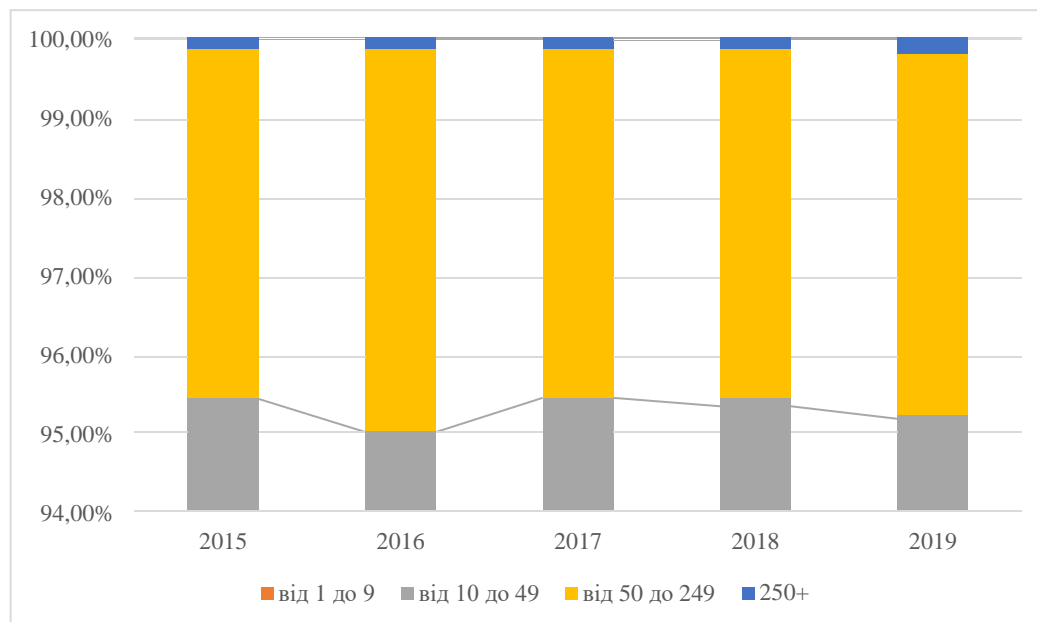


Рис. 2.7. Структура економіки підприємництва, у збільшеному вигляді, 2015-2019 рр.

Джерело: складено автором на основі [319, 320].

На рис. 3.8 наведено графічно частку підприємств за розміром у загальній кількості підприємств, за виключенням підприємств фінансового сектору, Україна та в окремих країнах-членах ОЕСР станом на 2018 рік у відсотках. Як бачимо з рисунку 3.9 та таблиці А3 у Додатку А, частка великих підприємств в Україні найнижча (0,1%). Для порівняння в Італії, Польщі та Нідерландах – 0,2%, у Данії, Фінляндії, Литві - 0,3%, у Люксембурзі, Австрії, Чехії, Іспанії та Португалії – 0,4%; в Естонії, Латвії та Новій Зеландії – 0,5%; у Румунії, Ізраїлі, Швеції – 0,6%; у Франції – 0,7%, а у Норвегії – 0,8%.

Частка середніх підприємств в нашій державі – 4,5%, що є досить високим показником порівняно з іншими державами. На такому саме рівні знаходиться кількість підприємств в Австрії, вище лише у Новій Зеландії (4,9%). Кількість малих підприємств в Україні становить 13,1%, що також виводить нашу державу у лідируючі позиції. Більше лише у Новій Зеландії (17,9%). Решта країн мають

меншу кількість подібних підприємств. У Польщі їх кількість становить 1,5%. У Люксембурзі, Австрії, Данії та Естонії кількість малих підприємств становить від 9,9% в Естонії до 7,9% (Австрія). В інших країнах ця кількість коливається від 5,4 до 3,2%, зокрема в Ізраїлі (5,4%), Фінляндії (4,7%), Норвегії та Італії (по 4,8%), Литві (4,5%), Латвії (4,9%), Іспанії (4,4%), Іспанії і Португалії (4,3%), а в Швеції (3,5%), Чехії (3,4%), Нідерландах (3,2%), що свідчить про значну відмінність України від решти держав світу. Кількість мікропідприємств із кількістю персоналу від 1 до 9 осіб в Україні становить 82,3%, що є досить середнім, але все-таки низьким показником порівняно з іншими країнами. Нижчий показник (76,7%) лише у Новій Зеландії. В Люксембурзі, Румунії, Австрії, Данії, Естонії кількість мікропідприємств до 90%, натомість у Фінляндії, Норвегії, Польщі, Ізраїлі, Литві, Латвії, Швеції, Чехії, Нідерландах, Франції, Іспанії, Португалії, Італії цей показник вище 90%.

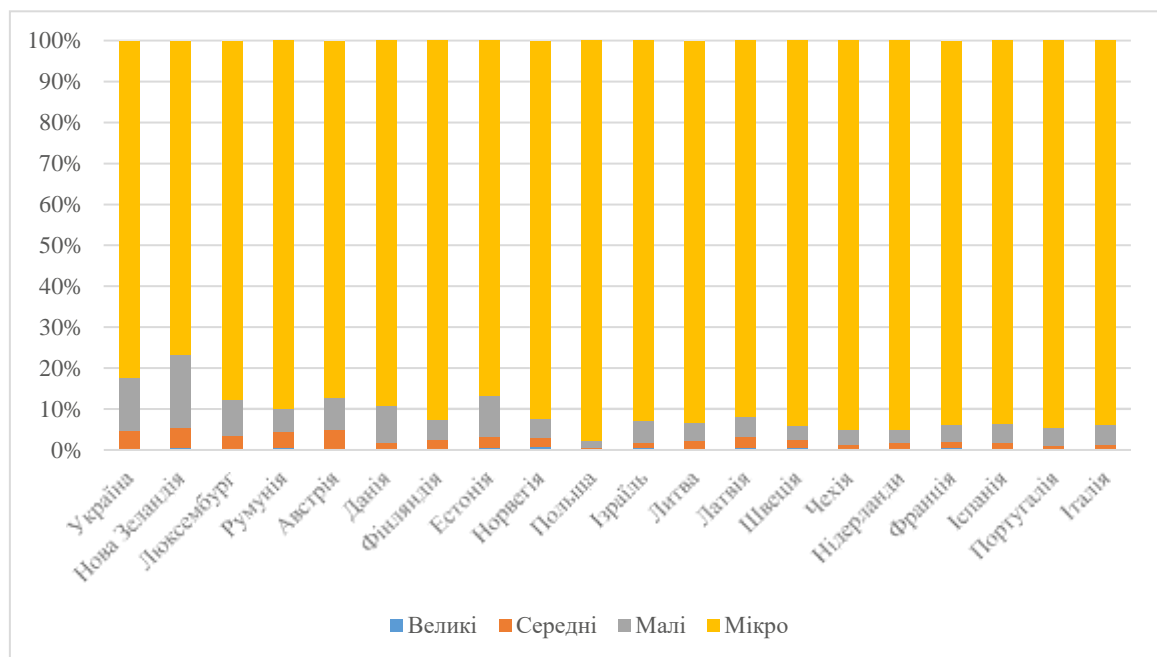


Рис. 2.8. Підприємства у загальній кількості підприємств за розміром, виключаючи підприємства фінансового сектору, Україна і деякі країни ОЕСР, 2018, %

Джерело: складено автором на основі [319] та [320].

Наступний показник за методологією ОЕСР, що буде оглянуто в даній роботі, - це зайнятість в МСП. Таблиця А.4 у додатку А та рис. 3.9 демонструють кількість найманих працівників за секторами та розміром підприємств у 2017 та

2018 роках. Є традиційні галузі, представлені виключно малими і середніми підприємствами, зокрема йдеться про підприємства в секторі тимчасового розміщення, операції з нерухомим майном, професійні послуги та адміністративне обслуговування.

Рис. 2.9 наочно показує, що кількість зайнятих в МСП зросла у 2018 році порівняно з 2017 роком. Більше того, вкрай важливо відзначити, що малі та середні підприємства працевлаштовували понад 76% працівників у 2017 році від загальної кількості осіб, що працюють на підприємствах, у 2018 році ця частка зросла до 77,38%. На великих підприємствах відповідно у 2017 році працювало 23,74% і 22,62% у 2018 році.



Рис. 2.9. Кількість працівників в малих, середніх та великих підприємствах, 2017-2018 рр.

Джерело: [319,320]

Рис. 2.9 дає змогу прослідкувати динаміку числа підприємств за кількістю найманих працівників з огляду на розмір підприємства у 2015-2019 роках. Як бачимо, кількість осіб, працевлаштованих на великих підприємствах протягом зазначеного періоду знизилася з 29,6% у 2015 році до 26,1% у 2019. Кількість осіб, що працюють на середніх підприємствах зросла на 3%, з 45% у 2015 році, до 48% у 2019 році. Кількість тих осіб, що працюють в малих підприємствах знизилась з 15,2% у 2015 році до 13,8%, а працівників мікропідприємств зросла з 10,2% до 12,1%. Загалом, така картина дає можливість припустити, що частина

малих підприємств перейшли у групу середніх, а також зросла кількість мікропідприємств.

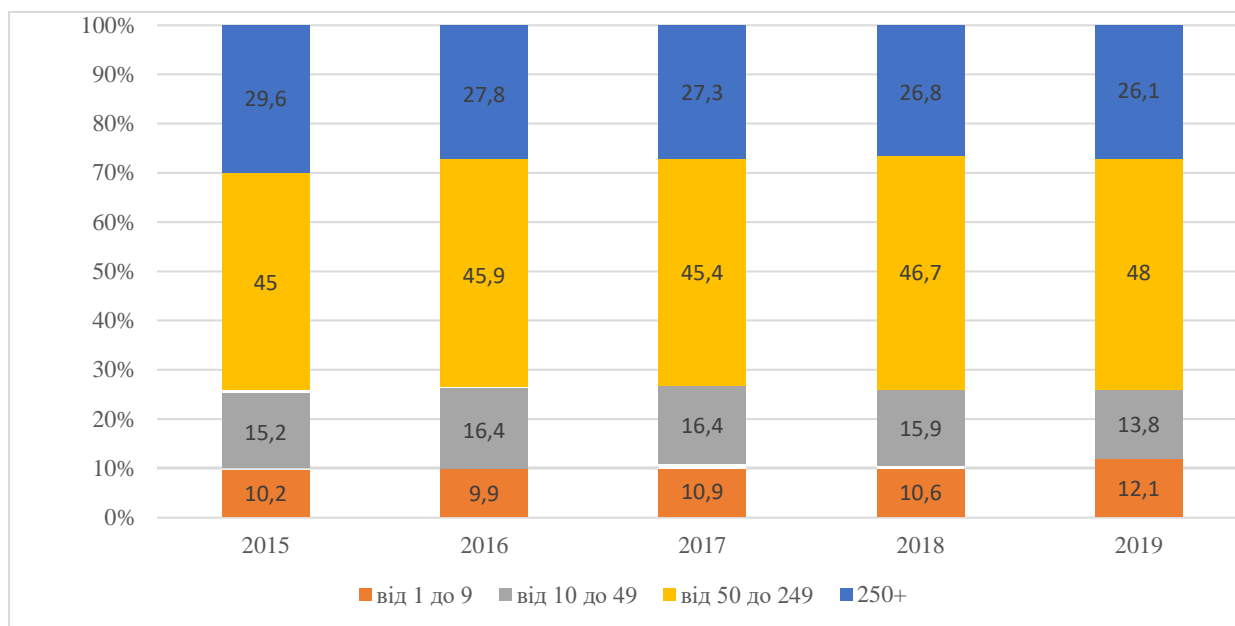


Рис. 2.10. Розмір підприємства і кількість найманих працівників, 2015-2019 рр., %

Джерело: складено автором на основі [319,320].

Наступним елементом аналізу розвитку МСП в Україні є обсяг реалізованої продукції. В таблиці 3.7 наведено обсяги реалізованої продукції з огляду на розмір підприємства та представлені галузі у 2018 році. Як видно з таблиці 3.7 є галузі, де більший обсяг реалізованої продукції припадає на мікропідприємства із чисельністю персоналу до 9 осіб, зокрема такі як тимчасове розміщування, інформація, операції з нерухомим майном, професійні послуги, адміністративне обслуговування.

У сфері будівництва лідируючі позиції займають малі підприємства. У транспорті галузі – середні підприємства. У таких галузях як промисловість, оптова та роздрібна торгівля найбільші обсяги реалізованої продукції припадають на великі підприємства.

Таблиця 2.3

Обсяг реалізованої продукції з огляду на розмір і галузь підприємств 2018 р.,
млн грн.

| Галузь | від 1 до 9 | від 10 до 49 | від 50 до 249 | 250+ | Усього |
|--|------------|--------------|---------------|---------|---------|
| Промисловість, окрім будівництва | 132347 | 202916 | 598526 | 1928520 | 2862309 |
| Будівництво | 58178 | 78755 | 61363 | 38202 | 236498 |
| Оптова та роздрібна торгівля | 766177 | 754315 | 806502 | 1024192 | 3351186 |
| Галузь | від 1 до 9 | від 10 до 49 | від 50 до 249 | 250+ | Усього |
| Транспорт | 63274 | 57187 | 81860 | 276693 | 479014 |
| Тимчасове розміщування | 19547 | 8725 | 7340 | 13353 | 48965 |
| Інформація | 100214 | 28429 | 31116 | 57044 | 216803 |
| Операції з нерухомим майном | 62928 | 35311 | 13029 | 9914 | 121182 |
| Професійні послуги | 66850 | 30800 | 26837 | 201824 | 326311 |
| Адміністративне обслуговування | 29198 | 18404 | 18587 | 14869 | 81058 |
| Підприємництво, окрім фінансової та страхової діяльності | 1298714 | 1214842 | 1645159 | 3564611 | 7723326 |
| Загальна економіка | 1418227 | 1364981 | 1823737 | 3705327 | 8312272 |

Джерело: [316, 319,320]

Рис. 3.12 нижче відображає обсяги реалізованої продукції з огляду на розмір компанії. Майже половина (44,58%) – це реалізація, яку здійснили великі підприємства, 21,94% - середні підприємства, 16,42% відповідно припадає на малі підприємства, 17,06% - мікропідприємства.

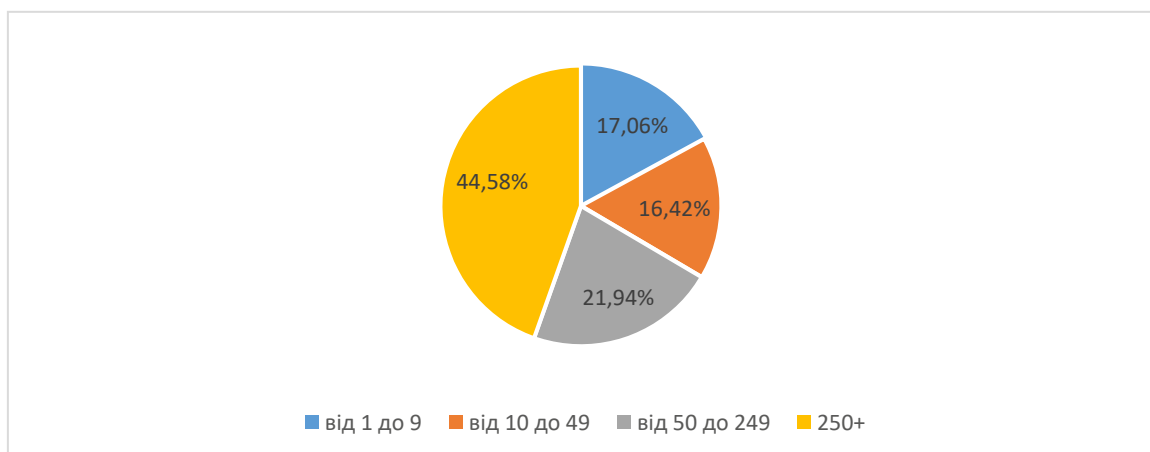


Рис.2.11. Розмір підприємств і частка обсягів реалізованої продукції у 2018 році

Джерело: складено автором на основі [319,320]

Порівнюючи Україну із рештою країн ОЕСР за показником «Обсяг реалізованої продукції за розміром підприємства» (рис. 3.13), можна дійти таких висновків. В Україні на обсяги реалізованої продукції великими підприємствами із чисельністю персоналу понад 250 осіб припадає найменший відсоток, 35%. Для порівняння, в Німеччині -72%, у Польщі – 66%, у Франції – 65%, в Румунії – 62%, у Норвегії – 61%, в Нідерландах -62%, Фінляндії – 57%, Іспанії – 52%, Італії – 42%, найближче до України за показниками лише Португалія із показником 39%.

Важливо зазначити, що за часткою середніх підприємств Україна виступає лідером (40 %), у решті країни частка подібних підприємств коливається у діапазоні від 15 до 30%. Такі результати можуть свідчити про низьку продуктивність з розрахунку на одного працівника українських великих підприємств і вищу продуктивність у середніх. Малі підприємства за обсягом реалізованої продукції роблять внесок у 12%, демонструючи середні показники порівняно із розглянутими країнами.

Мікропідприємства в Україні дають 13%, що є найвищим показником, Португалія та Італія – 12%, Фінляндія -11%, решта країн мають нижчі показники. Загалом, якщо поєднати внесок мікро- та малих підприємств, можна стверджувати, що Україна демонструє середні показники за обсягами реалізованої продукції (25%), у Франції – 10%, в Італії, 32%, в Португалії – 29%, в інших країнах цей показник нижчий.

Важливим показником аналіз є додана вартість, створювана малими і середніми підприємствами. Таблиця А.5 у додатку А демонструє обсяги створеної доданої вартості за розмірами підприємств та галузями. Майже половину (48,8%) доданої вартості створюють великі підприємства, середні створюють 20,3%, малі – 14,3%, мікро – 16,6%.

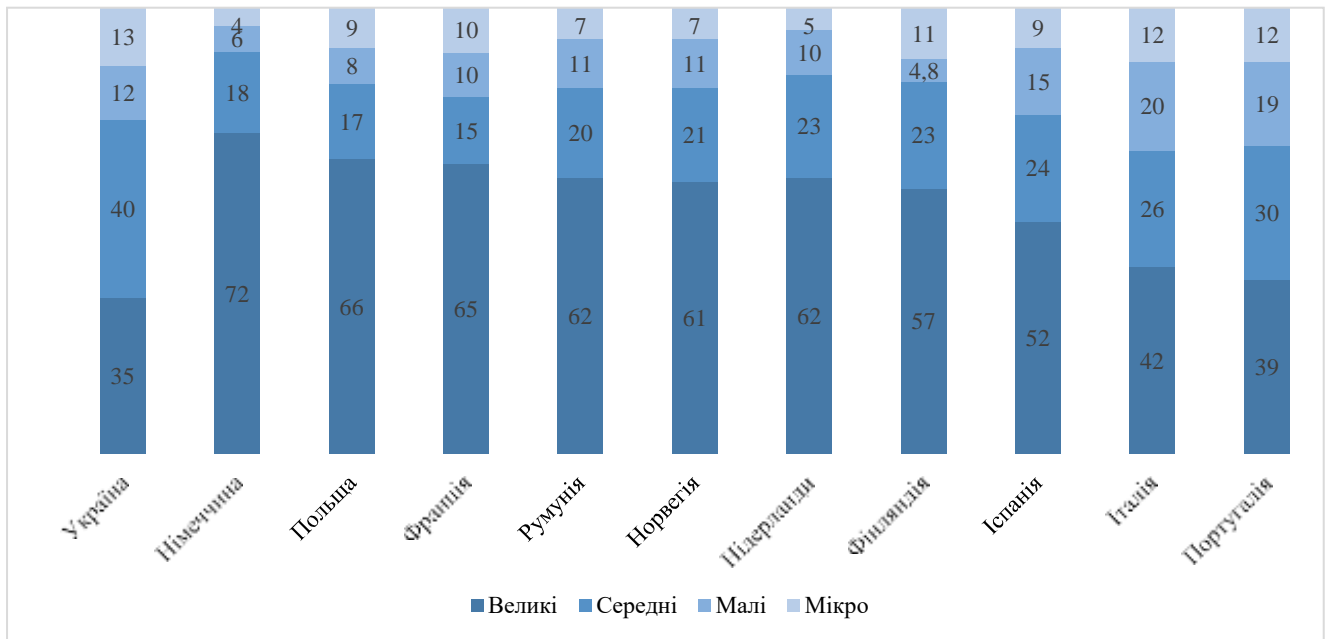


Рис.2.12. Розмір підприємства і обсяги реалізованої продукції, країни ОЕСР і Україна

Джерело: складено автором на основі [319] та [320].

Рис. 2.13 узагальнює частки доданої вартості за розміром підприємства та сектором діяльності в Україні протягом 2018 року.

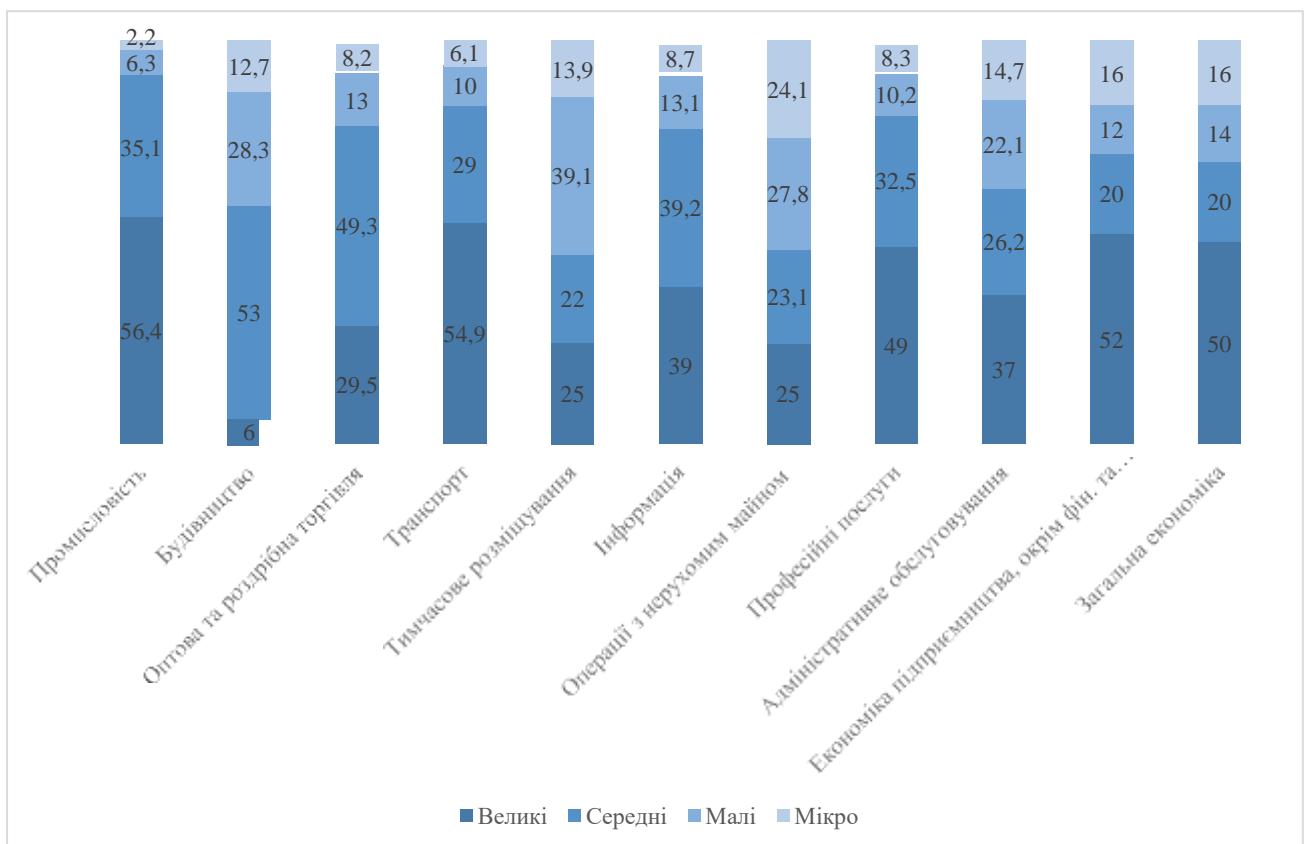


Рис. 2.13. Додана вартість та розмір підприємства в Україні, 2018 рік

Джерело: складено автором на основі [319].

Порівняння України з окремими країнами-членами ОЕСР (рис. 3.14) за показником доданої вартості показує, що більшу частку доданої вартості створюють великі підприємства (72%). Цей показник є на рівні Норвегії (77%), в решті країн він нижчий, зокрема в Польщі – 65%, у Великобританії та Франції – 61%, Туреччині – 60%, Фінляндії – 56%, Нідерландах – 51%, Іспанії – 50%, Італії – 40%, Португалії – 37%. Середні та малі підприємства створюють одну з найменших часток в Україні (16 та 6% відповідно), порівняно з іншими країнами. Внесок мікропідприємств у 6% співставний з польським показником, у Норвегії він нижчий – 4%, у решті країн – вищий.

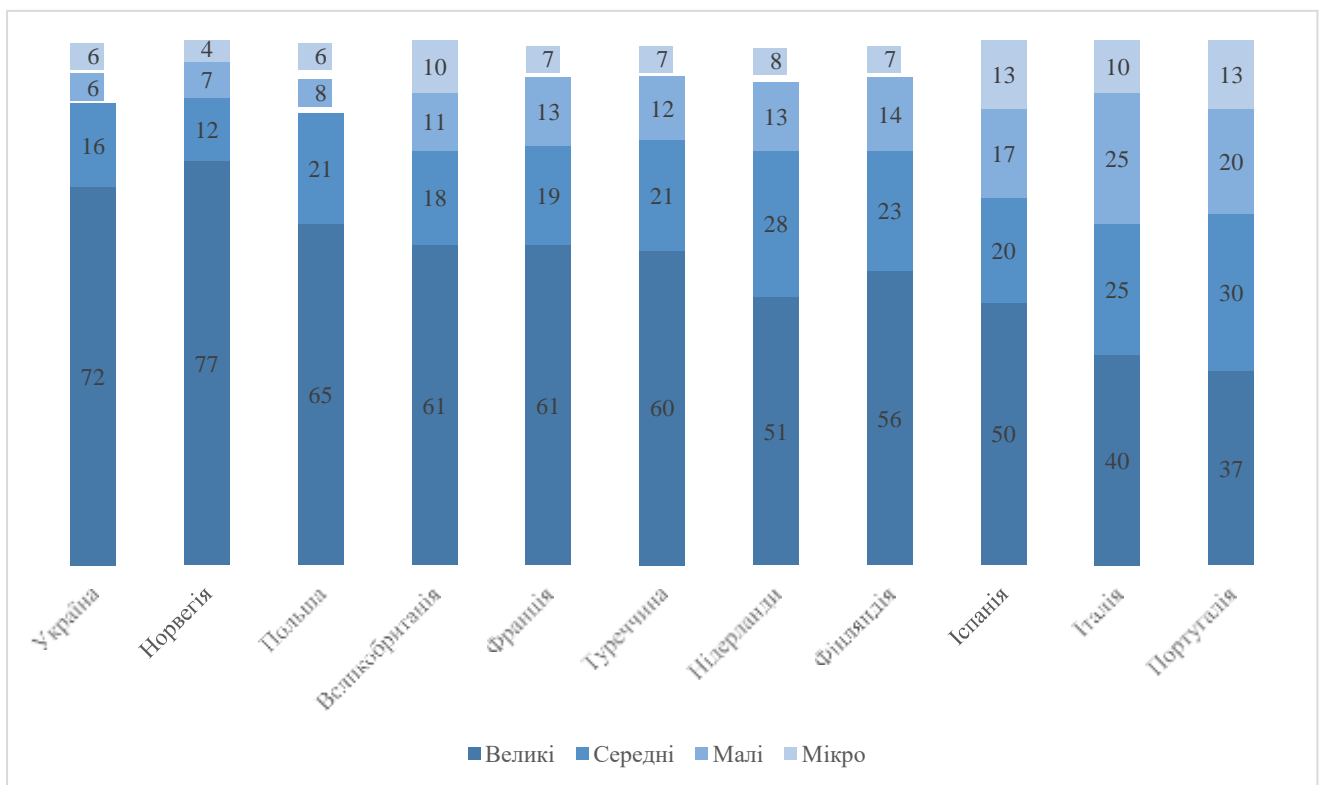


Рис. 2.14. Розмір підприємства і додана вартість, Україні й інших країни, 2018 р.

Джерело: складено автором на основі даних [319] та [318, 320].

Ще одним важливим показником виступає показник продуктивності праці на підприємствах. Рис. 2.15 ілюструє продуктивність праці за напрямком діяльності в Україні у 2018 р., показана у тисячах гривень.

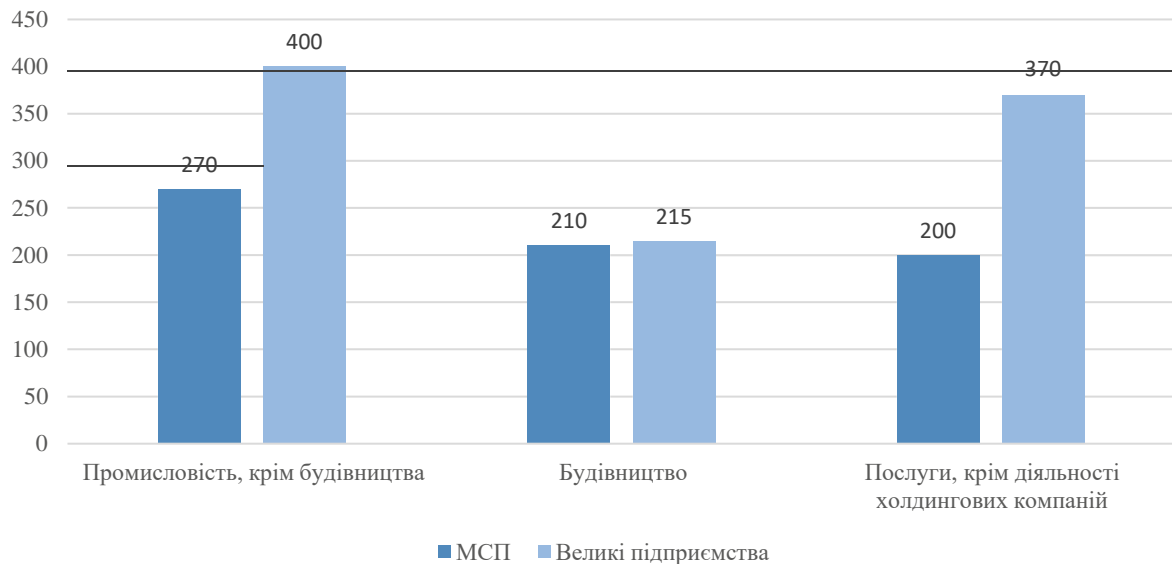


Рис.2.15. Продуктивність праці за напрямком діяльності в Україні у 2018 р., тис грн.

Джерело: складено автором на основі [319]

Загалом, можемо дійти висновку, що продуктивність на українських великих підприємствах значно вища. На рис.3.17 продемонстровано порівняльну характеристику рівня продуктивності праці українських промислових підприємств порівняно з країнами-членами ОЕСР у тис. дол. Як бачимо, в Україні найнижчі показники продуктивності праці порівняно з іншими країнами ОЕСР. Мікропідприємства із продуктивністю у 8 тис. доларів США, демонструють найкращі порівняно з українськими малими, середніми та великими підприємствами, поступаючись на 1000 дол.США своїм турецьким колегами, на три тисячі дол. польським, але решта країн мають набагато вищі показники, зокрема у Португалії – 35 тисяч доларів США, Іспанія – 40, Італія – 39, Великобританія -69, Фінляндія – 70, Франція – 90. Загалом, продуктивність мікропідприємств нижча від середнього значення розглянутих країн у 5,7 разів, а від лідируючої за цим показником Франції – 11,25 рази. Малі підприємства України мають продуктивність праці 8 тисяч доларів США. Для порівняння аналогічний показник у Туреччині – 17, Польщі – 21, Португалії – 29, Іспанія – 49, Італія – 61, Франція – 65, Великобританія – 78, Фінляндія – 78. Продуктивність малих підприємств в цілому у 6,2 рази нижча від середнього показника за аналізованими країнами, відстаючи від лідерів цього списку,

Великобританії та Фінляндії у 9,75 рази. Українські середні промислові підприємства у своїй продуктивності у 5,5 разів менші, ніж середній показник серед аналогічних підприємств досліджуваних країн, і від лідера за даним показником, Фінляндія відставання складає 8,2 рази. Продуктивність великих підприємств у 6,75 рази нижча, ніж середній показник аналізованих країн, відстань від країн з найвищим показником, Франції та Великобританії становить 9,3 рази. В середньому продуктивність підприємств промисловості нижча у 6 разів порівняно із аналогічним показником розглянутих країн-членів ОЕСР.

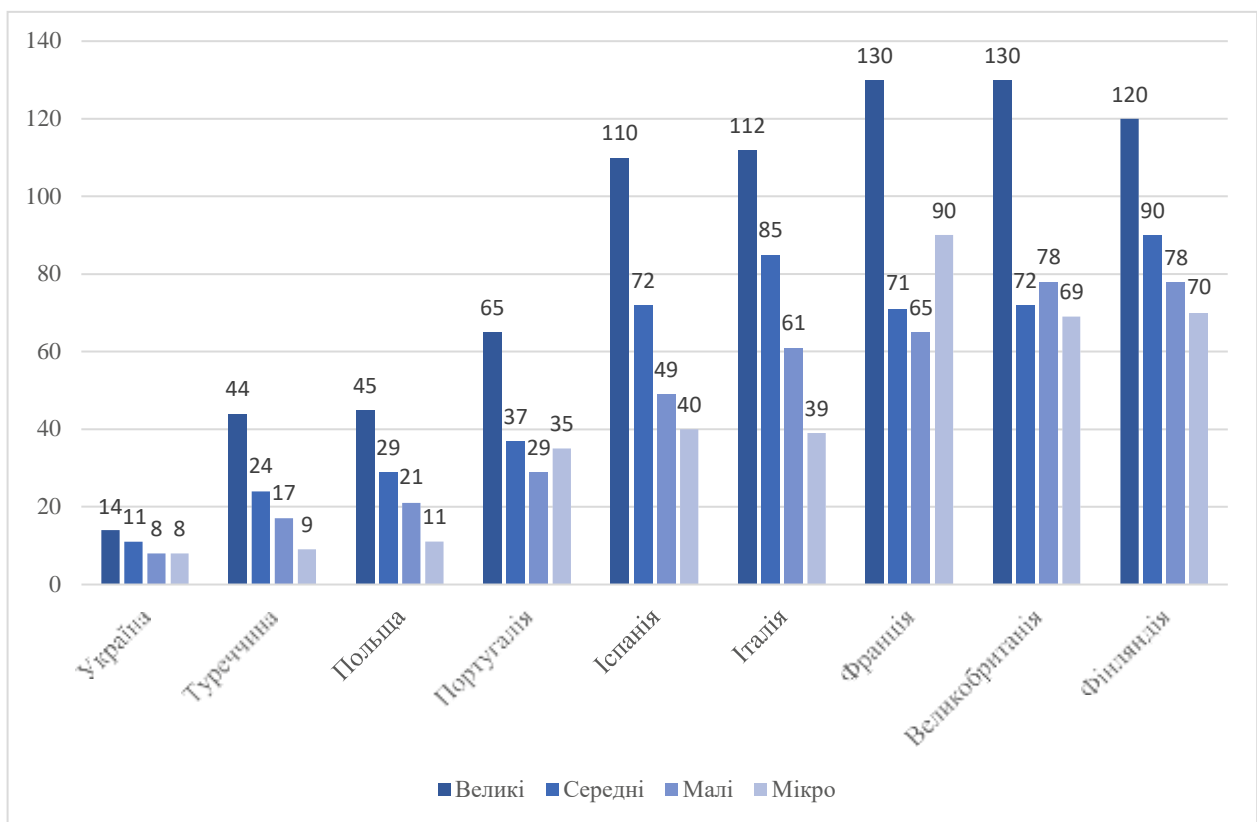


Рис.2.16. Продуктивність праці: Україна та окремі країни ОЕСР, 2018 р., тис дол.

Джерело: [319], [321].

У секторі професійних послуг ситуація краща – великі підприємства демонструють одні з найвищих показників (70 тис. дол. США), обігнавши Польщу, Угорщину, Чехію, Португалія та знаходячись на одному рівні з Німеччиною, Іспанію, дещо поступаючись Італії (88 тис. дол. США). Натомість малі підприємства цього сектору демонструють найгірші показники – 9 тис.дол.

США, - порівняно із іншими оглянутими країнами (рис.А.3 у Додатку А). Наступною у цьому рейтингу є Туреччина, маючи 15 тисяч, лідером є Німеччина із 66 тис. дол. США серед МСП. Цікаво, що в Німеччині продуктивність праці великих та малих і середніх підприємств є майже на одному рівні (рис. А.3, Додаток А).

Наступним важливим компонентом у процесі розгляду розвитку МСП, згідно методології ОЕСР, є так звана підприємницька динаміка, що передбачає аналіз особливостей відкриття нових підприємств та закриття, які називають відповідно рівнем народжуваності підприємств та рівнем смертності. На рис.А.4 Додатку А продемонстровано частку народжених та померлих підприємств за видами діяльності у загальній кількості підприємств в Україні станом на 2017 рік. Кількість народжених, тобто новостворених підприємств, та померлих, тобто закритих, ліквідованих підприємств, розраховується як відсоток діючих підприємств.

Важливим для цілей нашого аналізу є порівняння рівнів народжуваності та смертності підприємств з аналогічними показниками країн-членів ОЕСР. Рис. 2.17 наочно демонструє, що в Україні у 2018 році частка народжених та померлих підприємств майже однакова (6,4% та 6,3% відповідно). Значні коливання кількості народжених та померлих підприємств 10 та 9,7% відповідно у Португалії, але розрив у 0,3% свідчить про позитивний приріст кількості підприємств. У решті країн ситуація така: Греція, Фінляндія, Німеччина, Іспанія, Італія мають негативний приріст, а саме на 1,2 відсотки менше створено підприємств (3,6%), ніж закрито (4,5%) у Греції, на 1,7% менше відкрито, ніж закрито у Фінляндії, в Італії, Іспанії, Німеччині – підприємств закрито більше, ніж відкрито, але розрив є меншим - 1%.

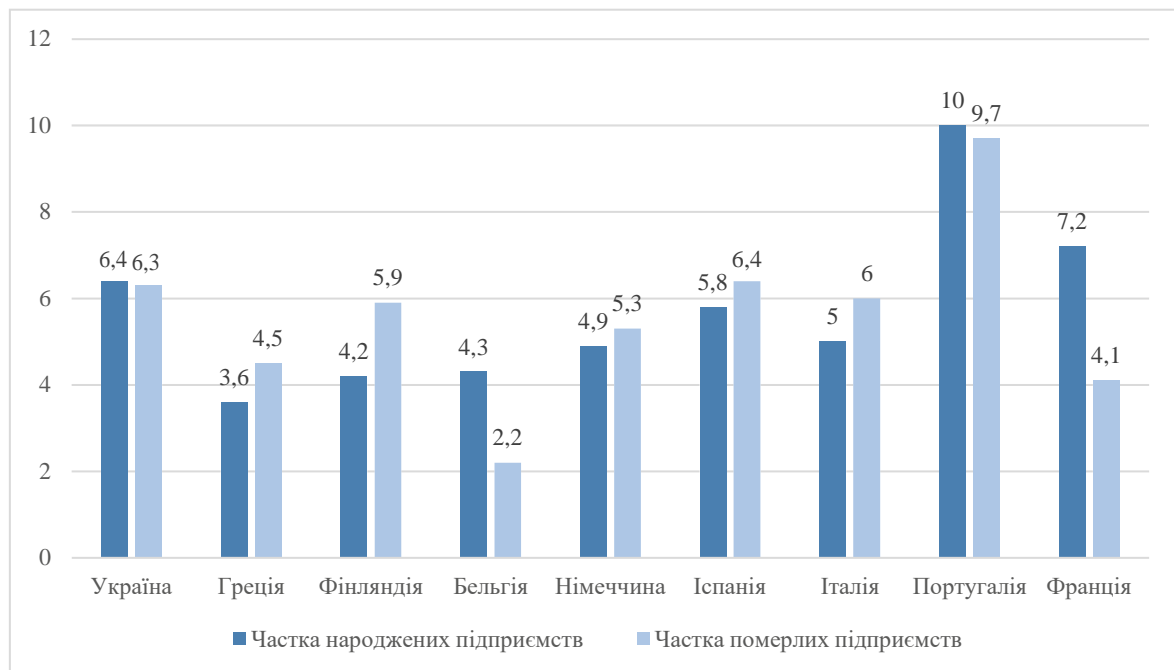


Рис. 2.17. Нові та закриті підприємства – Україна та країни ОЕСР, 2018 [61]

Джерело: складено автором на основі [319] та [321].

Регіональна статистика МСП є невід’ємною складовою аналізу розвитку МСП у кожній країні, згідно методології ОЕСР. Для України це є вкрай актуальним, оскільки рівень розвитку підприємництва в різних регіонах є дуже неоднорідно, що і демонструють рис. 5-10 у додатку 3.2.

Рисунок А.5 Додатку А демонструє частку підприємств за областями, включаючи приватні підприємства станом на 2018 рік. Як бачимо, беззаперечним лідером є місто Київ (14,39%), далі – Харківська (8,37%), Дніпропетровська (7,63%), Одеська (7,15%), Львівська (6,75%), Київська (5,5%) та Запорізька (4,04%) області. Решта 18 областей мають менше 4% від загальної кількості підприємств. Рис. А.6 Додатку А показує розподіл кількості юридичних осіб за областями. Тут розрив з областями-лідерами та містом Київ ще більший. У Києві зареєстровано станом на 2018 рік 25,72%, у Дніпропетровській області – 8,18%, в Одеській – 6,94%, Харківській – 6,68%, у Київській – 5,63%, Львівській – 5,40%, Запорізькій області – 4,21%. В інших областях – менше 3,3%.

Рис. А.7 Додатку А зображує розподіл юридичних осіб та підприємців за областями. Очевидно, що лідери залишаються незмінними, а також співвідношення частки приватних підприємств та юридичних осіб дає змогу

дійти висновку, що у всіх регіонах України кількість приватних підприємців чисельно більша, ніж юридичних осіб, при цьому цей відрив є досить нерівномірним у різних областях, зокрема у Києві юридичних осіб на 1,89 рази більше, у Кіровоградській та Харківській областях – майже у 4 рази, у Чернівецькій – майже у 10 разів. При цьому медіанне значення розриву між кількістю юридичних осіб та приватних підприємців становить 5,33 рази на користь останніх.

Рис. А.8 та А.9 Додатку А демонструють кількість найманих працівників за регіонами на всіх суб'єктах підприємницької діяльності, включаючи приватних підприємців (рис. А.8) та окремо в юридичних особах (рис. А.9).

Як бачимо з рис. А.8 Додатку А, безумовним лідером є місто Київ (26,1%), далі слідує Дніпропетровська область (10%), Харківська (6,7%), Львівська (5,7%), Київська (5,1%), Одеська (4,8%), Донецька (4,3%), Запорізька (4,2%), інші 17 областей мають частку, що менше 4%. Рис. А.9 Додатку А демонструє частку працевлаштованих виключно юридичними особами. Незмінно найбільший відсоток у Києві (25%). Серед областей найбільша частка працевлаштована у таких областях: Дніпропетровська (8,7%); Харківська (5,2%); Львівська (4,6%); Київська (4,4%). Решта областей – менше 4%. При цьому юридичні особи таких областей як Черкаська, Житомирська, Миколаївська, Хмельницька, Сумська, Волинська, Чернігівська, Івано-Франківська, Кіровоградська, Рівненська, Херсонська, Закарпатська, Тернопільська, Луганська, Чернівецька працевлаштували менше 2% від загальної кількості.

Рис. А.10 Додатку А, що демонструє частку обсягів реалізованої продукції за областями дає змогу зробити припущення щодо ефективності роботи підприємств за регіонами. Зокрема, на Київ припадає майже 40% від усіх обсягів, Дніпропетровська область – 10,4%, Київська – 4,8%, Донецька - 4,5%, Одеська – 3,8%; Харківська - 3,7%; Львівська - 3,5%; Запорізька - 3,2%; Полтавська - 2,9%. Інші області мають частку менше 2%.

Ще одним елементом аналізу підприємництва згідно методики ОЕСР є доступ до фінансів. Як зазначено у Звіті ОЕСР [316], «на обсяг непогашеної

заборгованості підприємств (сукупність виданих кредитів) надзвичайно негативно вплинули три роки рецесії (2013-15), чотири роки інфляції (2014-17), яка щорічно сягала понад 10%, а також значні коливання курсу обміну валют» [316]. Скориговані на інфляцію дані щодо обсягу кредитування (рис. А.11 Додатку А) демонструють його скорочення на -17,4% у 2017 році, - це більше, ніж в будь-якій країні-учасниці інструменту ОЕСР Шкала фінансування. 2013 рік став останнім роком, коли в Україні зростав обсяг виданих кредитів. Скоригований на інфляцію, обсяг нових кредитів підприємствам зменшився на -20,3% у 2017 році, після зростання на 1,8% у 2016 р. Частка кредитів МСП у загальному обсязі виданих підприємствам кредитів досягала 52,4% у 2017 р., що перевищує цей показник у більшості країн-учасниць інструменту ОЕСР (рис. А.12, А.13 Додатку А) [316].

У Додатку А наведено дані щодо обсягів кредитування нового бізнесу в Україні та інших країнах світу. Варто зауважити, що у 2018 році 51% загального обсягу виданих кредитів склали саме довгострокові кредити, строк погашення яких перевищує один рік. Середній показник за різними країнами світу становить 77,6%. Такі дані свідчать про низький попит або відсутність достатнього рівня пропозиції довгострокових кредитів. Цікавим є той факт, що понад половина, 53,7% загального обсягу виданих довгострокових кредитів були у національній валюті, гривні, інші – в доларах США і в євро. В національній валюті 2018 року кредитувались такі сектори як сільське та лісове господарства, торгівля. Натомість, добувна промисловість, електроенергетика, газова індустрія звертались до коштів в іноземній валюті. Загалом, спостерігається певна тенденція, яка полягає у тому, що чим меншим є розмір компанії, тим більшим є вірогідність того факту, що кредит буде взято у національній валюті. У 2017 році процентні ставки за кредитами для малого і середнього підприємництва становили 16,0%. Це значно більше середнього значення в інших країнах, яке складає 3,80%. Така ситуація обмовлена тим, що протягом 2013-15 рр. відбувалися підвищення облікових ставок Національного банку України задля того, щоб знизити темпи інфляції. Станом на 2017 рік серед процентних ставок

доходи до 2,5% між сектором МСП та великими підприємствами. Це обумовлено, можливо, вищим рівнем непогашених кредитів МСП або тим, що малі і середні підприємства були сконцентровані у тих галузях, де мала місце рецесія. Більше детальної графічної інформації розміщено у Додатку А, рис. А.14-А.17 до цього документу.

Аналіз основних показників діяльності підприємництва (кількість підприємств; зайнятість; обороти підприємств; створювана додана вартість; продуктивність праці на підприємствах; підприємницька динаміка, що вимірює кількість новостворених та закритих підприємств в Україні; регіональна статистика підприємництва; підприємства та доступ до фінансування) згідно методології ОЕСР дав змогу підтвердити, що роль малого і середнього підприємництва в Україні є досить значною. Понад 75% зайнятих осіб працюють саме у малих і середніх підприємствах. Протягом останніх років відбувається поступове зростання кількості підприємств. В Україні – досить низькі показники створюваної доданої вартості порівняно з розглянутими країнами ОЕСР. Продуктивність праці також є однією з найнижчих. Співвідношення кількості новостворених та закритих підприємств в Україні є у межах норми, кількість нових підприємств вища за кількість закритих Українські регіони мають дуже різні рівні підприємницької активності. Лідером є місто Київ, а також Харківська, Одеська, Дніпропетровська, Львівська, Донецька, Запорізька області. Незважаючи на те, що з 2013 року в Україні щорічно знижуються обсяги кредитування підприємств, частка кредитів малих і середніх підприємств у загальному обсязі виданих підприємствам кредитів перевищує цей показник у більшості країн-учасниць ОЕСР.

2.2. Оцінювання підприємницьких екосистем в Україні

Підприємницька екосистема в Україні уже існує. У розділі 2 було розглянуто провідні методики оцінки підприємницьких екосистем. На основі розглянутих методик запропонуємо власну із врахуванням необхідності оцінки підприємницьких екосистем на національному, регіональному, місцевому та галузевому рівнях. Для проведення оцінювання підприємницьких екосистем доцільно застосовувати підходи, розроблені Організацією економічного співробітництва і розвитку та Коледжу Бабсона, як уже зазначалось. Важливими є оцінки кожного визначеного компоненту підприємницької екосистеми, зокрема йдеться про формування політики, інфраструктуру, інновації, фінанси, ринки, підтримку, культуру та людські ресурси. У зарубіжних публікаціях наведено оцінку підприємницьких екосистем країни на основі методики Глобального моніторингу підприємництва (Global Entrepreneurship Monitoring), наприклад, Польщі. При цьому у кожному із застосованих підходів оцінки було введено додаткові показники та засоби, що урахували специфіку оцінюваної підприємницької екосистеми. Зокрема, у статті Брукс К. та інших наведено результати оцінювання підприємницьких екосистем у Польщі із використанням показників Глобального індексу підприємництва (ГЕМ) [207], які посилені проведеними фокус-групами із регіональною та центральною владою Польщі, підприємцями та іншими задіяними сторонами у трьох воєводствах. Такий підхід дає змогу доповнити експертну бальну оцінку ГЕМ, посилити якісною первинною інформацією, уточнивши дані Моніторингу. Індикатори ГЕМ наведені у Розділі 2. Оцінювання підприємницьких екосистем Скандинавських країн (Данія, Швеція, Ісландія, Фінляндія, Норвегія) базується на комбінації адаптованої методології Всесвітнього економічного форуму та таких методів як кабінетне дослідження, опитування підприємців та обговорення з експертами.

Таким чином, оцінювання базується на аналізі семи компонентів підприємницької екосистеми: культура, доступ до ринків, регуляторні рамки та інфраструктура, освіта та навчання, механізми підтримки, доступ до фінансів, доступ до компетенцій та робочої сили. [207]

Мережею Аспену запропоновано здійснювати оцінку підприємницьких екосистем на основі методики ОЕСР [290], запропоновані рекомендації є влучними, проте їх варто доповнити, на нашу думку, з урахуванням визначених нами компонентів підприємницьких екосистем.

У процесі оцінювання застосуємо у тому числі індикатори ГЕМ, наведені у Розділі 2. Таким чином, процес оцінювання підприємницьких екосистем пропонуємо здійснювати за компонентами із використанням показників, наведених на рис. 2.18. Дані за зазначеними показниками будуть зібрані шляхом кабінетного дослідження, йдеться про розгляд вторинної статистичної інформації, аналіз існуючих індексів, рейтингів тощо. Беручи до уваги передовий світовий досвід, вважаємо за доречне також провести опитування експертів, до числа яких входять представники різних груп стейкхолдерів екосистеми, зокрема об'єднань підприємців, навчальних закладів, міжнародних організації та донорів, органів влади, громадянського суспільства тощо. Оцінки експертів будуть скориговані з огляду на отриману вторинну інформацію.

Наступним кроком є збір первинної інформації від підприємців шляхом проведення онлайн опитування та фокус-груп у різних містах нашої країни на основі визначених пошукових питань. На основі зібраної інформації буде виставлено зважені бальні оцінки за кожним з компонентів екосистеми. Фінальна оцінка за кожним компонентом розраховується як середньоарифметичне значення зваженої експертної оцінки та зваженої оцінки підприємців за кожним із показників, наведених на рис. 2.18. Оцінка підприємницької екосистеми визначається як середньоарифметична оцінок восьми компонентів.

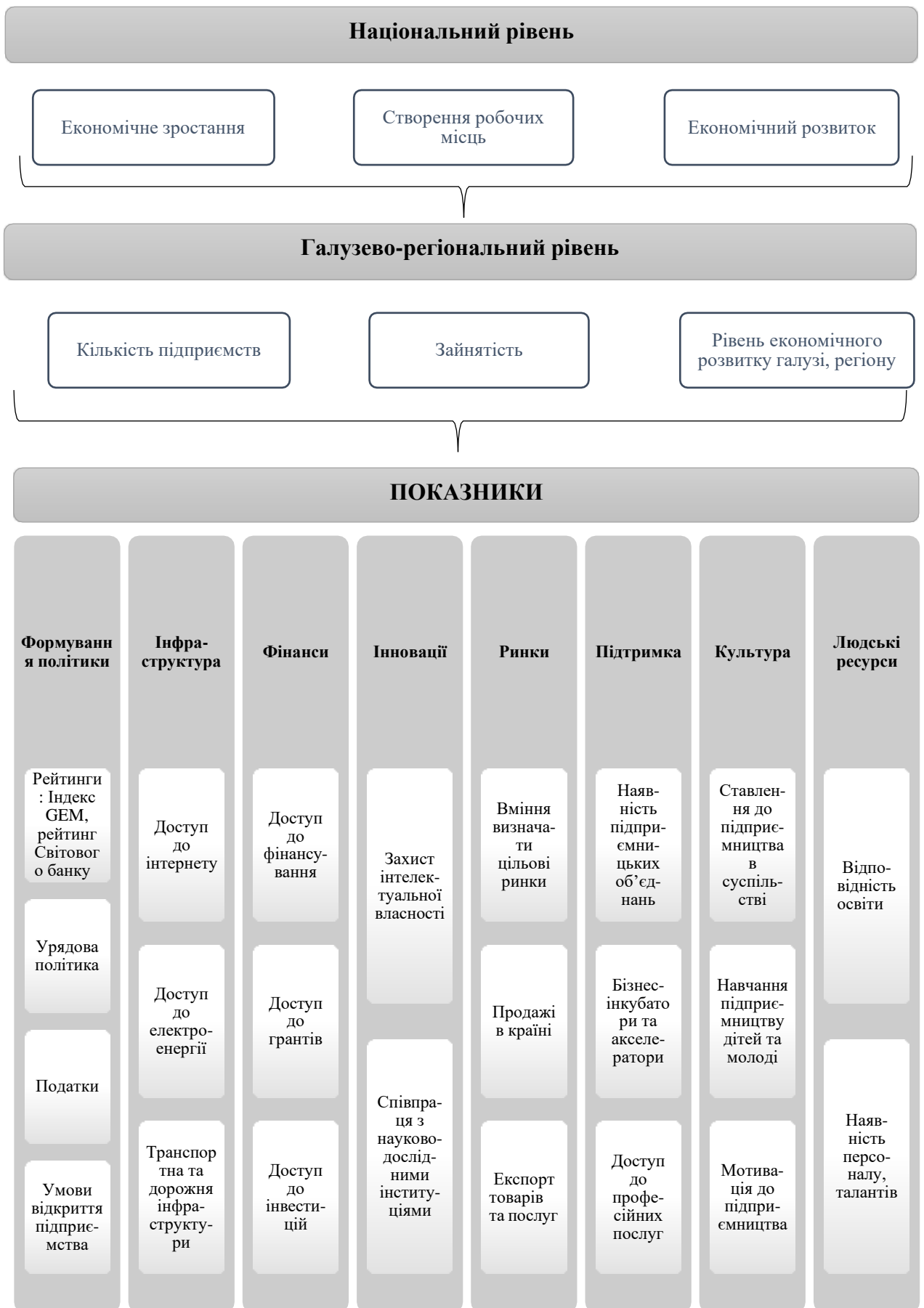


Рис. 2.18. Методика оцінки ефективності підприємницьких екосистем
Джерело: розроблено автором

На рис 4.1 відображено рівні функціонування підприємницьких екосистем та ключові результати їх впливу, зокрема на національному рівні підприємницькі екосистеми сприяють економічному зростанню, економічному розвитку та створенню робочих місць, на галузево-регіональному рівні йдеться про вплив на кількість підприємств, зайнятість та рівень економічного розвитку галузі та регіону.

У даному дослідженні здійснимо оцінку підприємницької екосистеми на рівні країни. Для цього підприємницьку екосистему буде оцінено за показниками, зокрема:

- за компонентом «Формування політики» буде проаналізовано рейтинги та визначення місця України в них, урядову політику, податки, умови відкриття підприємства;
- за компонентом «Інфраструктура» - доступ до інтернету, електроенергії, транспортна і дорожня інфраструктура;
- за компонентом «Фінанси» - доступ до фінансування, грантів та інвестицій;
- за компонентом «Інновації» - питання захисту інтелектуальної власності співпраці з науково-дослідними інституціями;
- за компонентом «Ринки» - вміння визначати цільові ринки, продажі в країні, експорт товарів та послуг;
- за компонентом «Підтримка» - наявність підприємницьких об'єднань, бізнес-інкубатори та акселератори, доступ до професійних послуг;
- за компонентом «Культура» - ставлення до підприємництва у суспільстві, навчання підприємництву молоді та дітей, мотивація до підприємництва;
- за компонентом «Людські ресурси» - відповідність освіти, наявність персоналу, талантів.

Основу оцінювання склали результати опитування підприємців та представників їх об'єднань, статистичні дані та міжнародні рейтинги Важливим завданням даного дослідження є визначення не лише перспективних, а також проблемних аспектів, труднощів у роботі підприємств в Україні.

Як зазначалось вище, оцінка підприємницької екосистеми буде складена для кожного компоненту підприємницької екосистеми шляхом співставлення результатів дослідження, макропоказників, рейтингових оцінок експертів, до числа яких увійшли представники місцевої влади, підприємці, їх об'єднання, бізнес-школи, навчальні заклади тощо. Для початку визначимо основні тенденції розвитку підприємницьких екосистем України. Україна зараз знаходиться в активній фазі виконання Угоди про співробітництво з ЄС, тож в Акті з питань малого бізнесу для Європи 2011 року, який є основою політики у сфері МСП, наведено 10 принципів, важливих для кожної економіки ЄС. Ці принципи узагальнені у Додатку В. Закономірно, що українська модель розвитку підприємницьких екосистем має ґрунтуватись на них. За цими принципами можна виділити основні умови ведення бізнесу в будь-якій країні, зокрема середовище для розвитку підприємництва, питання подолання банкрутства та кризових явищ у підприємницькій діяльності, податкове регулювання та адміністрування, наявність кваліфікованої робочої сили, сприяння держави, створення інфраструктури, доступ до ринків збуту та фінансування, можливості експортної діяльності, впровадження інновацій, оновлення виробничих потужностей тощо.

Насамперед виявимо важливі для роботи підприємств факторів. Для цього проведемо огляд існуючих звітів, де виділені труднощі малих і середніх підприємств. У Звіті USAID KEU 2019 року з оцінки реалізації державної політики розвитку малого і середнього підприємництва наведені результати дослідження, в якому, в тому числі, виділені найбільші перешкоди для ведення бізнесу в 2019 році (рис. 4.2.). Складність та невизначеність законодавства (49,2%) і корупція (44,6%) визначені основними проблемами. Також значні труднощі у питаннях купівельної платоспроможності споживачів (40%), нестача фінансів (39%). На умовному третьому місці – складність адміністрування податків (31,6%) та брак кваліфікованих кадрів (29,4%). Майже однакова кількість респондентів відзначила проблеми у підключенні до систем електро-, газо- і водопостачання (16,9%) та отриманні документів дозвільного характеру

(13,6%). 8,5% відзначили неякісну транспортну інфраструктуру. Менша кількість представників підприємництва відчувають проблеми у вартості сировини та комплектуючих, воєнних діях на Сході, оскільки бізнес вже адаптувався до даного фактору, у ризиках рейдерського захоплення, по 5,6% відповідно. Лише 0,6% респондентів вбачають складність у процедурах державної реєстрації, що свідчить про ефективність здійснених за цим напрямом заходів на державному та місцевих рівнях. Протягом 2015-2020 року Україна у рейтингу ведення бізнесу “Doing Business” Міжнародного банку реконструкції та розвитку піднялась/підвищила свої позиції на 32 пункти з 96 місця 2015 року до 64 позиції у 2020 році [353].

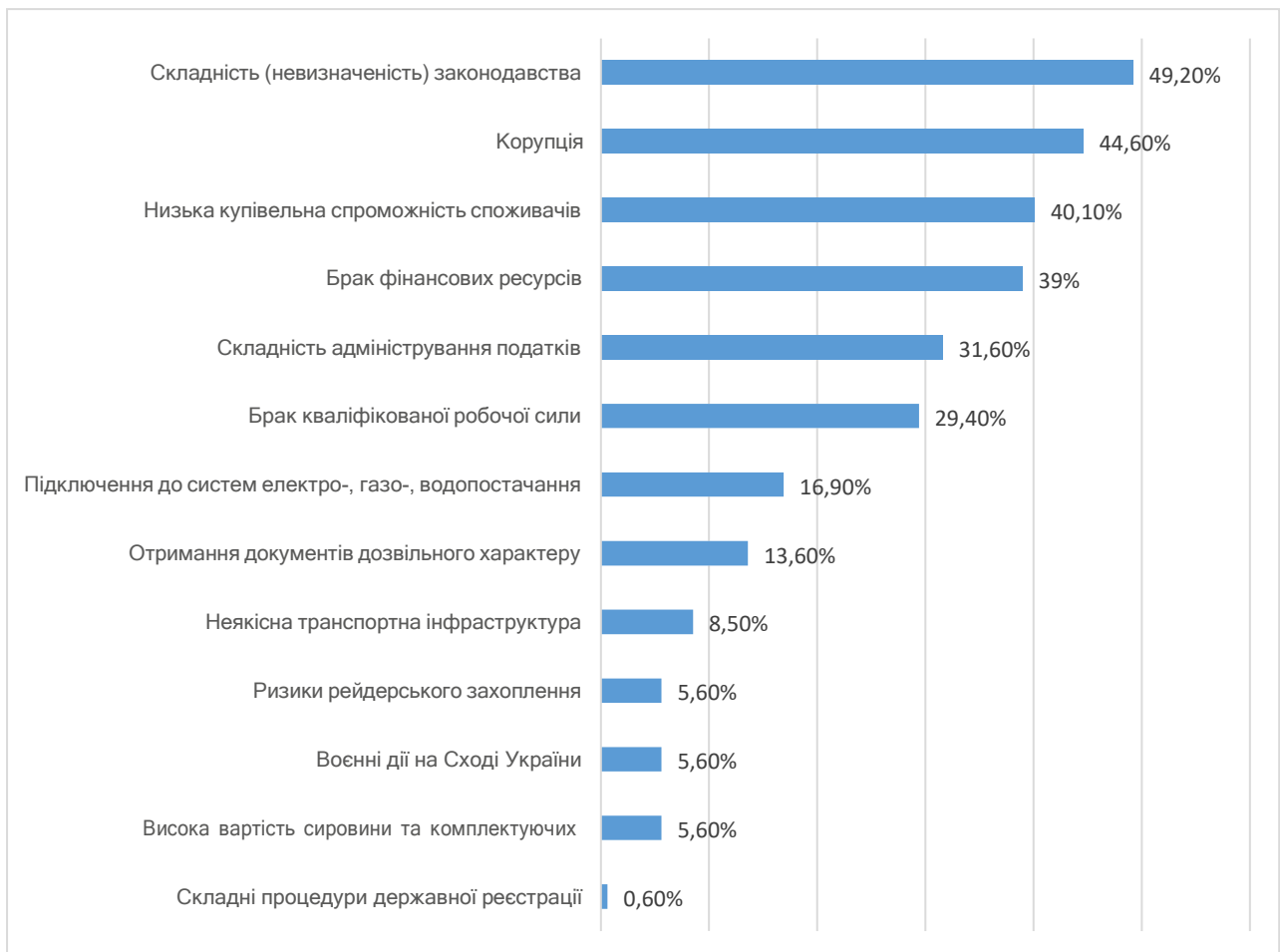


Рис. 2.19. Перешкоди для ведення бізнесу в 2019 році [355]

У звіті Ради Бізнес-омбудсмена «Великі проблеми малого бізнесу» [355] проведено влучне, на нашу думку, співставлення вище згаданого дослідження USAID та дослідження Інституту економічних досліджень та політичних консультацій «Щорічна оцінка ділового клімату 2016: Національний та

регіональний виміри» [354] (рис. 4.2). Як видно з рис.4.3 у 2015 році серед факторів-труднощів підприємців визначали нестабільну політичну ситуацію (51%), низький попит (39%). У 2016 році ці фактори змінили свою роль, політична ситуація стала важливим чинником для 44%, а низький попит відзначали 59%. Дещо більш вагомими у 2016 році проти 2015 стали податкові ставки (35% проти 31%), податкове адміністрування та бухгалтерський облік (27% у 2016 році і 26% у 2015). Менш важливим фактором стала інфляція у 2016 році (26% проти 29%). Натомість часті зміни економічного законодавства стали бентежити на 3% більше підприємців (23 і 26% відповідно), схожа ситуація зі ставленням до регуляторного тиску (20% і 23%). Показник ставлення до корупції у 2015-2016 роках були незмінним на рівні 23%. Проблема залучення кваліфікованих кадрів була виділена як вагома 20% у 2016 році проти 13% у 2015 році. У той же час вплив війни на Сході України у 2015 відзначали 28%, а у 2016 – вже 20%.

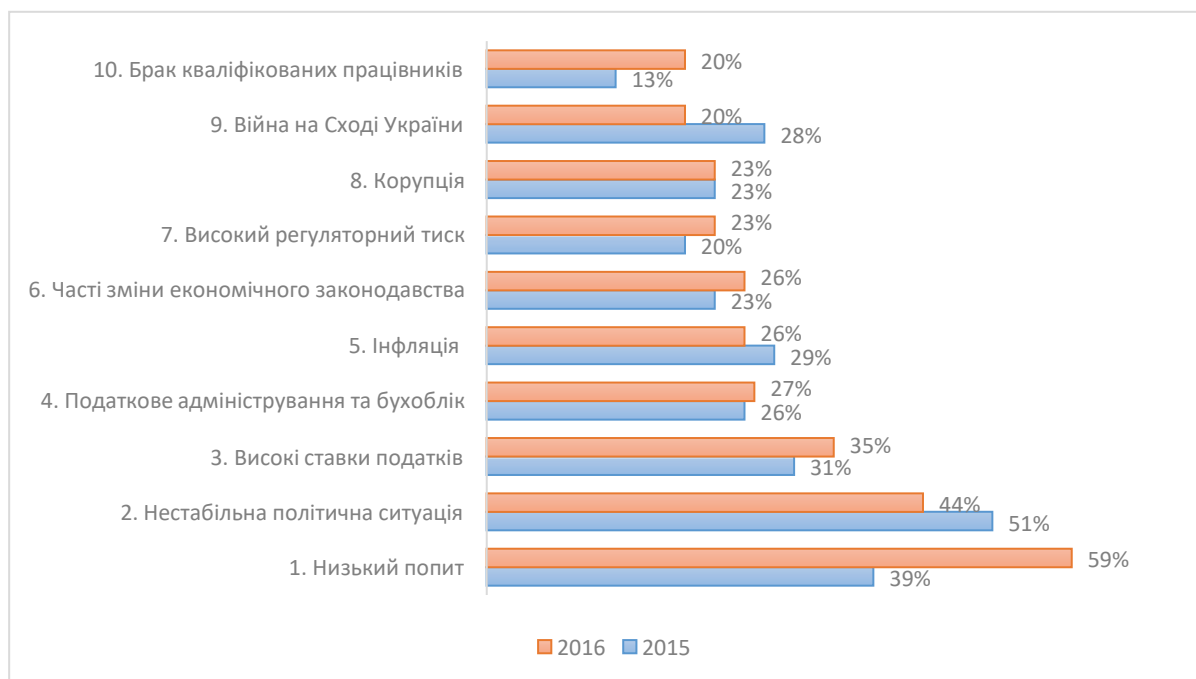


Рис.2.20. Проблеми у роботі малих та середніх підприємств,
2015-2016 роки

Джерело: [354]

Проведене співставлення схожих факторів у системному звіті Ради бізнес-омбудсмена дало змогу дійти висновку, що вплив низки чинників зменшується,

натомість інші зростають, згідно оцінок експертів та представників підприємництва (рис.4.4). Найбільше впало значення фактору «війна на Сході України» з 20% у 2016 до 5,6% у 2019 році. Така ситуація, ймовірно за все, обумовлена тим, що за 5 років українські підприємці призвичаїлись до нових реалій і навчилися на них ефективно реагувати, враховуючи у роботі. Значно збільшився оцінюваний проблемний вплив корупції (з 23% до 44,6% у 2019 році). За даними Transparency International, за рівнем корупції Україна займала в 2018 році 120-ту позицію серед 180 країн (130-е місце в 2017 році) [355]. Незважаючи на те, що Україна покращила свою позицію з 2012 року, коли входила до топ-3 найбільш корумпованих країн світу за версією Ernst & Young [356], українське суспільство, як і раніше вважає, що корупція є однією з найбільш серйозних проблем країни (75%, згідно з дослідженням Київського міжнародного інституту соціології в 2018 році [357]).

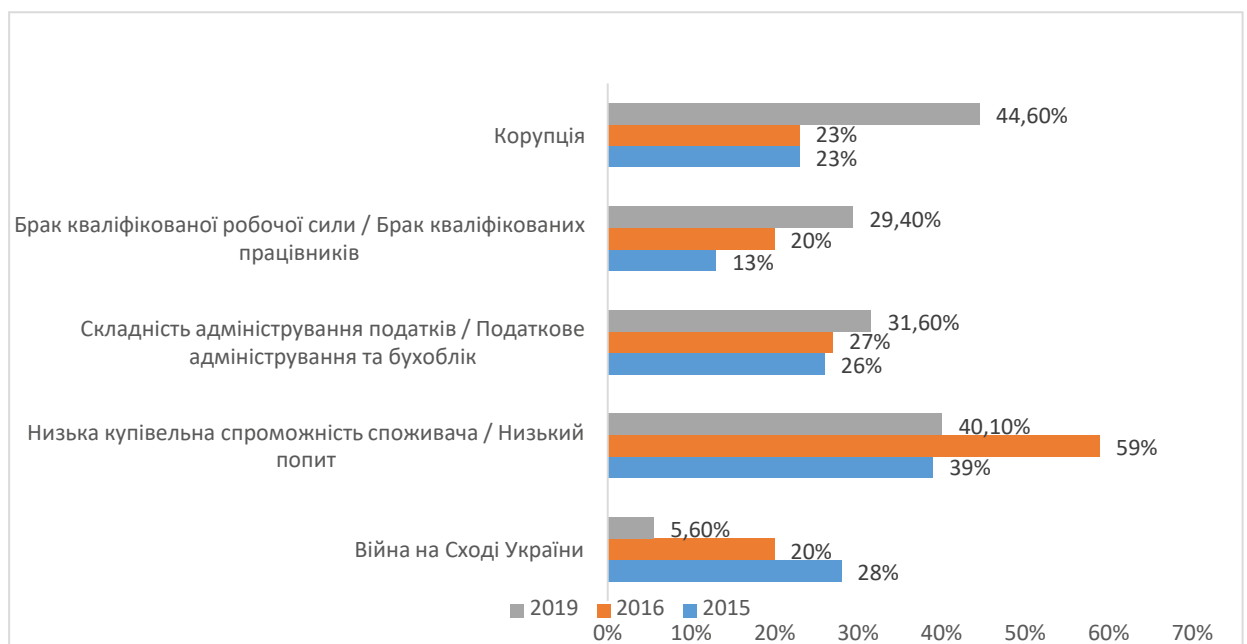


Рис.2.21. Динаміка вагомості впливу чинників на підприємства в Україні, 2015-2019 рр.

Джерело: побудовано автором на основі [353]

Також все більше підприємців відмічають брак кваліфікованих працівників (29,4% у 2019 році порівняно з 20% у 2016 році). Дещо посилюється

негативний вплив складності адміністрування податків (31,6% у 2019 році проти 27%).

Остаточне дослідження повинно бути сформульовано навколо дев'яти структурних елементів канви бізнес-моделі. Представлені на рис. 4.5 блоки 1, 2, 3, 4 формують питання, пов'язані з розвитком клієнтської бази, блоки 5, 6, 7 дадуть змогу зрозуміти економічні засади роботи малих та середніх підприємств, а блоки 8, 9 визначають фінансову життєздатність підприємств. Джерелами інформації виступили опитування підприємств різних регіонів, експертні інтерв'ю та фокус-групи.

При цьому, варто зазначити, що під час фокус-груп підприємці підкресливали проблеми не платежів, викликані саме реалізацією товарів та послуг на умовах відтермінування, як одні із більш загрозливих. І все одно виробничі компанії у понад 73% випадків вважають гнучкі фінансові умови (80%) та низькі ціни серед ключових критеріїв вибору їх споживачів. У сфері послуг ці показники нижчі (52% - ціни та 35% - гнучкі фінансові умови відповідно). Таке ставлення до зазначених критеріїв демонструє маркетингову короткозорість та відсутність розуміння важливості створення унікальної пропозиції продажу. Ця гіпотеза була частково підтверджена під час проведення фокус-груп та інтерв'ю з колегами. Цікавим видається той факт, що 32% сервісних підприємств та 40% виробництв вважають, що клієнти обирають їх через відсутність альтернатив. Така позиція може бути обумовлена підвищеною унікальністю, ексклюзивністю, і, як результат, конкурентною перевагою

компанії. Іншою причиною може бути відсутність конкуренції або відсутність розуміння того, як визначати конкурентів і аналізувати їх діяльність. Важливість підтримки та формування дружніх партнерських взаємин визнали лише 52% опитаних, у послугах цей показник вище, проте, на нашу думку, все одно не на достатньо високому рівні. При цьому у високій якості товарів впевнені 57% опитаних виробничих компаній та 70% підприємств сфери послуг. Глибинні інтерв'ю та фокус-групові дослідження підтвердили наведені на рис.4.10 результати, а також дали змогу дійти висновку, що підприємства не приділяють достатньої уваги питанням створення унікальної цінності, позиціонування, створення конкурентних переваг та побудови лояльності клієнтів. Часто це викликано низьким рівнем знань. Наприклад, у Запорізькій, Вінницькій, Закарпатській, Черкаській областях підприємці видавали картки лояльності, як вони їх називали, відвідувачам, але не брали у клієнтів жодних контактних даних. Таких прикладів є дуже багато, тож питання створення ціннісної пропозиції є вкрай важливим, а підприємці потребують знань та допомоги у цій сфері. У той же час, під час глибинних інтерв'ю та фокус-груп 50% учасників дослідження підкреслили, що вони можуть доставити замовлення регіонально вчасно за прийнятними цінами та із затримкою платежів. Але ще 25% виявилися досить прогресивними і підкреслили їх гнучкість, креативність, готовність до складних завдань, екологічне виробництво, сучасні підходи до дизайну тощо. Ще 15% виробничих скажуться, що їх виробництво застаріло, але не висловлюють готовність до змін.

Компонент «Ринки» можна оцінити у 50 балів, що зумовлено насамперед низьким рівнем знань підприємців щодо можливостей роботи на різних ринках.

Компонент «Підтримка» оцінюється на основі сукупності таких показників наявність підприємницьких об'єднань, бізнес-інкубаторів та акселераторів, доступ до професійних послуг.

Асоціації, об'єднання підприємців є рушієм розвитку, оскільки здатні та вже ефективно представляють інтереси підприємців. Сьогодні в Україні зареєстровано понад дві тисячі об'єднань підприємців, згідно опитувань до 25-

30% підприємців є членами хоча б одного з об'єднань. Об'єднання підприємців здійснюють адвокацію інтересів підприємців, представляють їх інтереси у комунікації із владними структурами; дають можливості експорту, забезпечуючи участь підприємців у виставках, спільне виконання замовлень тощо, просвітницьку діяльність, створюючи доступ до знань. Крім того, об'єднання надають послуги з розвитку бізнесу, а також можуть надавати можливості доступу фінансів. Ставлення до участі у бізнес-асоціаціях, галузевих об'єднань також є таким, що потребує уваги. Опитування виявило, що позитивно до подібних ініціатив ставляться 25% малих та середніх підприємств, розуміючи, що спільні зусилля створюють ширші можливості. 30% ставлять до участі в бізнес-асоціаціях байдуже. 35% взагалі не розуміють їх суті та значення.

Незважаючи на зростаючу кількість бізнес-інкубаторів та акселераторів серед підприємців відсутнє розуміння цінності подібних інструментів, їх значення та важливості. Лише 15% підприємців готові розглянути свою участь у них, а 30% знають про їх існування. Питання бізнес-інкубаторів та акселераторів безпосередньо пов'язано зі можливостями стартапів. Україна згідно рейтингу Startup Blink у 2020 році посідає 29-е місце зі 100 країн, демонструючи постійне зростання [370]. При цьому експерти зазначеного рейтингу зазначають, що в країні має місце «відтік» мізків, при цьому кваліфікація розробників є на дуже високому рівні. У традиційній, тобто не цифровій сфері ситуація дещо інша. Аналіз офіційних українських даних дав змогу дійти висновку, що в областях понад 60 бізнес-інкубаторів, проте результати аналізу демонструють низький рівень фактичної діяльності та нерівномірність розміщення бізнес-інкубаторів [371].

Доступ до професійних послуг у підприємців є, але низьке розуміння визначення критеріїв якості подібних послуг, а також готовності платити за них. Лише 48% опитаних компаній звертались до професійних послуг, зокрема бухгалтера, маркетолога, юриста тощо. 23% користуються професійними послугами на постійній основі. Даний компонент «Підтримка» отримав оцінку у 44 бали.

Компонент «Культура» визначається ставленням до підприємництва у суспільстві, мотивацією до підприємницької діяльності, навчанням підприємництву дітей та молоді. При значній вагомості підприємництва в економіці України рівень довіри до підприємців в українському суспільстві залишається на досить низькому рівні. У 2011 році рівень недовіри підприємництву та підприємцям склав 40%, а довіри – 15% громадян країни, решті було байдуже. Варто зазначити, що з того часу такий показник залишився фактично без змін [372]. За Глобальним індексом розвитку підприємництва (GEDI) [373] Україна посідає 73 місце зі 137 країн. При цьому має вкрай низькі показники навичок підприємця, готовності брати на себе ризик, нетворкінгу, культурного сприйняття підприємництва як позитивного явища, вміння конкурувати та виходити на міжнародні ринки тощо. Проте стосовно мотивації до початку підприємницької діяльності результати опитування продемонстрували, що є певні позитивні тенденції. Серед активних представників малого і середнього бізнесу є молоді підприємці, які розпочали свою діяльність в останній рік (25% тих, хто зустрічався під час фокус-груп). Компанії готові до гнучких підходів до виробництва та послуг. В цілому підприємці відкриті та готові до навчання та розвитку. Вони прагнуть бізнес-консультацій, експертизи та наставництва. Вже сьогодні мікропідприємства в усіх регіонах країни мають міжнародних замовників, експортують, використовують SMM, YouTube, Інтернет, а ремісники беруть участь у ярмарках за кордоном. Підприємці демонструють рівень патріотизму, з'являються сімейні компанії, де управління переходить у спадок від старших поколінь до молодших. Підприємства цікавляться сучасними підходами та зарубіжними партнерами, ринками.

У той же час бізнес-асоціації скаржаться, що залучити мікро- та малих підприємців уже складно. Схожа ситуація і з місцевою владою, яка прагне діалогу із підприємцями, проте ті часто не йдуть на контакт. Підприємці в основному не розуміють, підприємництво - це окрема діяльність, навіть професія, яка потребує спеціального навчання. У багатьох респондентів

виявилось низьке або навіть відсутнє розуміння важливості управління відносинами з клієнтами, а також використання маркетингу у своїй роботі. Бентежить той факт, що є група підприємств, які все ще чекають зовнішньої підтримки, але не хочуть змінювати щось самі.

Підприємництво у школі сьогодні фактично не навчають. Є ініціативи Дія.Бізнес, EdEra, Prometheus зі створення курсів про підприємництво в Інтернет, приватні заклади з бізнес-освіти для дітей, проект K.Fund School, що займається навчанням школярів підприємництву у трьох містах України та дев'яти школах, проте системного загальнодержавного підходу не існує. Крім того, навіть у програмах вищів курс з підприємництва передбачений до проходження на профільних освітніх програмах. Таким чином, українці здобувають знання щодо підприємництва власними силами, що не сприяє популяризації підприємництва як сфери потенційної діяльності та позитивного явища у суспільстві.

Оцінка компонента «Культура» підприємницької екосистеми в Україні склала 20 балів.

Компонент «Людські ресурси» відображається у відповідності освіти, якості підготовлених фахівців та наявності персоналу для роботи на підприємствах. Згідно результатів дослідження, 69% респондентів відповіли, що мають труднощі із залученням професійних робітників, фахівців, у меншій мірі, ніж адміністративних працівників (бухгалтерів, менеджерів зі збуту тощо). При цьому тільки 22% зазначили, що вважають інвестиції у розвиток існуючих працівників пріоритетними. Також варто зауважити, що під час інтерв'ю та фокус-груп підприємці зазначали, що рівень освіти не завжди відповідає їх вимогам. Більшість підприємств готові провести навчання на робочому місці, щоб отримати відповідний рівень навичок та знань. Однією з можливостей покращити ситуацію може бути запуск подвійної системи освіти, яка передбачає надання знань та навичок, навчання студентів відповідно до програм, розроблених та впроваджених спільно навчальними закладами та бізнесом. Деякі компанії мають позитивний досвід запуску подібних програм у різних регіонах, а інші досі шукають своїх потенційних працівників в Інтернеті. Основні

виклики, на думку представників підприємництва, такі: застаріла навчальна програма освітніх закладів; зниження популярності робітничих та інженерних спеціальностей серед молоді; недостатній рівень співпраці бізнесу та освітніх установ.

Як зазначалось вище, підприємства декларують падіння кількості кваліфікованої робочої сили. Це пов'язано насамперед з тим, що трудова міграція набуває все більших обертів. У 2018 році понад 520 тисяч українців отримали дозволи на роботу в ЄС. За оцінками експертів, 9 мільйонів українців їздять на сезонні роботи, біля 2 млн, за даними Державної служби статистики України, знаходяться в Європі постійно [34]. Загалом, оцінка підприємницької екосистеми за компонентом «Людські ресурси» становить 39. Проведена оцінка дала змогу виставити бал вітчизняній підприємницькій системі 39.

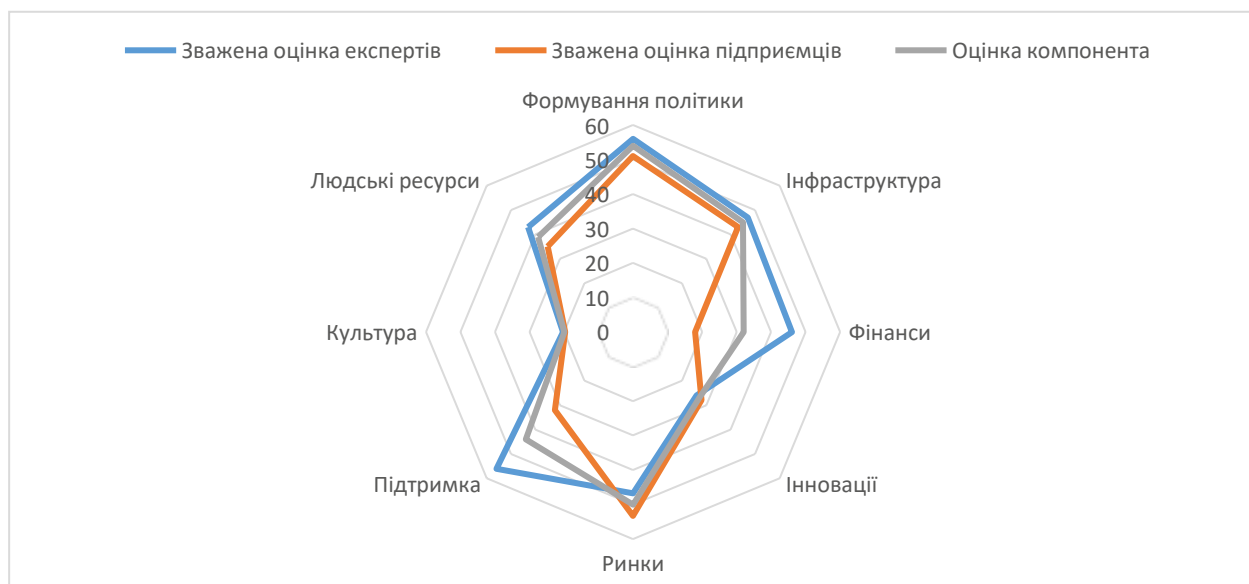


Рис. 2.22. Оцінка підприємницької екосистеми в Україні – підприємці та експерти

Джерело: складено автором

У таблиці 4.1 узагальнено зважені оцінки експертів та підприємців за показниками компонентів підприємницьких екосистем. Як видно з таблиці 4.1, результати оцінювання експертами та підприємцями дещо відрізняються. Експертні оцінки підкріплені світовими рейтингами, аналізом існуючих факторів макросередовища. Натомість, оцінки підприємців були визначення на основі результатів їх опитування та фокус-груп.

Таблиця 2.20

Оцінювання підприємницької екосистеми в Україні

| Компонент, показники | Зважена оцінка експертів | Зважена оцінка підприємців | Оцінка компонента |
|---|--------------------------|----------------------------|-------------------|
| Формування політики | 56 | 51 | 54 |
| Урядова політика | 57 | 43 | 50 |
| Податки | 55 | 46 | 50,5 |
| Умови відкриття підприємства | 58 | 65 | 61,5 |
| Інфраструктура | 47 | 43 | 45 |
| Доступ до інтернету | 58 | 58 | 58 |
| Доступ до електроенергії | 35 | 39 | 37 |
| Транспортна та дорожня інфраструктури | 48 | 32 | 40 |
| Фінанси | 46 | 18 | 32 |
| Доступ до фінансування | 52 | 14 | 33 |
| Доступ до грантів | 48 | 26 | 37 |
| Доступ до інвестицій | 38 | 14 | 26 |
| Інновації | 26 | 28 | 27 |
| Захист інтелектуальної власності | 20 | 30 | 25 |
| Співпраця з науково-дослідними інституціями | 32 | 26 | 29 |
| Ринки | 46,7 | 53,3 | 50 |
| Вміння визначати цільові ринки | 42 | 54 | 48 |
| Продажі в країні | 54 | 58 | 56 |
| Експорт товарів та послуг | 44 | 48 | 46 |
| Підтримка | 56 | 32 | 44 |
| Наявність підприємницьких об'єднань | 70 | 20 | 45 |
| Бізнес-інкубатори та акселератори | 38 | 28 | 33 |
| Доступ до професійних послуг | 60 | 48 | 54 |
| Культура | 20,3 | 19,7 | 20 |
| Ставлення до підприємництва в суспільстві | 20 | 15 | 18,5 |
| Навчання підприємництву дітей та молоді | 10 | 8 | 9,5 |
| Мотивація до підприємництва | 29 | 35 | 32 |
| Людські ресурси | 43 | 35 | 39 |
| Відповідність освіти | 42 | 38 | 40 |
| Наявність персоналу | 44 | 32 | 38 |

Джерело: складено автором

З рис. 2.22 видно, що підприємці негативно оцінюють компоненти «Фінанси» та «Підтримка», що сильно відрізняється від оцінки експертів, компоненти «Інфраструктура», «Формування політики», «Людські ресурси» також отримали нижчі оцінки. Підприємці та експерти практично солідарні у своїй низькій оцінці компоненту «Культура». І лише за компонентом «Ринки» оцінки підприємців вищі.

Загалом, оцінка підприємницької екосистеми в Україні продемонструвала, що згідно запропонованої у Розділі 2 методології у поєднанні з результатами дослідження підприємців національна підприємницька екосистема може бути оцінена на рівні 39 балів зі 100 можливих. Є значні позитивні зрушення, проте відсутній єдиний орган центральної влади, комунікація з підприємцями, сприятливі умови зовнішнього середовища, доступ до якісного персоналу, розуміння можливостей доступу до фінансування, підприємницька культура також потребує розвитку.

2.3. Механізми розвитку підприємницьких екосистем

Розвиток підприємницьких екосистем може бути забезпечений завдяки відповідним механізмам. Насамперед необхідно визначитись із сутністю поняття «механізм», що сам по собі означає певну послідовність процесів, що зумовлюють або забезпечують існування та розвиток явищ і дій з одного боку, а також є системою, що виявляє правила певної діяльності [375, с. 401]. Сьогодні в роботах вітчизняних вчених існує значна кількість різних підходів до визначення поняття «механізм державного управління», деякі з них наведені у Таблиці 2.21.

На нашу думку, механізми державного регулювання розвитку підприємницьких екосистем не будуть ефективними без залучення стейкхолдерів, що в дечому перегукується із визначенням В. Андріяша [379], де він підкреслює необхідність задоволення потреб як результату діяльності, проте

важливим у процесі визначення механізмів розвитку підприємницьких екосистем є той факт, що вони передбачають сукупність організаційно-економічних заходів та інструментів, націлених на системний розвиток підприємницьких екосистем із урахуванням потреб та інтересів різних груп стейкхолдерів. Отже, механізми розвитку підприємницьких екосистем – сукупність організаційно-економічних заходів та інструментів, що впроваджуються на основі природної взаємодії учасників екосистеми один з одним на основі врахування їх інтересів із використанням засобів, що дають змогу з діалог, залучення, формування готових рішень для учасників екосистеми, насамперед підприємців з їх капіталом, експертизою та потужностями. Йдеться про державу та інших стейкхолдерів.

Таблиця 2.21

Підходи до визначення поняття «механізм державного регулювання» у роботах українських науковців

| Автор | Сутність | Характеристики |
|---|--|---|
| Р. Рудницька [376, с.6] | «система, призначена для практичного здійснення державного управління та досягнення поставлених цілей» | «має визначену структуру, методи, важелі, інструменти впливу на об'єкт управління з відповідним правовим, нормативним та інформаційним забезпеченням» |
| В. Бакуменко, В. Князева [376, с. 45-46] | «практичні заходи, засоби, важелі, стимули» | «за допомогою яких органи державної влади впливають на суспільство, виробництво, будь-яку соціальну систему з метою досягнення поставлених цілей» |
| О. Комяков, [378, с.7] | «сукупність організаційно-економічних методів та інструментів, що допомагають» | виконувати «взаємопов'язані функції для забезпечення безперервної, ефективної дії відповідної системи (держави) на підвищення функціонування економіки» |
| В. Андріяш, [379, с.137] | «діяльність владно-розпорядчого характеру, що спрямована» | «на задоволення потреб національних меншин, що здійснюється на виконання Конституції та законів України» |

Джерело: складено автором на основі [376]

Перейдемо до визначення конкретних інструментів та заходів. В аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень 2010 року серед переліку механізмів розвитку підприємництва зазначено зокрема такі: розвиток ринків, регуляторна політика, реформування системи

технічного регулювання, податкові механізми, забезпечення адекватної фінансово-кредитної політики розвитку підприємництва, підтримка експортної діяльності, формування інфраструктури підтримки підприємництва [381]. З іншого боку, Р.Паг, Д.Сайтано, С.Джек, Е.Хамільтон у дослідженні 2019 року зазначають, що найбільш ефективними механізмами розвитку підприємницьких екосистем є навчання та обмін досвідом [382]. Розуміючи, що розвиток підприємництва є основною еволюційною метою виникнення та функціонування підприємницьких екосистем, сформуємо власний перелік механізмів шляхом уточнення наведеного в аналітичній доповіді Національного інституту стратегічних досліджень [381].

У таблиці 4.3 наведені механізми розвитку підприємницьких екосистем з огляду на основні їх компоненти. За компонентом «Ринки» доречно впроваджувати програми розвитку внутрішнього ринку, а також підтримувати експортну діяльність. У процесі втілення подібних ініціатив насамперед задіяні такі стейкхолдери як державна і місцева влада, а також підприємці та їх об'єднання. У формуванні політики доцільними є: стратегія розвитку та підтримки підприємництва, регуляторна політика, податкова політика. Така велика сукупність заходів безпосередньо задіє широкі групи стейкхолдерів, проте насамперед підприємців та їх об'єднання. Ефективна фінансово-кредитна політика розширить можливості доступу до фінансів підприємців та позитивно відобразиться не лише на економічному, але і на соціально-демографічному середовищі за рахунок пожвавлення підприємницької діяльності. Результати проведених нами досліджень продемонстрували брак знань та низький рівень підприємницької культури, що може бути подолано за рахунок ефективних програм підтримки та надання послуг підприємцям. Крім того, в Україні необхідно розвивати програми навчання підприємств як для дітей у школах, так і для груп населення різних вікових груп. Стимулювання та підтримка інноваційної діяльності забезпечить зниження відтоку талантів, а також може спонукати до притоку інвестицій в країну, як і розвиток інфраструктури.

Програми розвитку людського потенціалу стимулюватимуть розвиток молодіжного підприємництва та зниження трудової міграції.

Таблиця 2.22

Механізми розвитку підприємницьких екосистем з урахуванням інтересів стейкхолдерів

| Механізми розвитку підприємницьких екосистем | Задіяні стейкхолдери, їх інтереси |
|---|--|
| Ринки: розвиток внутрішнього ринку, експортна діяльність | Держава: розвиток підприємництва, інвестиції Підприємці та їх об'єднання: розвиток та стабільність роботи Місцева влада: зростання економіки областей, міст, ОТГ, сіл, селищ, інвестиції |
| Формування політики: стратегія розвитку та підтримки підприємництва, регуляторна політика, податкова політика | Держава, місцева влада: детізація економіки, зростання надходжень до бюджету, зростання підприємницької активності, кількості робочих місць Підприємці та їх об'єднання: участь у формуванні політики |
| Фінанси: фінансово-кредитна політика | Підприємці та їх об'єднання: доступні фінансові ресурси Фінансові установи, банки: зростання портфелю Держава, місцева влада: економічне зростання |
| Підтримка: інфраструктура підтримки підприємництва | Держава, місцева влада, підприємці та їх об'єднання: створення точок росту, доступ до знань та послуг Навчальні заклади: можливість надання послуг підприємцям |
| Інновації: інноваційна стратегія держави, підтримка стартапів та наукових досліджень | Держава, місцева влада: розвиток економіки, залучення інвестицій Підприємці та їх об'єднання: можливість безпечно створювати нові продукти та сервіси. Працюючи в Україні Наукові та освітні установи: інтенсифікація науково-дослідницької діяльності, створення продуктів, затребуваних на ринку |
| Культура: формування та стимулювання розвитку підприємницької культури, програми навчання підприємництву та обміну досвідом | Держава, місцева влада: популяризація підприємницької діяльності у суспільстві Підприємці та їх об'єднання: розвиток етичного ставлення до підприємництва, прозорість роботи |
| Інфраструктура: політика доступних ресурсів та якісної інфраструктури | Держава, місцева влада: залучення інвестицій, утримання підприємців в країні, регіоні Підприємці та їх об'єднання: полегшення діяльності |
| Людські ресурси: політика підтримки молодіжного підприємництва, зниження трудової міграції | Держава, місцева влада: зниження рівня трудової міграції, створення робочих місць, утримання талантів в країні Підприємці та їх об'єднання: доступ до талантів, забезпечення персоналом потрібної кваліфікації Освітні заклади: сучасна освіта із урахуванням потреб ринку |

Джерело: складено автором

Перелік наведених механізмів не є вичерпним, проте запорукою їх ефективності є впровадження. Міжнародний досвід свідчить, що розвиток підприємницьких екосистем передбачає формування мережі ефективних установ, відповідних центрів, які б стали осередками розвитку підприємництва. Сьогодні немає пропозиції єдиного та максимально дієвого інструментарію. Для кожного міста, громади, регіону чи галузі структура надання послуг з розвитку бізнесу може виявитись своєю. Тож, узагальнимо основні підходи та здійснимо огляд найбільш успішних українських практик. На нашу думку, основними структурами підтримки бізнесу є такі: One-Stop-Shop (OSS) - магазин однієї зупинки або центр єдиного вікна, єдиний центр; центр обслуговування бізнесу; бізнес-інкубатор та бізнес-акселератор. У таблиці 4.4 наведені основні характеристики наведених структур. основними з яких є такі: One-Stop-Shop (OSS) - магазини однієї зупинки або центри єдиного вікна, єдиний центр; центри обслуговування бізнесу; бізнес-інкубатори та бізнес-акселератори.

Таблиця 2.23

Структури підтримки бізнесу

| | One Stop Shop (OSS) (єдиний центр) | Центр обслуговування бізнесу (ЦОБ) | Бізнес-інкубатор (БІ) | Бізнес-акселератор (БА) |
|------------|--|--|---|---|
| Суть | Надання послуг, пов'язаних з проходженням адміністративних процедур в одному місці | Послуги в одному місці для допомоги у стартапі, розвитку та зростанні | Забезпечення програм, послуг і місця роботи для відібраних претендентів на всіх етапах бізнесу для розвитку | Підтримка компаній на ранній стадії зростання протягом фіксованих і коротких проміжків часу |
| Управління | Паралельні або конкурентні операції з урядом. | Кожен офіс включений в якості окремої неприбуткової організації (НПО) і працює під | Філії університетів, НПО, або представники венчурного бізнесу | Належність до корпорації, НПО, прибутковий венчурний капітал |

| | | | | |
|------------------------|---|--|--|---|
| | One Stop Shop (OSS) (єдиний центр) | Центр обслуговування бізнесу (ЦОБ) | Бізнес-інкубатор (БІ) | Бізнес- акселератор (БА) |
| | | керівництвом волонтера представника місцевої громади | | |
| Фінансува ння | Короткострокове урядове фінансування з незначною оплатою за послуги | Державні субсидії і збори за обслуговування і відсотки по кредитах | Навчальні заклади, організації економічного розвитку, фінансування урядом | Університети, уряд, гранти, засновники |
| Програми та послуги | Безперервне самонавчання Інформація та консультації, освіта, професійна підготовка і доступ до послуг | Безперервне самонавчання Нетворкінг, навчання, коучинг і консультування. | Наставництво, загальна інфраструктура та обладнання, стартовий капітал. | Нетворкінг наставництво, загальна інфраструктура та обладнання, стартовий капітал за допомогою власного капіталу |

Джерело: складено автором

Розглянемо кожну із описаних структур детальніше. Однією з найбільш значущих перешкод розвитку малого і середнього бізнесу є своєчасний доступ та ефективна робота із офіційною документацією, ведення обліку, заповнення форм тощо. Серед функцій OSS – інформаційне забезпечення, посередництво між підприємцями та органами влади, економія часу, прискорення певних процедур, зручність звернення та співпраці тощо. Єдині центри пропонують різний перелік проведення відповідних адміністративних процедур в одному місці, що полегшує процес отримання послуги для клієнта, а також дає змогу заощадити час і гроші. В переважній більшості випадків OSS пов'язані з наданням послуг підприємствам торгівлі та послуг в сфері адміністративної підтримки, проте міжнародна практика свідчить, що сьогодні перелік послуг

значно розширився. Виникають OSS, що надають послуги для певних груп підприємців (молоді або жінок) або спеціалізуються на певних групах послуг (перевезення, податкові питання, експортна / митна діяльність тощо).

У багатьох країнах, особливо в країнах, що розвиваються, отримання відповідної ділової інформації може бути досить довготривалим, коштовним та неефективним процесом. Інформація часто доступна тільки в ізольованому вигляді, і вона може бути застарілою і важкодоступною. Єдиний центр грає ключову роль в навігації підприємців серед найбільш важливих джерел інформації. OSS часто надають послуги паралельно або одночасно з владними структурами (органами місцевого самоврядування), і частіше за все не є автономними організаціями.

Уніфікованого підходу до фінансування єдиних центрів не існує. У деяких випадках фінансування та управління здійснюється за кошти волонтерів, проте такий підхід не дає можливість забезпечити ефективність та сталість роботи структури. Часто єдині центри отримують доступ до короткострокових механізмів фінансування для нетривалої підтримки принаймні, деяких видів діяльності, без будь-якої гарантії подальшого фінансування. Проте, один раз виникнувши, багато структур існують за рахунок великої кількості короткострокових фінансових потоків, функціонуючи на більш-менш цілеспрямованому і стратегічному рівні. Більшість дійсно використовують таке короткострокове фінансування для підтримки основної довгострокової роботи або персоналу, втрата якого є серйозною загрозою. Фінансування - це завжди проблемне питання, тому забезпечення фінансуванням повинно бути гнучким та реагувати на різні потреби громади. Також повинна бути гарантія, що робота магазину однієї зупинки буде довгостроковою хоча б в мінімальному необхідному обсязі. Відсутність перспектив може демотивувати волонтерів і персонал, створити труднощі в підборі персоналу, формуванні довірчих відносин між партнерами, співробітниками, громадами та цільовими групами. Важливим є визначення засновниками критеріїв надання фінансової підтримки OSS з точки зору структур управління, роботи із різними групами підприємців,

в тому числі незахищеними верствами населення, охорони навколишнього середовища, відповідального ціноутворення, а також підбору і навчання персоналу. Важливо також відзначити, що сільські громади, розкидані по всій країні і часто навіть соціально розділені, мають меншу чисельність населення, але, як правило, можуть вирішувати важливі питання, залучаючи до фінансування вагомих і зазвичай міських спонсорів. Процес та процедура подачі заявок на фінансування, спілкування із потенційними спонсорами часто може бути заплутаним, тому допомога фахівців в цьому просі може мати вирішальне значення для успіху.

Модель центру єдиного вікна (ЦЄВ) розроблена, щоб надавати корисну інформацію щодо утворення, навчання і доступу до інших послуг з розвитку бізнесу (ПРБ) в одному місці, за принципом «єдиного вікна». Як правило, єдині центри надають консультації, проводять навчання, організують семінари, створюють можливості для нетворкінгу та надають інші ресурси, які направлені на допомогу у роботі підприємців.

В залежності від основної мети ЦЄВ, модель може містити різний перелік індивідуальних послуг для малих і середніх підприємств в таких областях, як консультаційні послуги, організаційно-правовий супровід (реєстрація бізнесу, податкова інформацією тощо), доступ до інформації про ринки і фінансових послуг, розробка веб-сайтів та багато іншого.

В Україні таким органом виступають Центри надання адміністративних послуг (ЦНАП). ЦНАП - державні установи, створені з метою комфортного надання адміністративних послуг. Станом на 01.07.2019 р. в Україні нараховувалося 796 центрів [82]. На рис.2.23 видно, що перший центр надання адміністративних послуг з'явився в Україні у 2008 році, далі їх кількість повільно зростала до 2011 року (ще один відкрили у 2010 році, у 2011 році вже було 8), у 2012 році ЦНАП почали роботу по всій країні (455), і, як бачимо, до 2019 року відбувається зростання кількості таких установ.

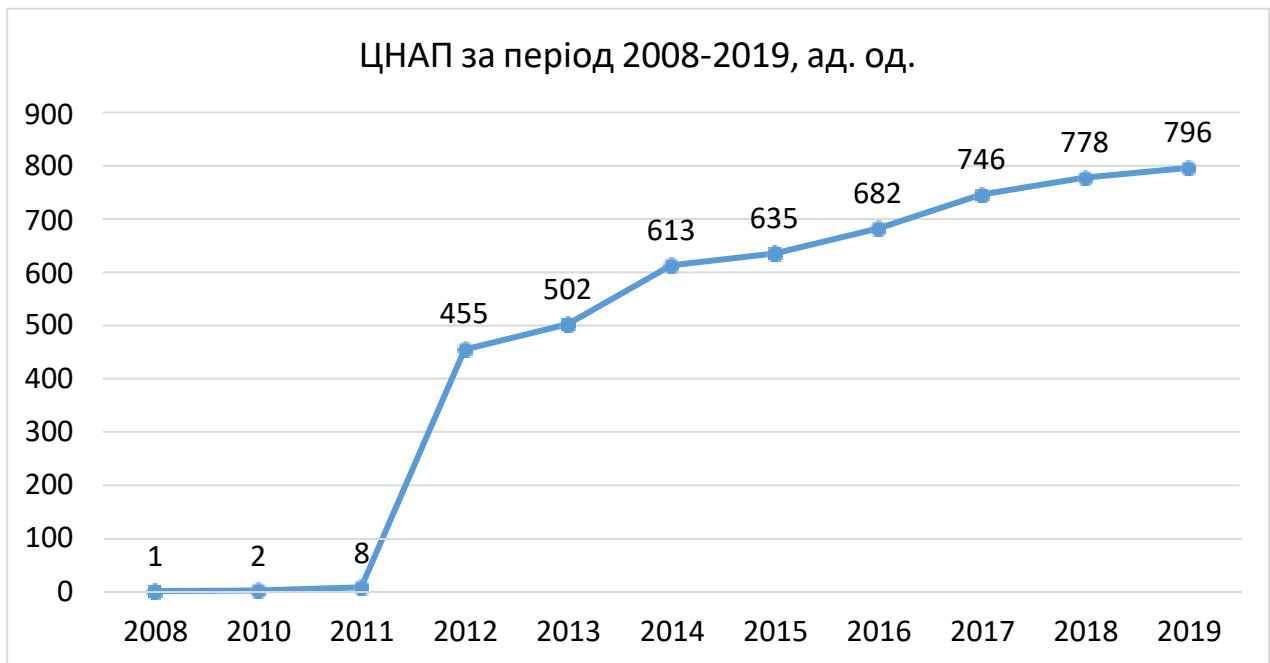


Рис. 2.23. Кількість ЦНАП протягом 2008-2019 рр

Складено: автором за джерелом [34]

У Додатку Д наведена детальна інформація щодо кількості ЦНАП в Україні, а також приклади успішного розвитку подібних ініціатив, зокрема у Києві.

Однією із можливих структур сприяння бізнесу є Центри обслуговування бізнесу (ЦОБ) – це організації, що надають широкий асортимент послуг з розвитку бізнесу різним підприємствам на всіх стадіях життєвого циклу підприємства задля сприяння стабільному успіху підприємств-клієнтів. ЦОБ надає послуги, які підтримують бізнес, але фізично не виробляють сам товар. Це може бути місце, яке включає в себе офісні приміщення (наприклад, доступ до Інтернету і комп'ютери), але більшою мірою ЦОБ орієнтований на надання загальних бізнес-послуг (наприклад, консультаційних послуг, фінансової допомоги, бізнес-планування тощо). Фактором успіху ініціатив ЦОБ є те, що кожен функціональний підрозділ, який надає послуги, включений до Центру в якості окремої некомерційної організації і здійснює свою діяльність під керівництвом Ради директорів, яка складається з членів громади. Рада директорів забезпечує формування довірчих відносин з місцевим населенням та ключовими зацікавленими сторонами. ЦОБ зазвичай пропонують багато послуг

і програм, що дає змогу їм забезпечити надходження з різних джерел. ЦОБ в основному фінансуються за рахунок державних субсидій. Часто значна частина доходів надходить від сплати за послуги і відсотки, отримані від бізнес-кредитів (як правило, відсотки є дещо вищими, ніж в середньому по ринку, що дозволяє не конкурувати з місцевими банками та кредитними спілками). Багато з моделей фінансування для ЦОБ повинні бути комерційними, зокрема, оплата за послуги: семінари, оплата за деякі послуги, оренда відео-, конференц зв'язку та оренда приміщень тощо; кредити – генерування фінансових ресурсів від процентних ставок і оплати за обслуговування. Повернені кошти реінвестуються в фонд кредитів. Взагалі, Центри обслуговування бізнесу - це дуже широка категорія, яка дає змогу надавати дуже багато послуг з розвитку бізнесу, що наведені у таблиці 3 нижче. У Додатку Д наведено можливі програми та послуги, які можуть надавати Центри та описано успішний український досвід роботи подібного центру.

Хорошим прикладом ЦОБ може стати Спільнота Ф'ючерс у Канаді, яку ОЕСР визначає як одну із найбільш інноваційних та успішних програм, орієнтованих на розвиток села в світі. Мережа спільноти Ф'ючерс (СФ) по всій Канаді є дуже великою та включає корпорації розвитку СФ. Національна програма Спільноти Ф'ючерс регулюється чотирьома федеральними урядовими агентствами регіонального розвитку. У Західній Канаді програма спільноти Ф'ючерс впроваджується через мережу 90 некомерційних організацій, які підтримуються чотирма асоціаціями і мережею співтовариства Ф'ючерс. Ключ до успіху ініціативи СФ полягає в тому, що кожен офіс має статус окремої некомерційної організації і здійснює свою діяльність під керівництвом Ради Директорів, яка складається з членів місцевої громади, що дає змогу забезпечити високий рівень довіри з боку місцевої спільноти, а Спільнота дає підходи управління та систему обслуговування. Основне фінансування СФ надходить від одного з чотирьох федеральних органів державної влади регіонального розвитку. З моменту створення СФ в 1980 році значна частина послуг програм і механізмів фінансування були змінені. Плата за послуги складає близько 40% доходу СФ,

ще приблизно 20% становлять доходи від користування послугами. Спільнота Ф'ючерс пропонує широкий вибір програм, послуг та інструментів завдяки її бізнес-експертам, які включають стандартний перелік послуг ЦОБ [385].

Сьогодні не існує єдиного визначення понять «бізнес-інкубація» та «бізнес-інкубатор» (БІ). Зазвичай, інкубатори надають підприємствам-клієнтам можливість скористатися програмами, отримати послуги, а також доступ до офісних приміщень на різні проміжки часу залежно від потреб компанії і політики інкубатора на різних етапах життя бізнесу. БІ орієнтовані на прискорення зростання компаній на початкових стадіях їх діяльності. БІ є унікальною і дуже гнучкою платформою для поєднання процесів розвитку бізнесу, інфраструктури і людей, покликаних розвивати нові та малі види бізнесу, допомагаючи їм виживати та розвиватись всупереч важким раннім стадіям розвитку.

Також бізнес-інкубатори можуть займатися вихованням майбутніх підприємців, формувати зовнішні команди наставництва, створювати різноманітні платні структури і структури управління. Нижче наводяться основні види інкубаторів:

Горизонтальні інкубатори - інкубатори, що не зосереджені на конкретній галузі, а намагаються допомогти великій кількості стартапів з безлічі різних галузей промисловості з метою всебічного усестороннього покращення та просування їх розвитку.

Вертикальні інкубатори – орієнтовані на стартапи, що сфокусовані на конкретній технології або галузі. Вертикальні інкубатори зосереджуються на всьому ланцюжку створення вартості, від поставки до продажу в межах конкретної галузі. Наприклад, вертикальні інкубатори можуть зосереджуватись на типах розробки програмного забезпечення.

Віртуальні інкубатори - Віртуальні інкубатори можуть бути горизонтально або вертикально зосередженими. В цілому, вони охоплюють велику частину тієї ж структури, що й інкубатори, зазначені вище. Основною відмінністю є незалежність від фізичної інфраструктури та географічного положення. Служба

віртуальної інкубації не пов'язана з фізичною будівлею або з будь-яким іншим географічним обмеженням, послуги стають доступними для дисперсної (розосередженої) групи користувачів.

Важливим питанням є отримання підприємцем доступу до бізнес-інкубатора. Часто для доступу до інкубатора потрібно взяти в оренду приміщення, також підприємство-початківець повинно відповідати певним вимогам. Для цього розглядають бізнес-план компанії, оцінюється ідея, команда, окупність проекту. Бізнес майбутнього клієнта повинен бути сумісним з діяльністю, приміщеннями, дозволами БІ тощо. Стартап-компанії не можуть залишатися в інкубаторах назавжди. Більшість інкубаторів обмежують початкові договори оренди на термін не більше трьох років з можливістю продовжень на один або два роки.

Структура управління бізнес-інкубатора в значній мірі залежить від функції, яку він виконує в регіоні. Як правило, є три основні форми організації бізнес-інкубаторів: бізнес-інкубатор, пов'язаний з вищим учбовим закладом; неприбуткова організація; керований венчурними фондами або автономна організація, створена інвесторами з метою отримання прибутку. Більш детальна інформація щодо характеристики, зразків інкубаторів та особливостей діяльності бізнес-інкубаторів наведена у Додатку Д.

Бізнес-акселератори (БА) підтримують компанії, орієнтовані на зростання, на початкових стадіях життєвого циклу бізнесу шляхом навчання, наставництва та надання доступу до фінансування. Підприємці-початківці (стартапи) приєднуються до акселераторів на фіксований і часто короткий проміжок часу з групою інших компаній. Перебування в акселераторах – це процес інтенсивного, швидкого та захоплюючого навчання, націленого на прискорення життєвого циклу молодих інноваційних компаній та скорочення періоду навчання, що вимірюється в роках, до декількох місяців, і якомога швидшого переходу до активної фази роботи. У бізнес-акселераторах акцент робиться на швидке зростання та відсорткування всіх організаційних, операційних та стратегічних труднощів, що можуть зустрітися на шляху бізнесу. Бізнес-акселератор – це

повноцінний центр, що надає послуги з бізнес-консультування, його діяльність часто нагадує традиційну консультативну практику, проте бізнес-акселератор пристосований саме до потреб малого та середнього бізнесу. Серед додаткових можливостей, що відкриваються учасникам бізнес-акселераторів, є:

- коротші строки (визначені часові рамки),
- швидке зростання,
- наставництво в практичних питаннях,
- фокус на малих командах, а не робота з індивідуальним підприємцем,
- здійснення інвестицій в основному стадії задуму в обмін на акції компанії,
- підхід оперативного реагування на проблеми.

Детальніше про види бізнес-акселераторів, їх структуру управління, програми та послуги – у Додатку Д.

Акселератори є дуже привабливими для підприємців через те, що вони представляють цінні ресурси для власників стартапів. Акселераторами керують експерти, які заробляють на життя, допомагаючи бізнесам долати базові бар'єри виходу на ринок, тому БА надають можливість збільшити шанси підприємницького успіху шляхом співробітництва з такими експертами, а також шляхом забезпечення переваг від співробітництва з бізнес-партнерами, спрямованого на створення здорової дружньої конкуренції з метою підтримки розвитку бізнесу.

В Україні працюють бізнес-акселератори, які умовно можна розділити на такі групи: інноваційні акселератори для розвитку ІТ стартапів, акселератори корпорацій, націлені на залучення та розвиток нових напрямів, бізнесів, а також є виробничий акселератор (наразі лише один), направлений на підтримку та розвиток виробничих підприємств. Серед інноваційних акселераторів варто виділити Sector X. Цей акселератор було створено для середнього і великого бізнесу, в основному. Акселератор працює з командами та стартапами, що

працюють із інноваціями. Більш детальна інформація щодо його діяльності, а також акселераторів Radar Tech та Indax наведена у Додатку Д

Загалом, проведений огляд структур для надання послуг бізнесу дав змогу виявити, що серед чотирьох типів основних структур: центрів єдиного вікна, центрів розвитку бізнесу, бізнес-інкубаторів та бізнес-акселераторів найбільшого розвитку наразі в Україні набули центри єдиного вікна, представлені Центрами надання адміністративних послуг. Центри розвитку бізнесу поки не дуже активно використовуються українськими містами. Бізнес-інкубатори також варто більш активно відкривати та підтримувати. Акселераційні програми існують, проте їх кількість однозначно доцільно збільшувати.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМНИЦЬКИХ ЕКОСИСТЕМ В УКРАЇНІ

3.1. Шляхи посилення конкурентоспроможності екосистем в різних регіонах України

Україна є унітарною державою, до складу якої входить 24 області та Автономна Республіка Крим, проте кількість підприємств у різних регіонах є досить нерівномірною. Рис. 3.1 наочно демонструє цю нерівномірність.

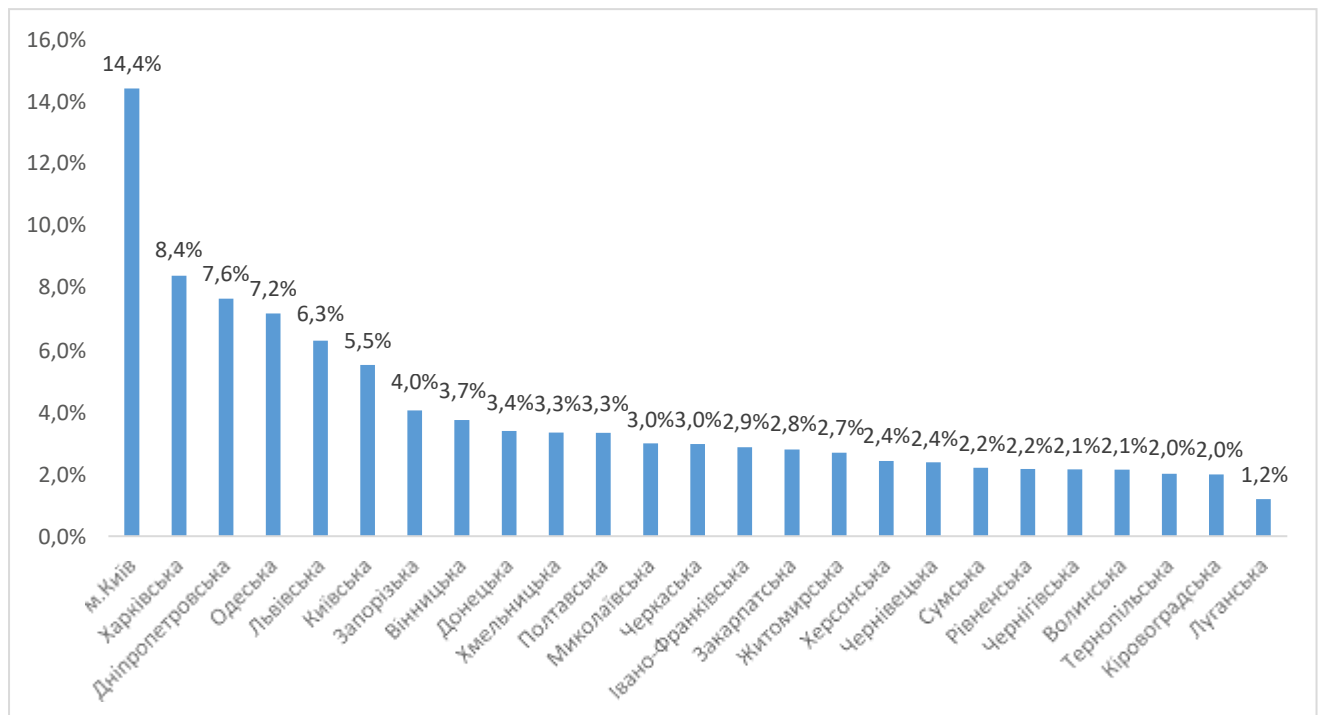


Рис.3.1. Регіональна частка підприємств, включно з ФОП [319]

Джерело: складено автором на основі даних Державної служби статистики України.

З понад 1,8 млн суб'єктів підприємницької діяльності, зареєстрованих в Україні станом на 2018 рік [319], понад 14% працювали у Києві, від 8,4% до 5,5% від загальної кількості припадало на Харківську, Дніпропетровську, Одеську, Львівську, Київську області, від 4 до 3% підприємців, в тому числі ФОП працюють у Запорізькій, Вінницькій, Донецькій, Хмельницькій, Полтавській, Миколаївській і Черкаській, Івано-Франківській, Закарпатській, Житомирській,

Херсонській, Чернівецькій, Сумській, Рівненській, Чернігівській, Волинській. По 2 відсотки у Тернопільській та Кіровоградській областях і лише 1,2% - у Луганській (рис. 5.1).

Результати проведеного дослідження, висвітлені у попередньому розділі, підтвердили також нерівномірність рівня розвитку підприємницької культури та готовності до змін серед підприємців. Тож, у цьому розділі спробуємо дослідити ключові аспекти забезпечення сталого розвитку підприємництва в окремо взятих містах. Проект Федерації Канадських муніципалітетів «Партнерство для розвитку міст» ПРОМІС долучався протягом 2017-2018 року до розробки стратегій конкурентоспроможності МСП у низки міст України, зокрема Вінниці та Івано-Франківська. Аналіз даних державної служби статистики продемонстрував, що частка суб'єктів підприємницької діяльності у кожному із зазначених міст у загальній сукупності малих та середніх підприємств України зростає на одну десяту відсотка у 2018 році порівняно з 2017 роком. Крім того, за Індексом конкурентоспроможності міст (ІКМ) України, ці міста у 2019-2020 році увійшли до переліку міст з високим ІКМ [416], серед яких всього є 6 міст, для порівняння столиця обіймає двадцять першу позицію з двадцяти чотирьох можливих (рис.3.2).

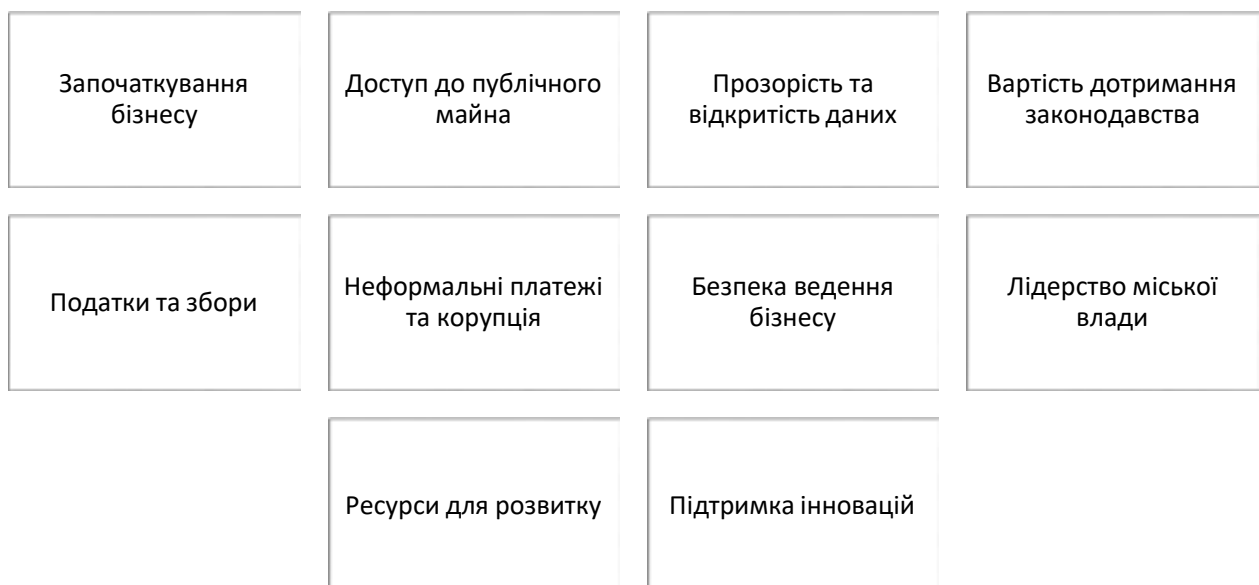


Рис. 3.2. Субіндекси визначення конкурентоспроможності міст – ІКМ
Джерело: складено автором на основі [416]

Рейтинг конкурентоспроможності міст визначається на основі співставлення вкрай важливих критеріїв та обробки первинної інформації (опитування) та статистики, ці критерії наведені на рис.5.2. Як бачимо, зазначені субіндекси є вкрай важливими для забезпечення сталої роботи підприємців. Таким чином, можна припустити, що наявність методологічно обґрунтованої Стратегії розвитку конкурентоспроможності підприємництва є одним із важливих елементів посилення конкурентоспроможності міста в цілому. Модель формування програми посилення конкурентоспроможності підприємництва, що застосовується проектом ПРОМІС у конкретному місті, наведена на рис.3.3.



Рис. 3.3. Модель формування програми посилення конкурентоспроможності підприємництва у містах – проект ПРОМІС

Джерело складено автором на основі [343]

У статті, присвяченій питанням посилення конкурентоспроможності підприємництва у містах, було здійснено уточнення наведеної вище моделі за методологією проекту ПРОМІС та запропоновано покроковий план дій щодо посилення конкурентоспроможності підприємництва у містах та громадах, що продемонстровано на рис. 3.4.

Зазначену методологію було частково застосовано у частині визначення перспектив розвитку підприємництва у різних містах. Безумовно, мале і середнє

підприємництво створює фундамент для стійкого та ефективного розвитку кожної громади та міста. Тому насамперед доцільно визначити пріоритетні напрями або галузі діяльності підприємництва. Такі галузі варто визначати на основі аналізу статистичних даних, тобто кількості підприємств конкретного напрямку діяльності, а також у процесі діалогу з експертами (у випадку Вінниці та Івано-Франківська це були експерти ПРОМІС), з владою, з місцевою бізнес-спільнотою. Наприклад, у Вінниці до числа пріоритетних напрямів підприємництва увійшли такі: інформаційні технології, медицина, туризм, соціальне підприємництво, сфера обслуговування, харчова та швейна промисловості. В Івано-Франківську було визначено чотири напрями, зокрема інформаційні технології, сфера гостинності, харчова та деревообробна промисловості. Об'єктом дослідження виступає саме функціонування підприємництва зазначених міст у визначених галузях. Мета дослідження полягає у визначенні сильних та слабких сторін підприємництва міста та розробка рекомендації щодо їх розвитку. Результати подібного дослідження можуть бути використані для розробки Програми посилення конкурентоспроможності підприємництва, а також застосовані органами місцевого самоврядування та бізнес-асоціаціями для поглиблення взаємодії бізнесу й влади з метою покращення підприємницького клімату в місті. Дослідження здійснювалось на основі збору, аналізу та обробки первинної та вторинної інформації. Збір первинної інформації передбачає проведення фокус-груп із представниками галузей підприємництва. Він дав змогу отримати зворотній зв'язок від підприємців, їх бачення і розуміння реалій та перспектив роботи підприємництва в місті. На основі проведеної дослідницької роботи можна розробити рекомендації щодо посилення підприємництва міста. Важливим заданням дослідження є розробка пошукових питань, робота із вторинною та первинною інформацією. Первинна інформація зібрана на основі проведених фокус-груп із представниками пріоритетних напрямів підприємництва. У разі потреби, отримана первинна інформація підлягала повторній перевірці у джерелах вторинної інформації.

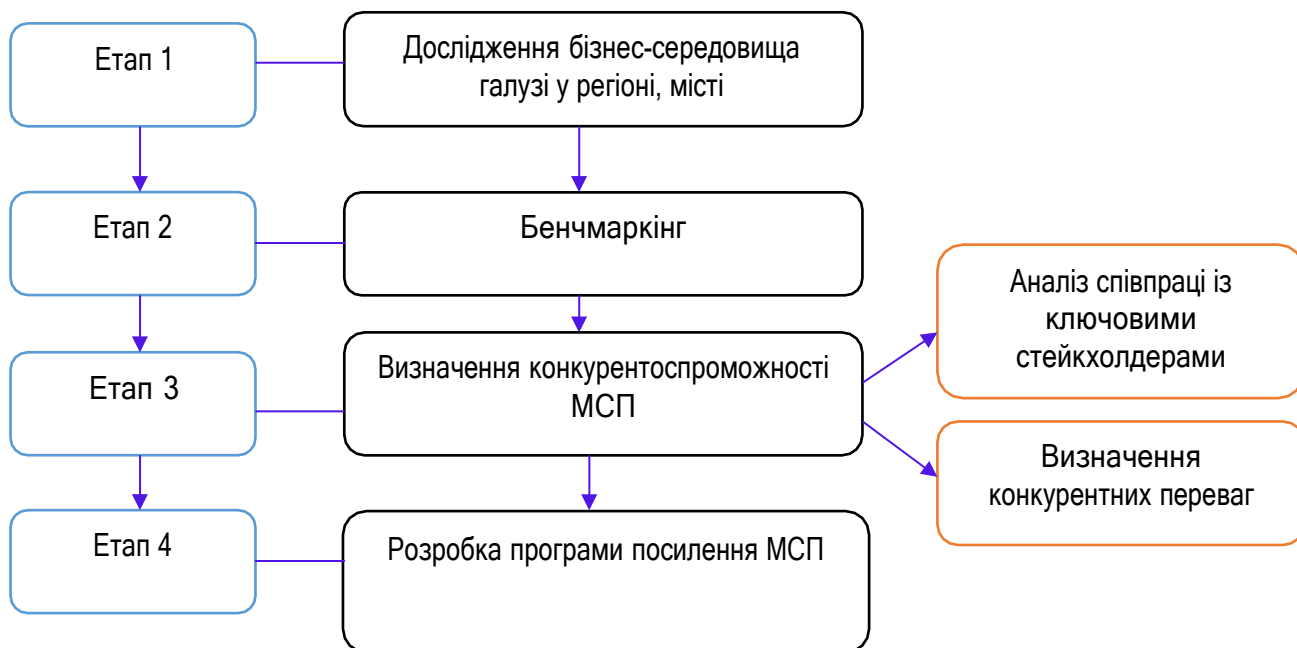


Рис.3.4. Покроковий план дій з розробки програми посилення конкурентоспроможності підприємництва

Джерело: [17]

Для кожної галузі результати повинні бути узагальнені і містити такі змістовні компоненти:

- характеристика галузі (напряму);
- особливості взаємодії з ключовими задіяними сторонами (владою, споживачами, бізнес-об'єднаннями, конкурентами, фінансовими установами тощо);
- конкурентні переваги;
- пропонуване позиціонування;
- стратегічні цілі, напрями розвитку напряму (галузі) підприємництва.

На основі проведеного узагальнення варто розробити перелік типових заходів для посилення підприємництва у конкретному регіоні. Ефективними такі розробки можуть бути у тому випадку, коли їх врахують у своїй роботі місцева влада, бізнес-об'єднаннями, окремі представники підприємництва. Дослідження проводилось у низці областей України, в тому числі у Хмельницькому, що очолює рейтинг міст згідно ІКМ, у Харкові, який посідає тринадцяте місце та має середній показник та Черкасах із низьким ІКМ [416], також у Волинській,

Рівненській, Чернігівській, Закарпатській, Львівській, Запорізькій, Київській областях.

Для досягнення поставленої мети було розроблено наступні пошукові запитання:

- Основні тенденції розвитку галузі. В цьому питанні йдеться про особливості розвитку та роботи підприємництва саме у конкретному місті. Зрозуміло, що деякі тенденції окремо взятих галузей економіки є загальноукраїнськими, проте є й такі, що характерні саме для підприємців міста.
- Конкурентні переваги, тобто сильні сторони, що відрізняють кожен окрему галузь (напрямок) підприємництва порівняно із іншими містами та регіонами України.
- Особливості взаємодії з ключовими задіяними сторонами. Їх інтереси часто можуть суперечити одне одному. Зазвичай саме з ними взаємодіє підприємство і ефективне вирішення питань комунікації та співробітництва з ними може стати джерелом подолання труднощів напрямку або галузі. До стейкхолдерів галузі відносимо владні структури, постачальників, споживачів, конкурентів, а також бізнес-об'єднання. Важливим є визначення як позитивних, так і негативних особливостей співпраці. Для кожного розглянутого напрямку ключові стейкхолдери можуть відрізнитись, проте основним завжди буде влада.
- Пропоноване позиціонування галузі, яке передбачає формування бажаного образу або сприйняття галузі/напрямку у свідомості споживачів.
- Стратегічні цілі, напрями розвитку галузі. В рамках проведених фокус-груп разом із представниками напрямку були сформовано стратегічні цілі, напрями розвитку галузі.

На основі отриманих відповідей в ході дослідження були розроблені рекомендації стосовно посилення конкурентоспроможності підприємництва в місті.

Під час проведення дослідження було проаналізовано джерела первинної та вторинної інформації, а саме було здійснено:

- Кабінетне дослідження, що полягало в зборі, аналізі та обробці статистичної інформації, аналітичних звітів, статей, публікацій, опублікованих звітів центральної влади, міської ради, підприємств, вузів тощо. Також було надіслано запити до відповідних органів влади Вінниці, які підготували коротку інформацію щодо основних характеристик галузі.
- Для збору первинної інформації було проведено фокус-групи, до участі в кожній з них долучились представники відповідного пріоритетного напрямку підприємництва. Дані, отримані під час проведення фокус-груп були оброблені та перевірені у джерелах вторинної інформації.

У даному розділі узагальнимо отримані результати та сформуємо на їх основі рекомендації, що можуть використовуватись у розвитку підприємництва різних регіонів та галузей.

У процесі аналізу рівня розвитку галузей варто звернути увагу на те, які компанії працюють в кожній з них, чи є представництва, офіси загальноукраїнських та міжнародних компаній, який рівень тіньового сектору, чи є тенденції відтоку робочої сили. Наприклад, представники сектору інформаційних технологій Волині, Рівненщини, Черкащини, Чернігівщини скаржились на те, що фахівці покидають область та країну. Представники швейної промисловості Хмельниччини, Вінниччини, Харківщини говорили про те, що стикаються із міграцією фахових майстрів. Натомість, швейна індустрія Закарпаття та Львівщини завдяки європейським замовленням спроможна забезпечити роботою працівників галузі і вже з 2017 року проблем із кадрами не відчують, люди починають повертатись у рідні регіони. Важливим фактором розвитку є наявність інфраструктури та кластерів. У Харкові, Черкасах, Львові та низці інших міст створені ІТ-кластери, що позитивно впливає на результати галузі. Натомість, у Запоріжжі підприємці скаржаться на відсутність подібних ініціатив.

Одним із найважливіших питань дослідження є взаємодія із ключовими задіяними сторонами (стейкхолдерами). Як зазначалось раніше, серед стейкхолдерів розглядали наступних: влада, навчальні заклади, постачальники, споживачі, конкуренція та бізнес-асоціації. Тож, узагальнимо основні висновки за результатами проведених фокус-груп.

Влада. Тут є три основні позиції малого і середнього підприємництва. Перша з них полягає у тому, що незважаючи на ініціативи міської та центральної влади та визнання галузі як пріоритетної, часто представники сектору відзначають, що їх досвід роботи доводить, що влада в основному не допомагає, а вимагає. Негативно впливають на роботу підприємців податковий тиск, питання валютного регулювання. Сьогодні, на думку підприємців, у місцевої та центральної влади немає програми, вона не залучає підприємства їх галузей до діалогу і нічого не робить для підтримки та розвитку галузі. В роботі із постачальниками послуг та обладнання відчувають проблеми у процесі розмитнення при ввезенні обладнання із закордону, тому не завжди ввезення обладнання відбувається офіційно. Друга позиція відображає нейтральне ставлення до влади, що означає повну відсутність інформації про її ініціативи. Третя позиція, яка зустрічається не так часто, як хотілося б, - вкрай позитивна, коли представники підприємництва ефективно взаємодіють з владою, долучаються до всіх заходів та схвально ставляться до діалогу та дій. Прикладом такої позиції є Хмельницький, а також Черкаси, де проекти Агенції регіонального розвитку отримують широке схвалення серед підприємців.

Навчальні заклади. Наявність потужних шкіл, освітніх закладів зазвичай формує перспективи для розвитку галузей підприємництва у місті. Тут варто звернути увагу на рівень підготовки фахівців, на можливості дуальної освіти, а також на те, який відсоток випускників відповідних закладів залишається у місті.

Постачальники є важливим елементом для стійкості розвитку підприємництва у місті. Йдеться не тільки про витратні матеріали і сировину, але і про послуги, наприклад, Інтернет, юридичні послуги, митні послуги тощо. Навіть під час фокус-груп учасники були готові розглядати можливості

закупівель (меблева, швейна, харчова промисловості) задля того, щоб отримувати кращі умови від постачальників. Також до цієї групи стейкхолдерів варто віднести фінансові установи, що можуть надавати доступ до капіталу.

Споживачі. Варто визначити ті підприємства, які працюють на зовнішньому та внутрішньому ринках, їх відсоток. Часто підприємцям є сенс об'єднуватись для виходу на зарубіжні ринки. Це стосується насамперед виробничих підприємств. Зазвичай, представники підприємництва не відчують проблем у роботі із вітчизняними замовниками, що представляють приватний капітал, проте їм вкрай важко співпрацювати із організаціями бюджетної сфери. Цікавим виявились показники представників медичної галузі. У Львівській, Закарпатській, Волинській, Вінницькій та Чернівецькій областях представники приватних медичних установ зазначили, що 70% їх клієнтів є жителями міст, 20% приїждить з області, а 10% є представниками інших областей та навіть країн. Насамперед це колишні наші співвітчизники, що або тимчасово, або постійно мешкають за кордоном, і користуються перевагами більш дешевого та якісного медичного обслуговування. Важливим аспектом у роботі зі споживачами є розуміння представниками підприємництва необхідності маркетингового мислення, що полягає насамперед у визнанні того, що потрібно продавати не те, що вже виготовляється, а виготовляти те, що будуть купувати.

Конкуренція. Конкуренція у галузях може бути різною, проте важливим питанням є її добросовісність. У сервісних секторах (ІТ, гостинність, туризм тощо) ведеться жорстка, подекуди недобросовісна конкуренція за кваліфікований персонал. Підприємці Чернігівщини, Хмельниччини, Львівщини, Київщини та інших областей висловились за впровадження стандартів етичного ведення бізнесу. Крім того, наявність бренду міста, додаткової підтримки з боку міської влади щодо створення іміджу міста як туристичного, медичного, гастрономічного центру, посилюють конкурентні позиції підприємств відповідних галузей у містах.

Бізнес-об'єднання. Представники деяких галузей майже не спілкуються один з одним та наразі не існує галузевих об'єднань, співпраця між гравцями

індустрії не ведеться, зокрема це стосується сфери інформаційних технологій. Але у тих містах, де є потужні бізнес-асоціації (Наприклад, Спілка підприємців «Стіна» у Вінниці, Ліга ділових і професійних жінок у Чернігові), підприємці відзначають позитивність впливу роботи подібних організацій, покращення ділового клімату. Загалом, результати проведених фокус-груп та опитувань продемонстрували, що фактично усі представники підприємництва готові до об'єднання, принаймні так вони висловлюються у ході проведених фокус-груп.

Позиціонування галузей підприємництва та міста в цілому повинне бути сформоване спільно представниками підприємництва, владою, лідерами думок на основі конкурентного аналізу та із розумінням сильних і слабких сторін підприємництва, а також цілей галузі.

Проведений аналіз галузей підприємництва, а також особливостей взаємодії з ключовими стейкхолдерами дає змогу визначити сильні та слабкі сторони кожної окремо взятої галузі. Визначаючи їх, варто взяти до уваги вартість робочої сили, її наявність, доступ до сировини та ресурсів, географічне розташування регіону, наближеність до ринків збуту, наявність професійних та наукових галузевих шкіл, рівень життя у місті, доступ до локальних, національних та міжнародних ринків, якість товарів та послуг порівняно із іншими регіонами та світом, а також стабільність якості. Крім того, варто звернути увагу на взаємодію між підприємцями та готовність до співпраці.

Проведене дослідження дає змогу узагальнити рекомендації для системного розвитку пріоритетних галузей підприємництва у кожному регіоні, запропонувавши низку типових проєктів, ініціатив, які могли би бути впроваджені на місцевому рівні та сприяти стабільному успішному функціонуванню підприємництва. Подібні проєкти можуть бути запропоновані як для окремих галузей підприємництва, так і в цілому у більш широкому розумінні. У таблиці 3.1 наведено перелік напрямів проєктів, їх мета, а також задіяні сторони, які могли б долучитись до розробки та впровадження зазначених ініціатив.

Таблиця 3.1

Типові рекомендовані проекти розвитку галузей підприємництва у містах

| Напрямок | Мета | Задіяні сторони |
|--|--|--|
| Відкритість діалогу підприємців з владою | Формування та підтримка конструктивного та стійкого діалогу підприємців з владою | Бізнес-асоціації, торгово-промислові палати (ТПП), влада, підприємці |
| Валютно-фіскальна підтримка | Підтримка підприємців у питаннях оподаткування та фінансового управління | Влада, фіскальна служба, об'єднання підприємців |
| Бізнес-освіта для підприємців | Надання якісних знань, навичок та інструментів для ефективного ведення бізнесу | Освітні заклади, бізнес-асоціації, ТПП, органи влади |
| Доступ до фінансів | Створення умов для зростання підприємництва шляхом надання доступу до фінансів | Місцеві фінансові організації, органи влади, об'єднання підприємців, місцеві великі підприємства |
| Відповідальне споживання | Популяризація у суспільстві тієї думки, що потрібно співпрацювати із підприємцями, що дотримуються законів та етичних норм ведення бізнесу | Органи влади, бізнес-асоціації |
| Розвиток експортної діяльності | Підтримка виходу підприємств у виході на зовнішні ринки | ТПП, органи влади, бізнес-асоціації |

Джерело: складено автором

Як видно з таблиці, напрями проектів фокусуються на питаннях відкритості діалогу підприємців з владою, освіти у сфері фінансової та податкової грамотності, бізнес-знань, доступу до коштів, виходу на міжнародні ринки. Дамо більш детальну характеристику рекомендованих проектів.

Суть проектів з відкритості діалогу підприємців з владою має полягати у створенні або оновленні баз даних підприємств та підприємців за окремими

галузями, напрямками діяльності, визначення групи активних підприємців, постійна робота з ними. Така діяльність сформує передумови для залучення підприємців до розвитку міста, адже представники підприємництва відкриті та готові до спілкування. Важливим компонентом успіху подібного проекту має стати призначення свого роду бізнес-омбудсмена, компетентної особи в місцевій владі, кандидатуру якої буде визначено із залученням підприємців. Ефективним може стати залучення представників галузей підприємництва за планом, наведеним, на рис.3.5.

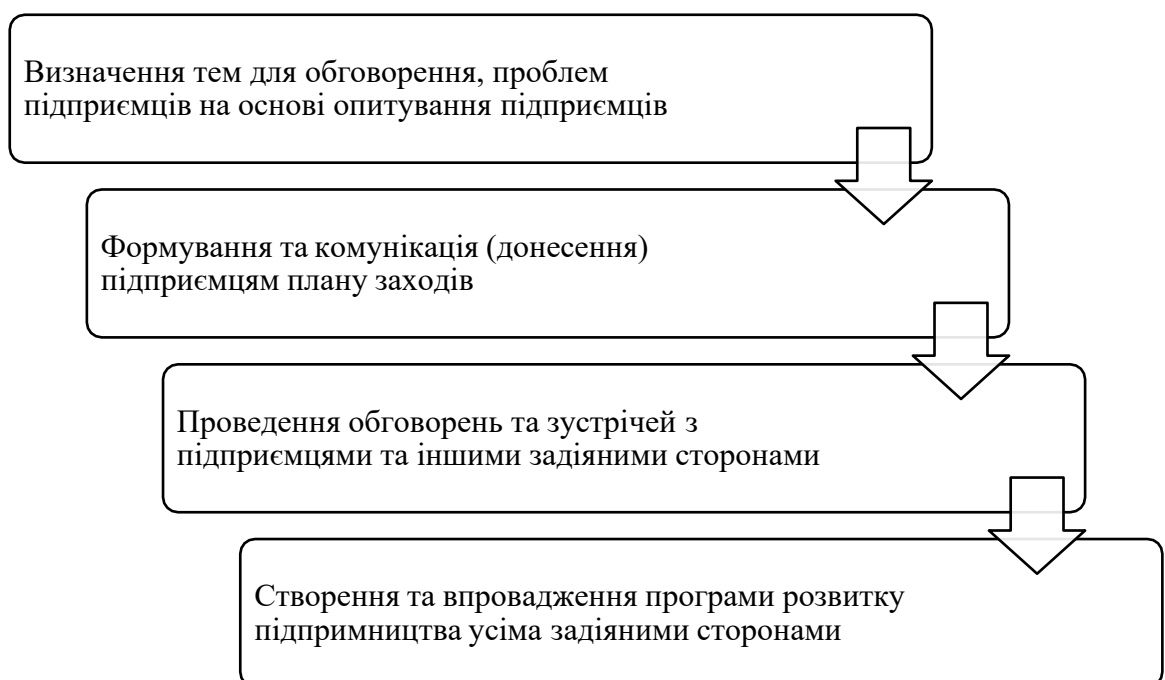


Рис. 3.5. План залучення представників галузей підприємництва

Джерело: складено автором

Вкрай важливо на всіх етапах залучати представників підприємництва, тоді програма стане дієвим інструментом, дорожньою картою розвитку галузей підприємництва.

Наступною важливою складовою підтримки підприємництва на регіональному рівні можуть стати проекти у галузі фінансової та фінансової грамотності, що передбачатимуть виявлення сфер, де підприємці потребують роз'яснення щодо сплати податків, вибору форми оподаткування, питань реєстрації, роботи із валютою тощо. Тут доречними могли би стати:

просвітницька діяльність, відкрита комунікація з підприємцями, розробка відповідних навчальних ініціатив спільно із залученням підприємців.

Проекти з бізнес-освіти для підприємців могли би розроблятися та впроваджуватися місцевими бізнес-асоціаціями, адже результати фокус-груп та інтерв'ю, а також опитування, представленого у попередньому розділі продемонстрували значні прогалини у знаннях підприємців. Наявність доступної можливості ліквідувати подібну потребу, позитивно вплинуло б на загальний рівень конкурентоспроможності різних галузей підприємництва. Це можуть бути комплексні навчальні довго- та короткострокові програми, школи цифрової грамотності для підприємців, специфічні галузеві навчальні тренінги, конкурси бізнес-планів тощо.

Проекти, пов'язані із покращення доступу до фінансів передбачають створення фондів на місцевому рівні із доступом до поворотного фінансування на пільгових умовах, аналогічних державній програмі «5-7-9». Підприємці, стверджують, що загальнодержавна програма їх видається складною у використанні, тож пропозиція створити із залученням коштів міста фонд підтримки малого і середнього підприємництва, що буде використовуватись задля видачі поворотного фінансування МСП на конкурсній основі за низькими відсотками та із пільговим періодом.

Проекти відповідального споживання повинні бути націлені на виховання суспільства, споживачів шляхом ведення просвітницької діяльності щодо добросовісної конкуренції, відповідальності підприємства, підтримки тих підприємців, які сплачують податки та ведуть бізнес чесно.

Питання виходу на зовнішні ринки є одним із найбільш проблемних для представників різних галузей підприємництва у регіонах, йдеться не лише про пошук ринків збуту, споживачів, але і про розуміння того, як власне працювати на міжнародних ринках із міжнародними замовниками. Тут потрібні централізовані комплексні проекти та програми, що передбачали б системний підхід, зокрема:

- 1) виявлення перспектив, можливостей та потреб підприємництва галузей;

- 2) створення торгівельних маркетплейсів, майданчиків, заходів, виставок тощо для залучення потенційних іноземних клієнтів;
- 3) консультативна допомога у приведенні товарів та послуг згідно міжнародних стандартів;
- 4) створення центрів допомоги виведення компаній на зовнішні ринки (знання, консультації, логістика тощо);
- 5) створення фондів підтримки експорту.

Такі та подібні проекти можуть бути впроваджені на базі центрів для розвитку бізнесу, платформ для взаємодії малого і середнього бізнесу, центрів надання консультацій, бізнес-знань та нетворкінгу.

ВИСНОВКИ

У дисертації поглиблено теоретичні, методологічні та концептуальні засади державного регулювання інституціонального розвитку підприємницьких екосистем в Україні. Сформульовано науково-практичні й концептуально-теоретичні висновки, спрямовані на вирішення поставлених завдань та досягнення мети. Вони розкривають особистий внесок автора в розробку досліджуваної проблеми та характеризують теоретичне й практичне значення дисертаційної роботи.

1. В українській нормативно-правовій базі, науковій літературі часто терміни «підприємництво» і «бізнес» використовуються як синоніми. Розгляд генезису та підходів до визначення сутності категорій «підприємництво» та «бізнес» у роботах українських та зарубіжних вчених дав змогу дійти висновку, що дані поняття є близькими, але не тотожним. Запропоновано власні визначення, згідно яких бізнес – явище, що означає систему взаємовідносин, націлену на задоволення економічних інтересів учасників цих відносин шляхом виробництва товарів, послуг, їх комбінацій у різних сферах та галузях задля отримання стабільного прибутку у довгостроковій перспективі із урахуванням потреб суспільства. Ознаками бізнесу є зокрема участь у взаємовідносинах більше ніж одного суб'єкта; створення додаткової цінності для учасників бізнесової діяльності; створення товарів та послуг з метою одержання прибутку; наявність або формування інфраструктури для ведення бізнесу задля довгострокового його функціонування і сталого розвитку. Натомість підприємництво визначено як діяльність, що передбачає ризиковість, інноваційність, проактивність фізичних та юридичних осіб, що її здійснюють задля отримання прибутку в різних умовах зовнішнього середовища.

2. На основі аналізу мейнстрімних і неортодоксальних економічних теорій, що досліджують сутність підприємництва, було виявлено, що найбільш сприятливою для розвитку підприємництва є партнерська участь держави та інших груп стейкхолдерів. Представниками усіх розглянутих шкіл

підтверджується ефективність державного втручання в економіку за умови партнерської ролі держави й органічної взаємодії інтересів суб'єктів ринку. Інституціоналізація передбачає регулювання процесів, що виникають та існують у суспільстві. У свою чергу, процес розвитку підприємницьких екосистем на національному, регіональному та місцевому рівнях є незворотнім та означає взаємодію різних сторін, узгодження їх інтересів, створення організацій, норм, правил. Державне регулювання інституціонального розвитку підприємницьких екосистем можна визначити як сукупність заходів з нормативно-правової діяльності, створення та забезпечення функціонування інституцій, розробки, впровадження та контролю стратегій, надання доступу до фінансування у взаємодії із широкими групами учасників екосистем на національному, регіональному, галузевому, місцевих рівнях для створення можливостей формування сталих підприємницьких екосистем.

3. У процесі визначення сутності підприємницької екосистеми виявлено, що підприємства активно взаємодіють із різними групами стейкхолдерів. Виділено три рівні взаємодії підприємства зі стейкхолдерами: макро-, мікро- та внутрішній. Стейкхолдери макrorівня – це юридичні і фізичні особи, що знаходяться поза межами компанії, можуть чинити опосередкований вплив на її діяльність, компанія може скоріше враховувати їх дії, вимоги, інтереси, ніж встановлювати або вимагати умови, вигідні собі. Стейкхолдери мікрорівня – це організації, фізичні або юридичні особи, що знаходяться поза межами підприємства, при цьому взаємодії відбуваються з певною періодичністю і підприємство в більшій мірі чинить на них вплив своїми діями та рішеннями, перебуваючи у безпосередньому контакті. Внутрішні стейкхолдери – це особи, що знаходяться всередині організації та регулярно взаємодіють із підприємством, безпосередньо впливаючи на його результати. Підприємницька екосистема визначена як сукупність юридичних та фізичних осіб з різних секторів, різних за характером діяльності, яка функціонує задля розвитку інновацій та підприємницької діяльності шляхом об'єднання зусиль різних груп стейкхолдерів.

4. Проведений аналіз практик державного регулювання інституціональним розвитком підприємницьких екосистем у США, Японії, Німеччині, Польщі, Китаї, Австралії і Туреччині дав змогу виявити наявність урядової політики, націленої на сприяння підприємництву та підтримку осіб, що прагнуть започаткувати власну справу, певної податкової політики, заходів з полегшення ведення бізнесу. Важливим є державне регулювання щодо програм підтримки підприємництва і новостворених підприємств на місцевому, регіональному та національному рівнях, що передбачають сприяння доступу до підприємницького фінансування (банківських позик, державних грантів) та створення умов для залучення підприємцями інвестицій і венчурного капіталу. Уряди розглянутих країн приділяють значну увагу формуванню і підтримці комерційної та професійної інфраструктури, що включає доступ до професійних послуг. Даний напрям у значній мірі реалізується у співпраці із бізнес-об'єднаннями, приватним сектором, тоді як питання фізичної інфраструктури здебільшого є сферою регулювання держави. Значна увага приділяється усталенню соціально-культурних норм, за яких підприємництво сприймається у суспільстві як позитивне, престижне та перспективне явище. Важливою ознакою успішного державного регулювання з огляду на міжнародні практики є створення єдиного органу центральної влади, що відповідає за розвиток підприємництва взагалі та формування підприємницьких екосистем зокрема.

5. Переважна більшість країн визнають важливість розвитку підприємництва взагалі та МСП зокрема, проте країни, що розвиваються, у тому числі Україна, не можуть у повній мірі власними силами створити умови для його стійкого розвитку і функціонування. Міжнародна спільнота надає фінансово-технічну допомогу країнам-реципієнтам, об'єднанням підприємців та навіть окремо взятим підприємцям. Вона передбачає надання грошових коштів та інвестицій, обмін досвідом, проведення досліджень, розробку рекомендацій, експертну підтримку та формування інституцій, що створює стійкі можливості для сталого розвитку підприємницьких екосистемах у світі з урахуванням міжнародних практик та експертизи. Існує система міжнародних міжурядових

організацій, що опікуються питаннями розвитку підприємництва як у глобальному, так у міжнародному вимірах. До їх числа належать Світовий банк, Міжнародна фінансова корпорація, МВФ, ОЕСР, ЮНІДО, ВМО, СОТ, МОП тощо. Ці організації розробляють глобальні політики та програми розвитку і підтримки підприємництва, а також формують рекомендації й надають підтримку у розвитку підприємництва окремим країнам та галузями. Крім того, інтеграційні угруповання, банківські установи, міжнародні організації активно залучаються до формування та підтримки підприємницьких екосистем, зокрема це Євросоюз, АСЕАН, Міжнародна торгова палата, Світова бізнес-рада зі сталого розвитку, Африканський й Азіатський банки розвитку та ін. Уряди розвинених країн сприяють розвитку підприємництва в інших країнах через власні програми, донорські агентства, такі як USAID (США), CIDA (Канада), SIDA (Швеція), GTZ & KfW (Німеччина) DFID (Великобританія).

6. Міжнародні практики свідчать, що доцільність конкретних послуг з розвитку бізнесу значною мірою визначається стадією життєвого циклу підприємства. Так, на стадії задуму підприємці потребують допомоги у формуванні та валідації бізнес-ідеї, оцінці ринку, визначенні власних навичок і можливостей. Стартапери або початківці виростуть швидше, отримавши послуги з бізнес-планування, пошуку партнерів, менторства. На стадії зростання доречними стануть пошук замовників, навчання, залучення фінансування і управлінський консалтинг. Зрілим підприємствам потрібне навчання управлінців, маркетингова підтримка (допомога у залученні та утриманні споживачів), послуги з управління людським ресурсом (оцінка персоналу, допомога у пошуку, відборі і навчанні кадрів), внутрішній аудит, побудова ефективного управління виробництвом. На стадіях стагнації та закриття підприємцям легше вийти з бізнесу або перейти на новий щабель розвитку, отримавши такі послуги як допомога в реструктуризації, пошук нових форм діяльності, антикризове управління, робота з персоналом, юридичний супровід ліквідації і закриття підприємства.

7. Підприємницькі екосистеми навіть якщо неформально, але у певному

вигляді вже існують у кожному суспільстві, проте задля їх інституціоналізації та регулювання у майбутньому необхідно виявляти їх та вимірювати ефективність, що дасть змогу діагностувати потенційні виклики та можливості, які можна вирішити за допомогою конкретних заходів. Питанням розвитку сприятливих підприємницьких екосистем приділяють увагу як уряди, так і міжнародні організації, агенції з розвитку, науковці. Серед них, Світовий банк, ВЕФ, ОЕСР, Рада з питань конкурентоспроможності США, Асоціація GSM (Groupe Speciale Mobile Association), коледж Бабсона, Університет Джорджа Мейсона, дослідницька група «Колтай» та інші. Проведений порівняльний аналіз засвідчив, що підходи до оцінювання підприємницьких екосистем розглядають їх на національному, регіональному та галузевому рівнях, визначаючи ефективність компонентів екосистем, зокрема політики, фінансів, інфраструктури, доступу до ринків збуту, людського капіталу, підприємницької культури, НДДКР, інновацій, ряду макроекономічних показників. Найбільш комплексно оцінити підприємницькі екосистеми дають методики ОЕСР на національному рівні та коледжу Бабсона на національному та регіонально-галузевому рівнях. Комбінація цих двох методик є вдалим рішенням для оцінки підприємницьких екосистем.

8. Розгляд еволюції розвитку підприємницьких екосистем в Україні засвідчив, що з моменту здобуття незалежності Україною у 1991 р. до 2020 р., підприємництво пройшло 4 етапи становлення: етап зародження, етап зростання, етап адаптивного розвитку та етап кризового розвитку. Етап зародження (1991-1995 рр.) відзначається першими законодавчими ініціативами, значним збільшенням кількості підприємств. Підприємницькі екосистеми перебували на початковій стадії формування. Етап зростання (1996-2006 рр.) ознаменувався зростанням частки виробленої продукції і наданих послуг підприємств у загальній структурі економіки України. У розрахунку кількості суб'єктів господарювання на 10 тисяч населення їх кількість зросла з 27 до 72. Підприємницькі екосистеми включали перші об'єднання підприємців, навчальні заклади почали підготовку потрібних підприємству кадрів, а міжнародні

донори розпочали перші проекти розвитку підприємництва. На етапі адаптивного розвитку (2007-2013 рр.) розпочато адаптацію умов ведення бізнесу згідно міжнародних та європейських стандартів. У 2013 р. загальна кількість суб'єктів господарювання склала 82 на 10 тис. населення. Цей етап ознаменувався стрімким ростом кількості об'єднань підприємців, розвитком бізнес-освіти тощо. Етап кризового розвитку (2014 р. – дотепер) поглиблений впливом пандемії. Станом на 2018 р. кількість суб'єктів господарської діяльності налічувала становило 80 на 10 тис. населення. Попри деяке сповільнення динаміки заснування нових підприємств, цей період є етапом розвитку, оскільки протягом нього підприємці почали усвідомлювати важливість отримання знань щодо ведення бізнесу, почала створюватись інфраструктура для ведення підприємницької діяльності згідно сучасних вимог.

9. Підприємницькі екосистеми в Україні формуються незалежно від рівня їх інституціоналізації, сьогодні можна говорити про певні інституціональні процеси, що створюють рамки для розвитку екосистем. Йдеться про наявність нормативної бази, виникнення і діяльність установ, націлених на розвиток підприємницьких екосистем. Схвалена та впроваджується Стратегія розвитку малого і середнього підприємництва в Україні. При цьому, сьогодні в Україні не існує єдиного централізованого органу, відповідального за розвиток та підтримку підприємництва у цілому, натомість бачимо організації, що відповідальні за окремо взяті напрямки і подекуди дублюють функції одна одної. Протягом останніх років створено дорадчо-консультативний орган Офісу розвитку МСП, розпочалися ініціативи Міністерства цифрової трансформації, є установи, що опікуються питаннями сприяння виходу українських підприємств на міжнародні ринки. Це Офіс з просування експорту, ПрАТ «Експортно-кредитне агентство». Розвиток українських підприємницьких екосистем у значній мірі стимулюється завдяки підтримці міжнародних донорів.

10. Аналіз основних показників діяльності підприємств згідно методології ОЕСР дав змогу підтвердити, що роль підприємництва в Україні є досить значною навіть порівняно з іншими країнами світу. Понад 75% зайнятих осіб

працюють саме у малих і середніх підприємствах. Протягом останніх років відбувається поступове зростання кількості підприємства. В Україні досить низькі показники створеної доданої вартості порівняно з розглянутими країнами ОЕСР. Продуктивність праці також є однією з найнижчих. Співвідношення кількості новостворених та закритих підприємств в Україні у межах норми, кількість нових підприємств вища за кількість закритих Українські регіони мають дуже різні рівні підприємницької активності. Лідером є місто Київ, а також Харківська, Одеська, Дніпропетровська, Львівська, Донецька, Запорізька області. Попри те, що з 2013 р. в Україні щорічно знижуються обсяги кредитування підприємств, частка кредитів МСП у загальному обсязі виданих підприємствам кредитів перевищує цей показник у більшості країн-учасниць ОЕСР.

11. Оцінювання підприємницької екосистеми національного рівня показало достатню кількість ініціатив за такими компонентами підприємницьких екосистем як «Політика», «Фінанси», «Людський капітал». Є серйозні позитивні зрушення за компонентом «Ринки», що забезпечуються Офісом просування експорту та Експортно-кредитним агентством, проте системної програми роботи з внутрішнім та зовнішнім ринком не спостерігається. «Інновації» на національному рівні забезпечені в основному приватним сектором, але діє Український фонд стартапів. Питання підприємницької культури є невирішеними. Загалом, національну підприємницьку екосистему можна оцінити у 39 балів зі 100 можливих. Збір первинної інформації (опитування та інтерв'ю) з метою виявлення тенденцій розвитку підприємницьких екосистем дав змогу виявити, що основною загрозою і слабкою стороною українські підприємці вважають доступ до фінансування. Серед ключових загроз і можливостей виділяють фактори макросередовища 35% підприємств, тобто політична і економічна ситуація в країні та регіоні, географічне розташування виробничих потужностей, різні державні програми є важливими. Представники виробничих підприємств очікують зниження ставок оподаткування та державної підтримки галузі (22%).

12. Об'єднання підприємців є рушієм розвитку підприємницьких екосистем. Вони діють з метою розвитку, захисту професійних інтересів своїх членів, задля формування та підтримки сприятливого бізнес-середовища. В Україні зареєстровано понад 2 тис. об'єднань підприємців, до 25-30% підприємців є членами принаймні одного з об'єднань. Така ситуація обумовлена недостатнім рівнем поінформованості підприємців про переваги та можливості членства у об'єднаннях підприємців. Проте уже сьогодні можна говорити, що у процесі формування підприємницьких екосистем роль об'єднань підприємців є вкрай важливою. Об'єднання виступають інституціями, які безпосередньо спілкуються із підприємцями, можуть говорити від їх імені, а також доносити їм інформацію. Саме об'єднання у процесі діалогу із владними структурами виступають ключовими учасниками формування стратегії, інституції розвитку підприємництва також можуть бути засновані за участі об'єднань підприємців. Такі організації проводять просвітницьку діяльність, є джерелом кадрів для інституцій з розвитку підприємницьких екосистем. Активні об'єднання підприємців, за умови партнерської підтримки держави, можуть стати основним ініціатором й виконавцем забезпечення розвитку та функціонування підприємницьких екосистем.

13. Механізми розвитку підприємницьких екосистем полягають у природній взаємодії учасників екосистеми один з одним із використанням інструментів розвитку, що дають змогу забезпечити діалог, залучення, формування готових рішень для учасників екосистеми, насамперед підприємців з їх капіталом, експертизою та потужностями. Йдеться насамперед про державу та інших стейкхолдерів. Ще Йозеф Шумпетер стверджував, що саме великі підприємства виступають центрами розвитку, а інновації у капіталізмі здійснюються на запозичені кошти. Тож, розвиток підприємницьких екосистем передбачає формування мережі ефективних установ, відповідних центрів, які б стали осередками розвитку підприємництва. Окрім уже успішно функціонуючої Ради бізнес-омбудсмена, до якої звертаються підприємства задля захисту своїх інтересів, також варто виділити такі установи розвитку підприємництва як

центри єдиного вікна, що наразі представлені в Україні мережею Центрів надання адміністративних послуг; центри обслуговування бізнесу; бізнес-інкубатори та бізнес-акселератори. Центри розвитку бізнесу не представлені системно, натомість в Україні з'являються бізнес-інкубатори та бізнес-акселератори різних напрямів та галузей. Державі рекомендовано розробити пакет готових рішень задля залучення приватних партнерів для формування зазначених установ.

14. Підприємницькі екосистеми формуються на засадах ефективної взаємодії зі стейкхолдерами – підприємцями, об'єднаннями підприємств, підприємствами, фінансовими установами, науково-освітніми закладами, міжнародною спільнотою (донорами), міжнародними організаціями, експертами та консультантами, органами місцевого самоврядування, суспільством в цілому. Концептуальні підходи залучення стейкхолдерів повинні ґрунтуватись на визначенні їх інтересів, консолідації дій, наданні рівних умов до формування інфраструктури, нормативної бази, визначення пріоритетних напрямів розвитку, створення та впровадження наскрізної стратегії розвитку підприємництва. Усім учасникам підприємницьких екосистем повинні бути зрозумілі правила взаємодії. Йдеться про інституціональну структуру підтримки розвитку підприємницьких екосистем, чітке розмежування повноважень між владними структурами, розподіл прав і обов'язків. При формуванні підприємницьких екосистем важливою є наявність точок росту та історій успіху, тобто для початку ефективної розбудови достатньо продемонструвати один позитивний випадок розвитку екосистеми із ефективним державним регулюванням, що далі призведе до залучення стейкхолдерів в різних регіонах та галузях.

15. Результати проведених фокус-груп та інтерв'ю продемонстрували, що рівень розвитку підприємництва у конкретному місті залежить від активності місцевої влади та бізнес-спільноти. У 2018 р. З понад 1,8 млн зареєстрованих в Україні суб'єктів господарювання більше 14% представляють м. Київ. Столиці значно поступаються за кількістю підприємств Харківська, Одеська, Дніпропетровська, Львівська, Київська області. Задля визначення можливостей

підприємств в окремо взятих регіонах запропоновано методологію, що передбачає покроковий план дій з розробки програми посилення конкурентоспроможності підприємництва на основі визначення пріоритетних галузей. Дослідження охопило міста Хмельницький, Харків, Черкаси, а також Волинську, Рівненську, Чернігівську, Закарпатську, Львівську, Запорізьку, Київську області. Отримані результати дали змогу сформувані рекомендації для системного розвитку пріоритетних галузей підприємництва у кожному регіоні та запропонувати типові проекти для розвитку підприємництва на місцевому рівні за напрямками: відкритість державно-приватного діалогу, фіскальні та валютні питання, доступ до фінансів, бізнес-освіта, відповідальне споживання, розвиток експорту.

16. У процесі інституціоналізації розвитку підприємницьких екосистем в Україні варто впровадити послідовний покроковий план дій. Ключовими кроками у подальшій інституціоналізації розвитку підприємницьких екосистем в Україні мають стати: створення єдиного органу центральної влади Адміністрації розвитку підприємництва; залучення та побудова взаємин зі стейкхолдерами; залучення фінансування; формування нормативної бази. Інституціональний розвиток підприємницької екосистеми в Україні доцільно здійснювати на засадах відкритості, на основі публічно-приватного діалогу із залученням як місцевої, так і міжнародної експертизи.

17. Адаптація моделі міжгалузевого балансу та прикладної моделі загальної рівноваги до оцінювання заходів державної та іншої підтримки МСП, яка формується у рамках та в результаті інституціоналізації підприємницьких екосистем, забезпечила наукове обґрунтування запропонованих у дисертаційному дослідженні кроків щодо подальшого посилення цих екосистем у вітчизняній практиці. Зокрема, обґрунтовано позитивний вплив на макроекономічні показники від підтримки поточної діяльності малих та середніх суб'єктів підприємництва, спрощення процедур для їх експорту та здешевлення інвестиційних ресурсів для збільшення капіталовкладень у відповідне виробництво. На загальнонаціональному рівні позитивні ефекти у

середньостроковій перспективі значно переважають всі державні витрати на облаштування та поточну діяльність інституцій, на яких базуватиметься розвиток підприємницької екосистеми в Україні. Отриманий результат водночас відображає втрачений потенціал зростання вітчизняної економіки за умов продовження політики за принципом «*laissez-faire*».

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Small and medium enterprises (SMES) finance: Overview. URL: <https://www.worldbank.org/en/topic/sme/finance>
2. Газуда М. В., Волощук Н. Ю. Регіональний розвиток сфери малого підприємництва. Ужгород : «ФОП Сабов А.М.», 2007. 254 с., с.68
3. Показники структурної статистики по суб'єктах господарювання з розподілом за їх розмірами. Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2012/fin/osp/osp_u/osp_u.htm
4. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970-1980). URL: <http://sum.in.ua/s/biznes> ; Словник Укрліт.Org. Публічний електронний словник української мови. URL:<http://ukrlit.org/slovnyk/>
5. Словник української мови. Академічний тлумачний словник (1970-1980). URL: <http://sum.in.ua/s/pidpryjemnyctvo> Словник Укрліт.Org. Публічний електронний словник української мови. URL: <http://ukrlit.org/slovnyk/>
6. Великий тлумачний словник сучасної української мови : 250000 / уклад. та голов. ред. В. Т. Бусел. Київ; Ірпінь: Перун, 2005. 1728 с. URL: <http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/ua/elib.exe>
7. Індекс політики у сфері МСП: Країни Східного партнерства 2020. Оцінка стану реалізації Акту про малий бізнес для Європи. Україна: Акт про малий бізнес, країний профіль. URL: https://sme.gov.ua/wp-content/uploads/2020/07/3_SME_Policy_Index_Eastern_Partnership_countries_2020_Ukrain.pdf.
8. Section 2(13) Income Tax: Business – Meaning. URL: <https://www.caclub.in/business-meaning-s-213-income-tax>
9. Business Definition: Given by Different Eminent Authors and Famous Institutions. URL: <https://www.businessmanagementideas.com/business/business-definition/20329>
10. Молчанова Т.В. Основи галузевої економіки та підприємництва. Посібник для слухачів (учнів) закладів ПТО за професіями «Продавець продовольчих

товарів» та «Продавець непродовольчих товарів». URL:
http://cpto.dp.ua/public_html/posibnyky/posibnyk/page15.html

11. Козловський В.О. Підприємництво : навчальний посібник. URL:
<http://kozlovskiy.vk.vntu.edu.ua/file/1/a5e342f38b2bbef4c60f404f570be00d.pdf>

12. Про підприємництво : Закон України від 7 лютого 1991 року № 698-ХІІ.
URL: http://lib.znau.edu.ua/jirbis2/images/phocagallery/2017/Pryklady_DSTU_8302_2015.pdf

13. Нестеренко О.П. Йозеф Шумпетер і австрійська традиція: аспекти взаємодії. *Науковий вісник Чернівецького національного університету. Економіка*. 2011. Вип. 579-580. С. 29-33.

14. Базилевич В.Д. Еволюція парадигми економічної теорії та її вплив на життєздатність економічних систем // *Економічна теорія: сучасна парадигма та її еволюція на порозі ХХІ століття*. – К.: КДТЕУ. – 2000. – С. 18-22.

15. Історія економічних учень: Підручник / За ред. В.Д. Базилевича. – У 2-х частинах. – 3-тє вид. – К.: Знання-Прес, 2006. (Класичний університетський підручник).

16. Історія економіки та економічної думки. Підручник. / За ред. В.Д. Базилевича. – К.: Знання, 2018. – 775 с.

17. Шумпетер Й.А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / пер. з англ. В. Старка. Київ : Видавничий дім "Києво-Могилянська академія", 2011. 242 с.

18. Гражевська Н.І. Теорія економічного розвитку Й. Шумпетера в контексті синергетичної взаємодії. *Науковий вісник Чернівецького національного університету. Економіка*. 2011. Вип. 579-580. С. 19-23.

19. Шумпетер Й.А. Теория экономического развития / пер. В.С. Автономова и т.д. М. : Директмедиа Паблшинг, 2008. 456 с.

20. Elkjaer J.R. The Entrepreneur in Economic Theory: An Example of the Development and Influence of a Concept. *History of European Ideas*. 1991. Vol. 13. Issue 6. P. 805-815.

21. Ерік С. Райнерт. Як багаті країни стали багатими... І чому бідні країни залишаються бідними / пер. з англ. Я. Сінайко; за наук. ред. В. Галасюка. Київ : Саміт-Книга, 2019. 416 с.
22. Галасюк В.В. Концептуальні засади трансформації економіки України: [монографія] / В.В. Галасюк. Київ: Національна академія управління, 2019. – 186 с.
23. В.Я.Шевчук. Актуалітети політики розвитку / Т.Т.Ковальчук, В.К.Черняк, В.Я.Шевчук – К., 2009. – 326 с.
24. Organisation for Economic Cooperation and Development, Entrepreneurship at a Glance 2012, OECD, Paris, 2012. URL: http://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/entrepreneurship-at-a-glance-2012_entrepreneur_aag-2012-en
25. John Howkins (2001; 2nd Edition, 2013), The Creative Economy, Chap 1.
26. How the creative economy can help power development / UNCTAD, 2019. URL: <https://unctad.org/news/how-creative-economy-can-help-power-development>
27. OECD SME and Entrepreneurship Outlook 2019. Paris : OECD Publishing. URL: https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/oecd-sme-and-entrepreneurship-outlook-2019_34907e9c-n
28. Entrepreneurship and Small and medium-sized enterprises (SMEs): SME definition. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/growth/smes/sme-definition_en
29. Господарський Кодекс України : Закон України від 16 січня 2003 року № 436-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>.
30. Пашук Л.В. Українська мрія. Я – підприємець! Київ : Майстер Книг, 2020. 348 с.
31. Гончаров Ю.В. Підвищення питомої ваги та ролі середнього класу в структурі населення України: передумови, проблеми, перспективи / Ю.В. Гончаров, І. В. Щербина; Київ. нац. ун-т технологій та дизайну. – К.: ТОВ «Дорадо-Друк», 2010. – 66 с. – (Препринт / Київ. нац. ун-т технологій та дизайну; 2010-4).

32. Концептуальні засади розвитку підприємництва в Україні: Монографія: [моногр.] / Л.В. Пащук. Київ: Вид-во ТОВ «ТРОПЕА», 2020 – 268 с.
33. Глобальные трансформации международной экономической системы. Монографія / Старостіна А.О., Павлинов І.А., Кочкіна Н.Ю. та інші // Тирасполь: Издательство Приднестровского университета (Молдова), 2015. – 345 с.
34. Theoretical and Scientific Approaches to The Problems of Modern Economy: monograph (Marketing in Business Associations to Support Business Communication with Stakeholders) / Polyvana L., Lutsenko O.A., Marenych T.H., Polyvana A. etc. – International Science Group. – Boston: Primedia eLaunch, 2020. – 371 p.
35. Пащук Л.В. Економічна сутність підприємств та їх функції у сучасному суспільстві. / Л. В. Пащук // Актуальні проблеми економіки. – 2019. – №5. – С.34 – 41.
36. Про фінансові послуги та державне регулювання ринків фінансових послуг: Закон України від 12.07.2001 № 2664-III. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2664-14#Text>
37. Vaklanova, O., Petrova, M., Koval, V. (2020). Institutional Transmission in Economic Development. *Ikonomicheski Izsledvania*, 29(1), 68-91.
38. Протокол. Юридичний інтернет-ресурс. URL: https://protocol.ua/ua/gospodarskiy_kodeks_ukraini_stattya_63/, ст.63
39. Elkington J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of Twenty-First Century Business*. Oxford : Capstone Pub., 1997. 402 p.
40. Triple bottom line: it consists of three Ps: profit, people and planet. *The Economist*. URL: <https://www.economist.com/news/2009/11/17/triple-bottom-line>
41. Slaper T.F., Hall T.J. *The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?* Indiana Business Review. URL: <http://www.ibrc.indiana.edu/ibr/2011/spring/article2.html>
42. Шумпетер Й. Капитализм, социализм и демократия / пер. с англ. / предисл. и общ. ред. В. С. Автономова. М.: Экономика, 1995. 540 с.
43. Ткач А.А. Інституціональні основи ринкової інфраструктури: монографія. Київ : НАН України, Об'єдн. ін-т економіки, 2005. 295 с.

44. Інституціоналізація. Юридична енциклопедія : у 6 т. / ред. кол. Ю. С. Шемшученко (відп. ред.) та ін. Київ : Українська енциклопедія ім. М. П. Бажана, 1998. Т. 2. 703 с.
45. Бельська Т. Інституційний вимір глобального громадянського суспільства. *Збірник наукових праць «Ефективність державного управління»*. 2015. Вип. 44. С. 71-81. URL: http://www.lvivacademy.com/vidavnitstvo_1/edu_44/fail/ch_1/10.pdf
46. Михненко А. М. Інститут соціальний / Енциклопедія державного управління : у 8 т. / Нац. акад. держ. упр. при Президентові України; наук.-ред. кол. : Ю. В. Ковбасюк (голова) та ін. Т. 1 : Теорія державного управління / наук.-ред. кол. : В. М. Князєв (співголова), І. В. Розпутенко (співголова) та ін., 2011. С. 263, 264.
47. Шевчук Ж. А. Проблеми розвитку інституціонального середовища в Україні / Ж. А. Шевчук, Н. В. Федорчук // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 6(3). – С. 141-144.
48. Старостіна А.О., Каніщенко О.Л., Софіщенко І.Я. та ін. Міжнародна економіка: Практикум. – К.: НВП «Інтерсервіс», 2015. – 416 с.
49. Старостіна А.О., Каніщенко О.Л., Кузьома О.Ю. та ін. Міжнародна економіка. Категоріально-понятійний апарат. Навчальний посібник. – К.: НВП «Інтерсервіс», 2016. – 230 с.
50. Ковальчук Т. Т. Макроекономічні ризики : класифікаційні ознаки, способи виміру, шляхи мінімізації / Т. Т. Ковальчук, Н. П. Ковальчук. – К. : Знання, 2012. – 301 с.
51. Шевчук В.Я. Актуальні проблеми економічної та соціальної політики в Україні // Ковальчук Т.Т., Черняк В.К., Шевчук В.Я. та ін. – К.: Парламентське видавництво, 2008. – 355 с.
52. Jevons W. S. Richard Cantillon and the Nationality of Political Economy // *Contemporary Review*. Oxford, United Kingdom: The Contemporary Review Company Limited, 1881. P. 333- 360.

53. Rothbard M.N. *Economic Thought Before Adam Smith: An Austrian Perspective on the History of Economic Thought*. Auburn : Edward Elgar Publishing Ltd., 1995. Vol. 1. 556 p.
54. Turgot (baron de l'Aulne), Anne-Robert-Jacques (2011), *The Turgot Collection: Writings, Speeches, and Letters of Anne Robert Jacques Turgot, Baron de Laune*, Ludwig von Mises Institute, p. 560, ISBN 9781933550947. Тюрго «Роздуми про створення і розподіл багатств»
55. Rothbard M.N. *Classical Economics: An Austrian Perspective on the History of Economic Thought*. Auburn : Edward Elgar Publishing Ltd., 1995. Vol. 2. 528 p.
56. Betham, Jeremy. *A Comment on the Commentaries and a Fragment on Government*, edited by J. H. Burns and H. L. A. Hart. London: The Athlone Press. 1977. p. 393. Джеремі Бантам «Захист лихварства»
57. Адам Сміт. Дослідження про природу і причини багатства народів / О. Васильєв, М. Межевікіна, А. Малівський. Київ : Наш формат, 2018. 736 с
58. Базилевич В. Д., Гражевська Н. І., Гайдай Т. В. та ін. Австрійська школа граничної корисності // Історія економічних учень: Підручник: У 2 ч. / Під редакцією В. Д. Базилевича. — К.: Знання, 2006. — Т. 1. — С. 447—470. — 582 с. К. Менгер «Основи політичної економії»
59. Фридрих фон Візер. Проблема вменення доходу // Теорія общественного хозяйства / Предисл., коммент., сост. В. С. Автономова. — М.: Экономика, 1992. — (Экон. наследие.). — ISBN 5-282-01471-8. Ф. фон Візер «Теорія суспільного господарства»
60. Hayek F.A. *Individualism and Economic Order*. Chicago : University of Chicago Press, 1969. 272 p.
61. Kirzner I.M. *Competition and Entrepreneurship*. Chicago: University of Chicago Press, 1973. 246 p.
62. Marshall, A. (1920), *Principles of Economics*, 8th ed., (original publication, 1890), Macmillan, London.

63. Porter, M. (2000), "Location, competition, and economic development: local clusters in a global economy", *Economic Development Quarterly*, Vol. 14 No. 1, pp. 15-34.
64. Єрмошенко М. М. Механізм розвитку інноваційного потенціалу кластерооб'єднаних підприємств : [монографія] / М. М. Єрмошенко, Л. М. Ганущак-Єфіменко. – К. : Нац. акад. упр., 2010. – 236 с
65. Freeman, C. (1995), "The national system of innovation in historical perspective", *Cambridge Journal of Economics*, Vol. 19 No. 1, pp. 5-24.
66. Lundvall, B.Å. (Ed.) (2010), *National Systems of Innovation: Toward a Theory of Innovation and Interactive Learning*, Vol. 2, Anthem Press, New York, NY.
67. Lundvall, B.Å. (1999), "National business systems and national systems of innovation", *International Studies of Management and Organization*, Vol. 29 No. 2, pp. 60-77.
68. Cooke, P., Uranga, M.G. and Etxebarria, G. (1997), "Regional innovation systems: institutional and organisational dimensions", *Research policy*, Vol. 26 Nos 4-5, pp. 475-491.
69. Acs, Z., Autio, E. and Szerb, L. (2014), "National systems of entrepreneurship: measurement issues and policy implications", *Research Policy*, Vol. 43 No. 3, pp. 476-494.
70. Штулер І. Ю. Стабілізація економіки України: інноваційний підхід / І. Ю. Штулер // *Економічний аналіз*. – 2016. – Том 23. № 1. – С. 106-110.
71. Штулер І. Ю. Трансформація національної економічної системи на інноваційних засадах : [монографія] / І. Ю. Штулер. – К. : Національна академія управління, 2016. – 360 с.
72. Штулер І.Ю. Модифікація моделей розвитку національної економічної системи / І.Ю. Штулер / *Актуальні проблеми економіки*. – 2015. – № 11 (173). – С. 14-21 354 364.
73. Малік М. Й., Шпикуляк О. Г. Інституціоналізація аграрного підприємництва: трансформація та ефективність. *Економіка АПК*, 2010. № 7. С. 132-139

74. Єрмошенко М. М. Організаційно-економічні аспекти інноваційного оновлення національного господарства : [монографія] / М. М. Єрмошенко, С. А. Єрохін, В. М. Шандра. – К. : Нац. акад. упр., 2008. – 215 с. 91.
75. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки: теоретико-методологічні аспекти / С.А. Єрохін. – К. : Світ знань, 2002. – 526 с
76. Штулер І. Ю. Співвідношення базових макроекономічних показників в контексті відновлення рівноваги економічної системи / І. Ю. Штулер // Науковий фаховий журнал «Вісник КНУТД» . – 2016. – №1. – С. 102-108.
77. Warwick, K (2013) Beyond Industrial Policy: emerging issues and new trends, OECD Science, Technology and Industry Policy Papers, No 2. OECD Publishing. URL: <http://dx.doi.org/10.1787/5k4869clw0xp-en>
78. Єрмошенко М. М. Організаційно-економічні аспекти інноваційного оновлення національного господарства : [монографія] / М. М. Єрмошенко, С. А. Єрохін, В. М. Шандра. – К. : Нац. акад. упр., 2008. – 215 с. 91.
79. Єрохін С.А. Структурна трансформація національної економіки: теоретико-методологічні аспекти / С.А. Єрохін. – К. : Світ знань, 2002. – 526 с
80. Штулер І. Ю. Співвідношення базових макроекономічних показників в контексті відновлення рівноваги економічної системи / І. Ю. Штулер // Науковий фаховий журнал «Вісник КНУТД» . – 2016. – №1. – С. 102-108.
81. Штулер І.Ю. Історичне та економічне підґрунтя вибору моделі «випереджаючого розвитку» / І. Ю. Штулер // Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка. – 2016. – №1. – С. 102-108. 362.
82. Гужва І.Ю. Глобальні ланцюги доданої вартості та інтеграція до них України / І.Ю. Гужва, В.П. Онищенко // Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право. – 2015. – №3 (80). – С. 10-20.
83. Rodrik, D (2008) Industry Policy for the Twenty First Century, Harvard University, Harvard Kennedy School (HKS); Centre for Economic Policy Research (CEPR) Working Paper 4767.

