

УДК 332.14:330.341.1

*Т. А. Непокупна,
к. е. н., доцент, доцент кафедри політекономії,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-4688-5954*

*Б. О. Шевченко,
к. е. н., доцент, доцент кафедри політекономії,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-3952-5205*

*О. Є. Сакало,
к. і. н., доцент, доцент кафедри політекономії, магістр економіки,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-1136-6695*

*С. В. Степаненко,
к. е. н., доцент, завідувач кафедри політекономії,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0002-1524-2577*

*В. А. Долгов,
студент II курсу, фізико-математичний факультет,
Полтавський національний педагогічний університет імені В. Г. Короленка
ORCID ID: 0000-0003-2599-1587*

DOI: 10.32702/2306-6814.2022.2.104

СТАВЛЕННЯ СУЧАСНИХ ПІДПРИЄМЦІВ ДО ІННОВАЦІЙ: РЕГІОНАЛЬНИЙ АСПЕКТ (АНАЛІЗ ЕМПІРИЧНИХ ДАНИХ ВІДПОВІДНО ДО КОНЦЕПЦІЇ CREATIVE DESTRUCTION Й. ШУМПЕТЕРА)

*Т. Непокупна,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Political Economy, Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University*

*В. Шевченко,
PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department
of Political Economy, Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University*

*О. Сакало,
PhD in History, Master of Economics, Associate Professor of the Department
of Political Economy, Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University*

*С. Степаненко,
PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Political Economy,
Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University*

*В. Долгов,
student of the Faculty of Physics and Mathematics, Poltava V. G. Korolenko National Pedagogical University*

**ATTITUDE OF CONTEMPORARY ENTREPRENEURS TO INNOVATION: REGIONAL
ASPECT (ANALYSIS OF EMPIRICAL DATA ACCORDING TO THE CONCEPT
OF CREATIVE DESTRUCTION BY J. SCHUMPETER)**

У статті завдяки використаному нами методу соціологічного опитування підприємців м. Полтави і Полтавської області за допомогою анкетування отримано числові значення щодо ставлення сучасних підприємців до інновацій, конкуренції, держави; проінтерпретовано результати проведеного опитування у контексті шумпетерівської концепції *creative destruction*, яка стала методологічною основою дослідження у цілому і проведеного нами опитування зокрема. Результати опитування підприємців засвідчили, що деякі їхні відповіді корелюють з положеннями Шумпетера, наприклад, про мотиви підприємницької діяльності; про бачення підприємцями змісту, цілей і завдань підприємницької діяльності; про місію підприємництва як жит-

тєвого кредо; про бачення підприємцями джерел забезпечення і підвищення ефективності бізнес-діяльності та підвищення конкурентоспроможності власного бізнесу. Відповіді підприємців, які стосуються питань про інновації, підштовхують до висновків про суперечливе розуміння респондентами інноваційного характеру підприємницької діяльності.

In the article, applying the method of sociological survey of entrepreneurs in Poltava and Poltava region, the authors obtained numerical values on the attitude of contemporary entrepreneurs to innovation, competition and the state. They interpreted the results of the survey in the context of Schumpeter's concept of creative destruction, which became the methodological basis of the study in general and the survey in particular, and which combines economic justification of entrepreneurial function with psychological portrait of the entrepreneur, motives for entrepreneurship, innovation and cyclical economic development.

The results of the survey of entrepreneurs showed that some of their answers correlated with Schumpeter's position, for example, on the motives of entrepreneurial activity; on the vision of entrepreneurs of the content, goals and tasks of entrepreneurial activity; about the mission of entrepreneurship as a life credo; on the entrepreneurs' vision of their livelihoods, enhancing the business efficiency and increasing the competitiveness of their own business. The entrepreneurs' answers to innovation questions allow concluding about the respondents' controversial understanding of the innovative nature of entrepreneurial activity.

The entrepreneurs also valued the impact of government steps to fight the acute respiratory disease COVID-19 caused by the SARS-CoV-2 coronavirus on their business in 2020.

More than half of the surveyed entrepreneurs believe that the greatest damage to their business is caused by actions of the state and local authorities (changes in legislation, increased tax pressure, increased control over activities, etc.), which is evidence of low confidence in government. It is obvious not only in the answers, but also in the reluctance to participate in the survey since many representatives of local businesses refused to answer the questionnaire.

The authors believe that the results of the study will be helpful at least for the development of socio-economic programs for economic development of the region and local communities.

Ключові слова: підприємництво, підприємці, інновації, creative destruction, мотивація, державна економічна політика, конкуренція, ринкова кон'юнктура.

Key words: entrepreneurship, entrepreneurs, innovation, creative destruction, motivation, state economic policy, competition, market conditions.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ У ЗАГАЛЬНОМУ ВИГЛЯДІ ТА ЇЇ ЗВ'ЯЗОК ІЗ ВАЖЛИВИМИ НАУКОВИМИ ЧИ ПРАКТИЧНИМИ ЗАВДАННЯМИ

Інновації вважаються одним з визначальних чинників впливу на конкурентоспроможність національної економіки у цілому, на економічних суб'єктів, на стан і перспективи розвитку країни у сучасному глобалізованому світі. Інновації викликають зміни кількісних і якісних характеристик як сфери виробництва, так і сфери споживання, прискорюють економічний розвиток, забезпечуючи інтенсифікацію виробництва тощо. В економічно розвинених країнах інноваційна діяльність забезпечує стійке зростання ВВП, підвищення продуктивності праці тощо. Врешті все це дозволяє таким економікам підтримувати високі соціальні стандарти для населення. З-посеред інших економічних суб'єктів, здатних продукувати інновації та реалізовувати їх, є підприємці, а однією із функцій підприємництва визнається новаторство.

Базовою теорією підприємництва вважається концепція Йозефа Алоїза Шумпетера, в якій поєднується економічне обґрунтування підприємницької функції із

психологічним портретом людини-підприємця, мотивації підприємницької діяльності, взаємозв'язку інновацій і циклічного розвитку економіки.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ І ПУБЛІКАЦІЙ

У різні часи про необхідність і важливість функціонування та розвитку підприємництва наголошували як вітчизняні, так і зарубіжні теоретики і практики: класики економічної науки А. Сміт, Дж. М. Кейнс, П. Друкер, Ф. фон Хайєк, Й. Шумпетер та численні їхні послідовники. Аналізові теорій Й. Шумпетера присвячують свої праці Ю. Бажал, В. Мартиненко, П. Леоненко, О. Павлов, З. Галушка, А. Дутчак, М. Соболева, В. Бодров, В. Гусєв та багато інших представників сучасної вітчизняної економічної науки.

Вважаємо, що науковим товариством приділяється недостатньо уваги реальному підприємцю, який щоденно зайнятий кропіткою працею, проживає у різних куточках країни та її регіонах, діяльність якого відчуває на собі вплив зовнішнього середовища, зокрема державної економічної політики. На нашу думку, існує необхідність з'ясування ставлення сучасного підприємця

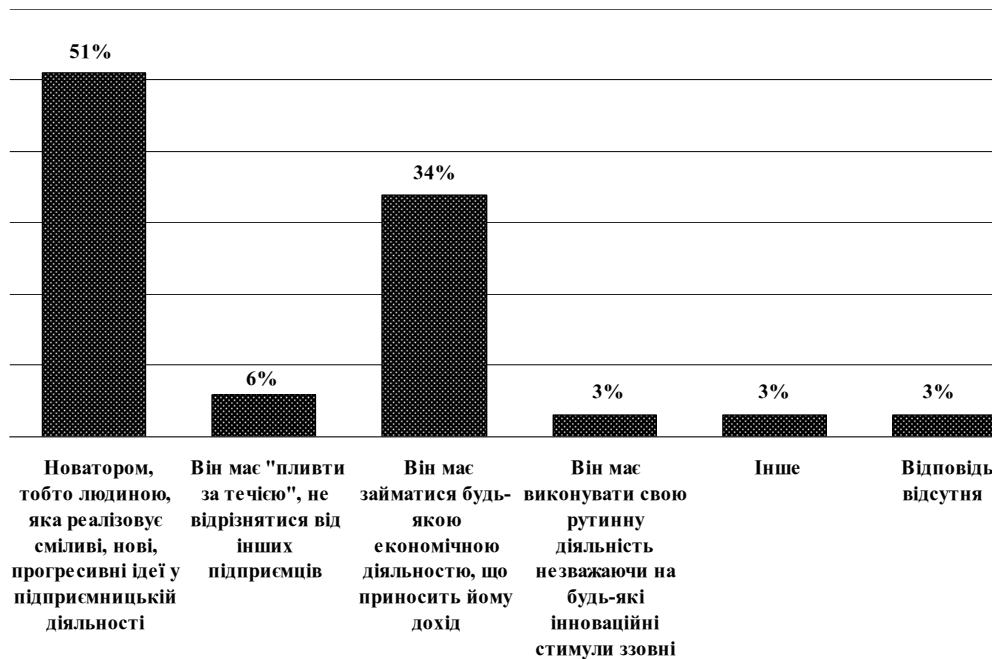


Рис. 1. Відповіді на питання "Яким повинен бути сучасний підприємець?"

до інновацій за допомогою звернення безпосередньо до підприємців, зосібно шляхом опитування представників бізнес-середовища регіону. Методологічною основою дослідження у цілому і проведеного опитування зокрема стала описана Й. Шумпетером концепція creative destruction.

Використаний нами метод соціологічного опитування підприємців м. Полтави і Полтавської області за допомогою анкетування дозволив отримати числові значення щодо ставлення сучасних підприємців до інновацій, конкуренції, держави; проінтерпретувати результати проведеного опитування у контексті шумпетерівської концепції підприємництва та оформити результати у вигляді таблиць і діаграм. Вважаємо, що це дозволить використати результати дослідження щонайменше при розробці соціально-економічних програм розвитку економіки регіону і територіальних громад.

ФОРМУЛЮВАННЯ ЦІЛЕЙ СТАТТІ

З'ясування ставлення сучасного підприємця до інновацій крізь призму базових основ концепції creative destruction Йозефа Шумпетера на основі проведеного соціопитування підприємців м. Полтави і Полтавської обл. та інтерпретаційний аналіз його результатів.

ВИКЛАД ОСНОВНОГО МАТЕРІАЛУ ДОСЛІДЖЕННЯ

Рушійною силою розвитку капіталістичної системи в теорії Шумпетера є особливий економічний суб'єкт — підприємець, який є людиною ініціативи та за виконуваними функціями відрізняється від капіталіста і працівника [1]. Підприємництво Шумпетер визначав процесом creative destruction (творчого руйнування). Відповідно до цієї концепції, підприємець є новатором, який формує сміливі, прогресивні ідеї та реалізовує їх у якомусь виді діяльності. Детальніше це питання було нами розглянуто в іншій публікації [2]. Тому основний акцент зосередимо на використаному нами емпіричному

підході у рамках поставлених завдань відносно попереднього стану об'єкту, що досліджується, та проінтерпретуємо результати опитування підприємців у контексті шумпетерівської концепції підприємництва.

Дослідження проводилось у межах Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей зі спеціалізації "Економіка бізнесу" у 2021 р., який відбувся у Поліському національному університеті (м. Житомир), та за результатами наукової роботи і публічного її захисту отримано призове III місце [3].

З метою з'ясування ставлення підприємців до інновацій нами було проведено анонімне опитування 132 підприємців у м. Полтава та Полтавської обл. (Полтавський, Миргородський, Кременчуцький, Лубенський райони). Вибірка проводилась з використанням стихійного методу: опитування підприємців проводили викладачі кафедри політекономії та студенти Полтавського національного педагогічного університету імені В.Г. Короленка відповідно до своїх місць проживання. Анкета містить 22 питання із запропонованими варіантами відповіді. В анкеті нами використано закриті запитання, при застосуванні яких наводиться набір варіантів відповідей з інструкцією щодо кількості можливих варіантів відповіді, та напівзакриті, які крім перерахованих варіантів відповідей, передбачають власну відповідь респондента. Сума відповідей зводиться до 100%.

В опитуванні взяли участь підприємці, бізнес яких зареєстрований у формі ТОВ — 21%, ФОП — 52%, приватних підприємств (ПП) — 9%, повних товариств (ПТ) — 3%, акціонерних товариств (АТ) — 6%, фермерських господарств — 12%. За розміром представлено — мікробізнес (15%), малий бізнес (43%), середній бізнес (36%), великий бізнес (6%). За видом діяльності — зі сфери матеріального виробництва (21%), посередницької діяльності (6%), сфери торгівлі (27%), сфери побутових послуг (31%), медіа послуг (3%), ІТ-технологій (3%), у іншій сфері (9%). За віком маємо такий розподіл респондентів: 30% — особи віком

18—35 років, 37% — 36—45 років, 27% — 46—65 років, 6% — особи віком від 66 і старше. За статтю — жіночої статі 39%, чоловічої — 61%. За освітою: середню освіту мають — 12%, спеціальну середню — 12%, вищу — 67%, науковий ступінь — 9% опитаних.

Одним з перших питань анкети було питання про мотиви підприємницької діяльності. Нами було запропоновано 23 мотиви, міру впливу на прийняття рішення стати підприємцем яких повинні були оцінити наші респонденти. Аналіз результатів відповідей на це питання був наведений нами у матеріалах конференції [4]. На нашу думку, частина мотивів відображає зорієнтованість на ендогенний (внутрішній) світ підприємця, частина — на екзогенний (зовнішній) світ, а саме: наповнення бюджетів, благодійність, створення робочих місць тощо.

На питання: "Яким, на Вашу думку, повинен бути сучасний підприємець", відповіді респондентів розподілились таким чином: 51% опитаних підприємців вважають, що новатором, тобто людиною, яка реалізовує сміливі, нові, прогресивні ідеї у підприємницькій діяльності; 34% таким, що має займатися будь-якою економічною діяльністю, що приносить йому дохід; 6% вважають, що він має "пливти за течією", не відрізнятися від інших підприємців; 3%, що він має виконувати свою рутинну діяльність, незважаючи на будь-які інноваційні стимули ззовні; 3% дали власну відповідь і стільки ж (3%) відмовились відповідати на це питання (рис. 1).

Ми поцікавились, яким підприємцем вважають себе опитувані, і отримали такі відповіді: таким, що веде бізнес відповідно до ринкових законів господарювання відповіло 52%; таким, що веде бізнес, незважаючи на економічні закономірності і ринкову кон'юнктуру — 31%; таким, що веде бізнес, сподіваючись на підтримку держави (місцевих органів влади) — 13%; 4% дали свою відповідь.

На питання, чи відомо підприємцям, що ринкова економіка розвивається циклічно, що відбуваються зміни кон'юнктури ринку, отримали відповіді: знають, що економіка розвивається циклічно 79% опитаних; не знають, що таке циклічність економічного розвитку та кон'юнктура ринку 18% респондентів; 3% не дали відповідь на питання; жодної відповіді не отримали на варіант "я довіряю ствердженням влади, що наша економіка стабільна" (рис. 2).

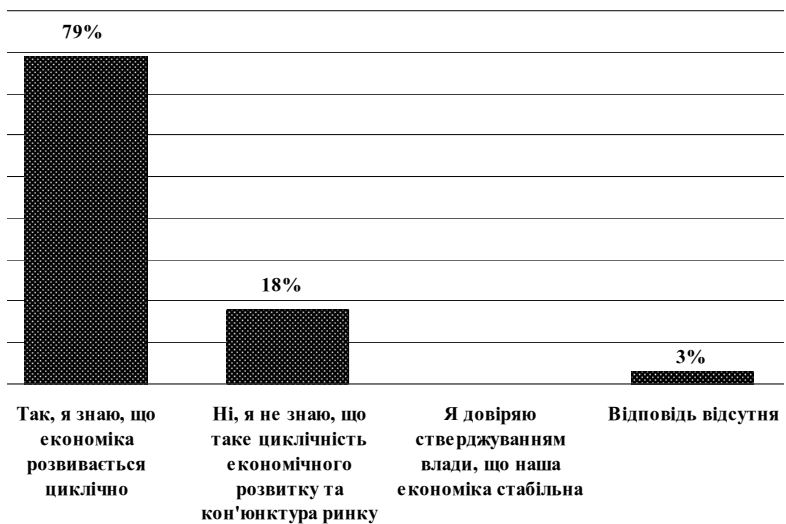


Рис. 2. Відповіді на питання "Чи відомо Вам, що економіка розвивається циклічно, що відбуваються зміни кон'юнктури ринку?"

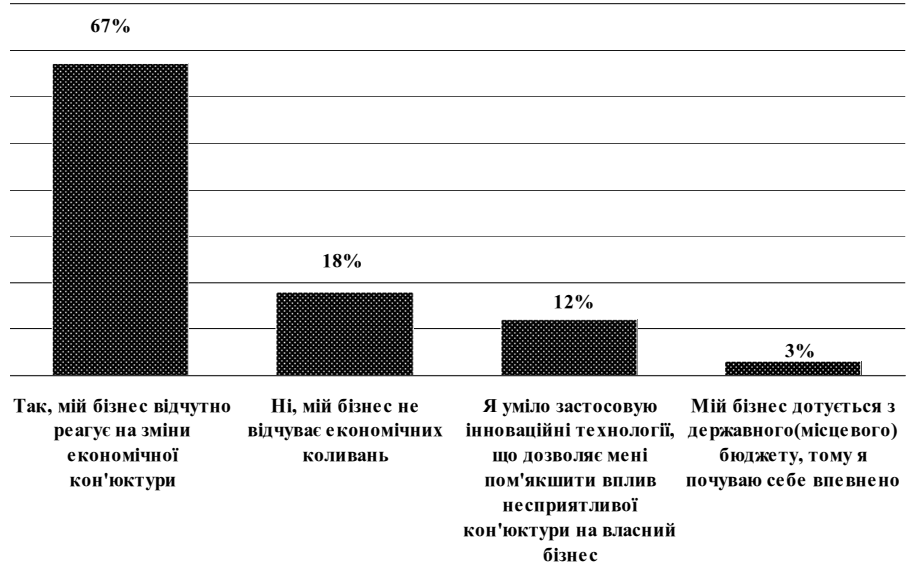


Рис. 3. Відповіді на питання "Чи відчуваєте Ви на власному бізнесі циклічність економічного розвитку?"

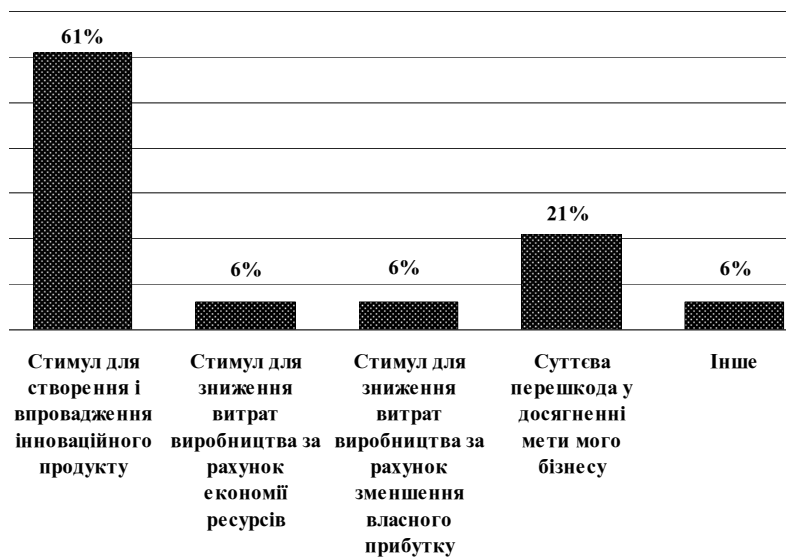


Рис. 4. Відповіді на питання "Для Вас конкуренція у бізнесі — це..."

Таблиця 1. Конкурентні переваги у веденні бізнесу

	Більшою мірою	Меншою мірою	Важко відповісти
Маю доступ до дешевої і якісної сировини	48%	40%	12%
Низька вартість витрат виробництва	52%	48%	0%
Ефективне використання ресурсів	76%	18%	6%
Надійні постачальники	70%	18%	12%
Сучасне обладнання, що ефективно впливає на продуктивність і якість моєї продукції	73%	21%	6%
Патентовані технології (власні і куплені)	21%	67%	12%
Ефективний менеджмент	82%	6%	12%
Висококваліфіковані працівники	76%	18%	6%
Маю можливість доступу до ринків	64%	27%	9%
Маю високу частку ринку	43%	27%	30%
Маю ефективні канали розподілу продукції	55%	24%	21%
Маю ефективну систему післяпродажного обслуговування	52%	33%	15%
Постійно моніторю кон'юнктуру ринку: конкурентів, попит, політику держави тощо	73%	6%	21%
Реклама	52%	30%	18%
Застосовую у виробничій діяльності результати науково-дослідної та дослідно-конструкторської роботи (НДДКР)	21%	48%	31%
Формую асортимент продукції з удосконаленими характеристиками	61%	21%	18%
Пропоную свій товар, враховуючи культурне середовище споживачів	58%	36%	6%
Маю підтримку поза бізнес-середовищем	39%	49%	12%
Низька, порівняно з конкурентами, ціна на мою продукцію	42%	52%	6%
Висока, порівняно з конкурентами, ціна на мою продукцію	30%	52%	18%

При цьому на питання "Чи відчуваєте Ви на власному бізнесі циклічність економічного розвитку", відповіді розподілились таким чином: у 67% опитаних бізнес відчутно реагує на зміни економічної кон'юнктури (таку відповідь обрало 80% чоловіків і 47% жінок); у 18%

опитаних бізнес не відчуває економічних коливань (таку відповідь обрало 30% жінок і 10% чоловіків); 3% опитаних почувають себе впевнено, оскільки їхній бізнес дотується з державного/ місцевого бюджету; а 12% підприємців відповіли, що вони уміло застосовують інноваційні технології і це дозволяє їм пом'якшити вплив несприятливої економічної кон'юнктури на їхній бізнес (рис. 3).

Конкуренція у бізнесі для опитаних підприємців є: стимулом для створення і впровадження інноваційного продукту — для 61%, суттєвою перешкодою у досягненні мети бізнесу — для 21%, стимулом для зниження витрат виробництва за рахунок економії ресурсів — для 6%, стимулом для зниження витрат виробництва за рахунок зменшення власного прибутку — для 6% і 6% опитаних дали власну відповідь (рис. 4).

У наступному питанні ми з'ясували оцінку підприємцями наявності у них видів конкурентних переваг у веденні бізнесу. Отримані результати подані у таблиці 1.

Для опитаних підприємців інновації означають "новітній або удосконалений продукт, що має ринковий попит і приносить значний прибуток" (для 45% опитаних); "новітній або удосконалений продукт, що має соціально-економічну значимість для суспільства і приносить незначний прибуток" (для 12% опитаних); "новітній або удосконалений технологічний процес, що використовується у практичній діяльності і приносить значний прибуток" (для 30% опитаних); "новітній або удосконалений технологічний процес, що приносить незначний прибуток" (для 6% опитаних); 6% респондентів не дали відповідь на це питання (рис. 5).

Далі підприємцям було запропоновано дати відповіді на питання: "Найбільшої шкоди для Вашого бізнесу завдають". Отримано такі відповіді: про вимогу часу продукувати інновації зазначили 16% опитуваних; про дії місцевих органів влади (введення заборон, по-

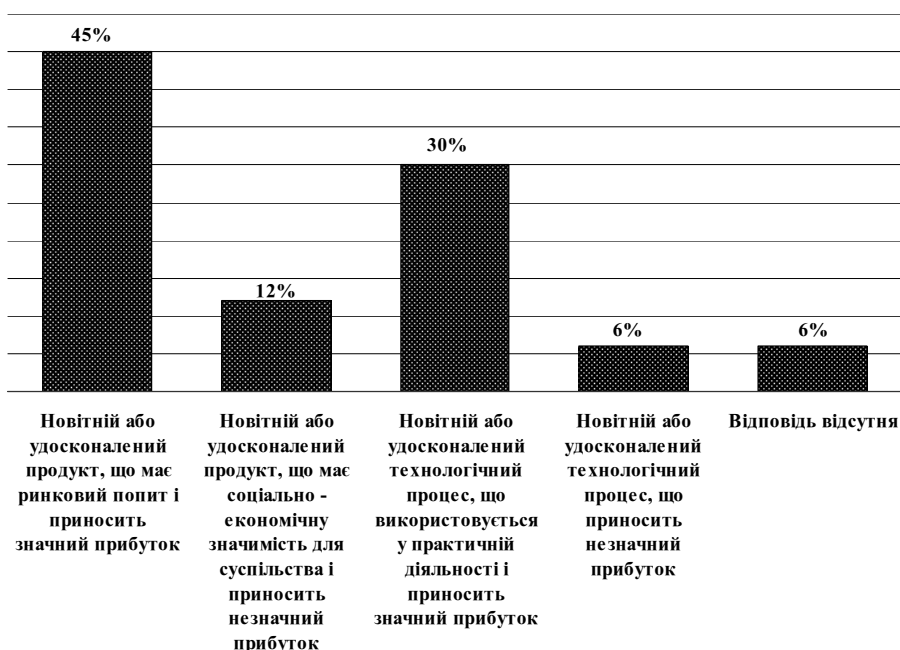


Рис. 5. Відповіді на питання "Для вас інновації — це..."

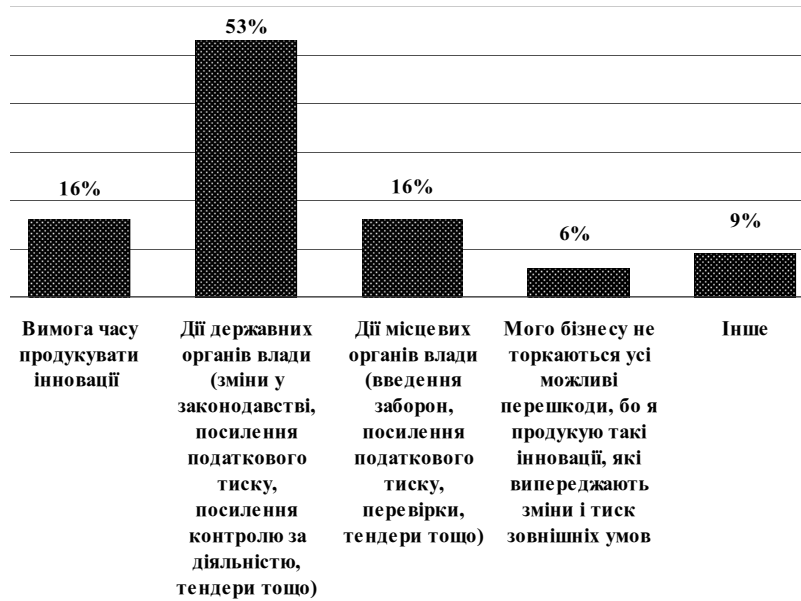


Рис. 6. Відповіді на питання "Найбільшої шкоди для Вашого бізнесу завдають..."

силення податкового тиску, перевірки, тендери тощо) — 16%; про те, що бізнесу не торкаються усі можливі перешкоди, бо підприємець продукує такі інновації, які випереджають зміни і тиск зовнішніх умов відповіло 6% респондентів; 9% дали власну відповідь, а про дії державних органів влади (зміни у законодавстві, посилення податкового тиску, посилення контролю за діяльністю, тендери тощо) зазначило 53% опитаних (рис. 6).

Ми задали питання "Чи хотіли б Ви, щоб Вашому бізнесу допомагали державні чи місцеві органи влади" і отримали такі відповіді: 37% звичайно хотіли б; 15% хотіли б, але це обмежить їхню бізнес-свободу; 6% не хотіли б, оскільки вони самостійно долають усі труднощі, використовуючи у бізнесі інновації; 15% респондентів вважають, що держава повинна підтримувати бізнес, створивши сприятливі для нього умови; а 27% опитаних хотіли б, щоб державні чи місцеві органи влади не заважали їхньому бізнесу працювати.

У наступному питанні — "Визначте своє ставлення до пропонувананих принципів ведення бізнесу" — респондентам потрібно було поставити одну позначку "+" навпроти кожного питання у стовпчику, варіант відповіді якого відповідає баченню ситуації підприємцем. Відповіді згруповано у таблиці 2.

Одне з питань анкети стосувалося саме 2020 року і оцінки підприємцями поточних явищ і процесів: "Однією з глобальних подій 2020 року стала оголошена ВООЗ пандемія гострої респіраторної хвороби COVID-19. Оцініть, будь ласка, вплив заходів державної влади, спрямованих на боротьбу з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, на Ваш бізнес". Результати подано у таблиці 3.

Цікавим виявився розподіл відповідей підприємців на питання про те, на що вистачає підприємцям отриманого ними доходу. Так, доходу від функціонування бізнесу вистачає на

задоволення найнеобхідніших потреб підприємця та потреб його сім'ї 16% респондентів; на задоволення усіх потреб підприємця та потреб його сім'ї — 6%; на задоволення найнеобхідніших потреб підприємця та потреб його сім'ї, на виплату мінімальної заробітної плати найманим працівникам — 22%; на задоволення усіх потреб підприємця і потреб його сім'ї, на виплату заробітної плати (середньої по країні і вищої) найманим працівникам — 28%; на задоволення усіх потреб підприємця і потреб його сім'ї, на виплату заробітної плати (середньої по країні і вищої) найманим працівникам, на інвестування розширення власного бізнесу — 13%; на задоволення усіх потреб підприємця та потреб його сім'ї, на виплату високої заробітної плати найманим працівникам, на інвестування розширення власного бізнесу, на благодійність — 6%; про збитковий бізнес за-

Таблиця 2. Ставлення підприємців до принципів ведення бізнесу

	Надзвичайно важливо	Не важливо	Важко відповісти
Недоторканність приватної власності	88%	9%	3%
Свобода вибору виду підприємницької діяльності	94%	6%	0%
Наявність вільної конкуренції	73%	9%	18%
Свобода встановлення цін на реалізовану продукцію	82%	12%	6%
Жорстке державне регулювання підприємницької діяльності	24%	55%	21%
Самостійний вибір постачальників та споживачів виробленої продукції	94%	3%	3%
Вільне розпорядження прибутком, що залишається у підприємця після сплати податків, зборів та інших передбачених законом платежів	100%	0%	0%
Самостійне здійснення підприємцем зовнішньоекономічної діяльності	94%	6%	0%
Особиста відповідальність за результати підприємницької діяльності	94%	6%	0%
Відповідальність держави (влади) за результати підприємницької діяльності	30%	52%	18%
Прозоре, однозначне, чітке і зрозуміле законодавство («правила гри») стосовно підприємницької діяльності	91%	3%	6%

Таблиця 3. Оцінка підприємцями впливу заходів державної влади, спрямованих на боротьбу з гострою респіраторною хворобою COVID-19, спричиненою коронавірусом SARS-CoV-2, на бізнес у 2020 р.

	Більшою мірою	Меншою мірою	Не відчув
Зменшення доходу від підприємницької діяльності	72%	24%	4%
Перехід на дистанційні форми роботи з клієнтами	58%	24%	18%
Переведення на дистанційні форми роботи працівників	51%	28%	21%
Зниження вартості витрат виробництва	27%	46%	27%
Збільшення вартості витрат виробництва	46%	39%	15%
Зниження темпів розвитку мого бізнесу	52%	36%	9%
Зростання темпів розвитку мого бізнесу	5%	63%	32%
Втрата (звільнення) найманої робочої сили	43%	36%	21%
Зниження розміру заробітної плати найманим працівникам	37%	45%	18%
Збільшення чисельності найманої робочої сили	6%	61%	33%
Збільшення розміру заробітної плати найманим працівникам	9%	61%	30%
Зіткнення з дефіцитом ресурсів, використовуваних у бізнесі	27%	61%	12%
Переорієнтація бізнесу відповідно до кон'юнктури (виробництво/реалізація продукції для захисту від гострої респіраторної хвороби COVID-19)	55%	15%	30%
Заняття благодійністю	12%	58%	30%
Поява відчуття, що мій бізнес скоро зникне	24%	48%	28%
Отримання державної фінансової допомоги	12%	58%	30%
Використання інноваційних технологій ведення бізнесу	46%	18%	36%

значило 6% опитаних, не відповіло на це питання 3% респондентів (рис. 7).

Отже, ми зробили спробу поглянути на сучасного підприємця з точки зору основних положень теорій Й. Шумпетера.

Аналіз результатів проведеного нами опитування підприємців м. Полтави та Полтавської обл. свідчить, що

Шумпетерівську тезу про притаманність підприємцю прагнення до ефективного використання наявних ресурсів підтримують 76% опитаних. Прагнення створювати новий товар або удосконалювати існуючий засвідчило 61% опитаних. 73% підприємців засвідчили розуміння явищ, пов'язаних зі змінами кон'юнктури ринку та їх циклічний характер. Також успішність власного бізнесу з огляду на його конкурентні переваги 82% опитаних вбачають у ефективному менеджменті, а 73% — у можливості створювати нові комбінації із залучених факторів виробництва, оновлюючи і осучаснюючи один з найголовніших факторів — капітал (сучасне устаткування і обладнання) (див. табл. 1). Наведені дані відповідають визначенням Шумпетером завдань підприємця — організація ефективного виробництва, вміле керування, наповнення ринку високоякісними товарами і послугами [2].

Розуміння Шумпетером підприємця як виключно новатора, який реалізовує сміливі, нові, прогресивні ідеї, підтримує половина опитаних (51%) (рис. 1), але відверто незначна частина опитаних (21%) застосовують у виробничій діяльності результати НДДКР (див. табл. 1). Такий стан справ, на нашу думку, може пояснюватися

нестачею обігових коштів, що спричинено низкою об'єктивних факторів (загальна економічна криза, нестабільність податкової системи: 53% опитаних зазначило, що найбільшою шкоди їхньому бізнесу завдають дії держави і 16% — дії місцевих органів влади /рис. 6/) та певними суб'єктивними чинниками, можливо, пов'язаними з національними ментальними рисами [5—7].

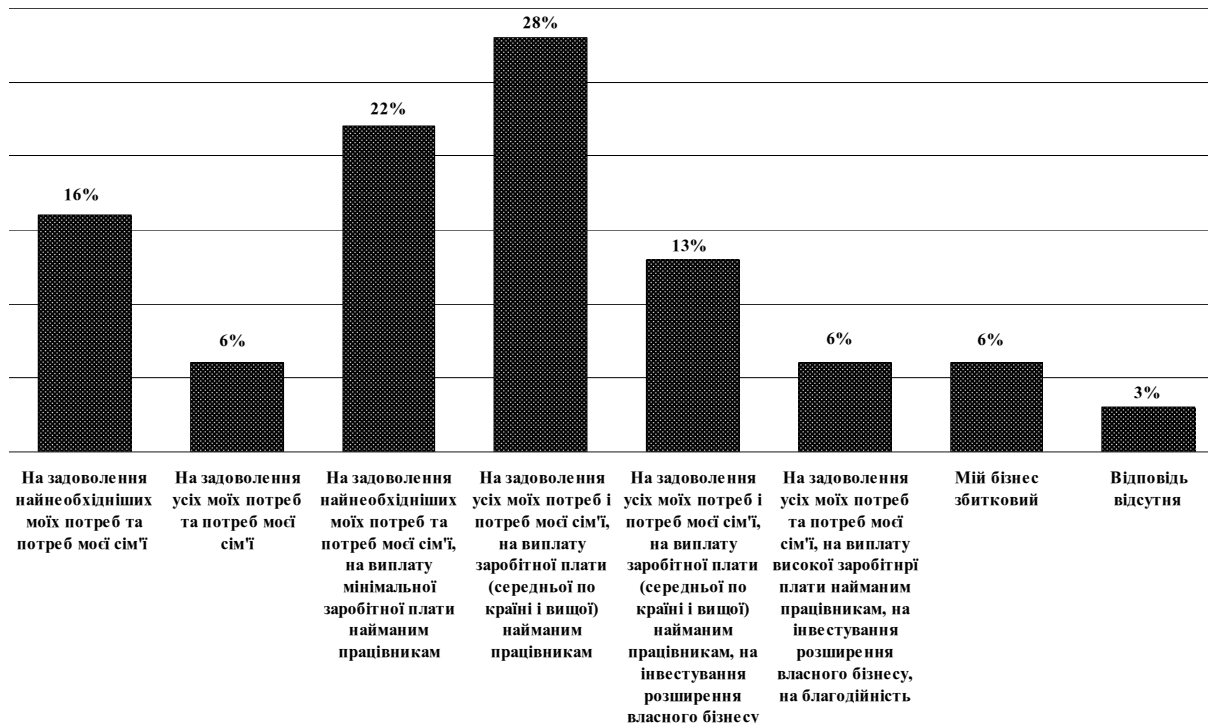


Рис. 7. Відповіді на питання "Доходу від функціонування Вашого бізнесу вистачає"

Хоча, при цьому, 51% опитаних вважають, що сучасний підприємець має бути новатором (рис. 1); конкуренція у бізнесі для 61% є стимулом для створення і впровадження інноваційного продукту (рис. 4). А лише 12% уміло використовують інноваційні технології, що дозволяє їм пом'якшити вплив несприятливої економічної кон'юнктури на власний бізнес (рис. 3); тільки 6% не хочуть допомоги від державних або місцевих органів влади, бо самостійно долають усі труднощі, використовуючи у своєму бізнесі інновації. На питання про те, що саме завдає найбільшої шкоди бізнесу, 16% дали відповідь "вимога часу продукувати інновації" (рис. 6).

Щодо сьогодення, то безумовно негативний вплив, що посилює вищезазначені чинники та гальмує можливості підприємців продукувати інновації, утримує їх від підприємницьких ризиків чинять пандемічні обмеження. Це проявляється у зниженні доходів від підприємницької діяльності у 72% опитаних, збільшенні вартості витрат виробництва майже у половини опитаних (46%), зниженні темпів розвитку бізнесу у 52% опитаних, звільненні найманої робочої сили у 43% опитаних підприємців. У подоланні таких та інших труднощів опитані підприємці шукають вихід, виключно покладаючись на власні сили, власну відповідальність (94%, табл. 2), намагаючись переорієнтувати свій бізнес відповідно до кон'юнктури (55%) (табл. 3). Меншою мірою підприємці схильні очікувати фінансової допомоги від держави (12%) (табл. 3), хоча 37% опитаних хотіли б отримувати допомогу від державних чи місцевих органів влади, водночас 27% опитаних категорично проти будь-якого державного втручання у справи бізнесу.

На нашу думку, опитування демонструє своєрідне дистанціювання бізнесу від держави. Це проявляється у такому: лише для 30% опитаних мотивом підприємницької діяльності стала можливість наповнювати державний/місцевий бюджет [4], майже третина (27%) бажає, щоб державні чи місцеві органи влади не заважали їхньому бізнесу працювати, а 69% відповіли, що найбільшої шкоди для їхнього бізнесу завдають дії державних і місцевих органів влади (рис. 6).

Отже, вважаємо, що такі факти черговий раз актуалізують проблему формування і впровадження адекватної очікуванням підприємців державної політики — "прозорого, однозначного, чіткого і зрозумілого законодавства", сприятливих "правил гри" для підприємницької діяльності. Бажання мати саме такі умови роботи озвучило 91% опитаних (див. табл. 2).

ВИСНОВКИ З ДОСЛІДЖЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ РОЗВІДОК

Проведене дослідження дозволило виконати поставлені завдання і реалізувати мету статті — з'ясування ставлення сучасного підприємця до інновацій крізь призму базових основ концепції creative destruction Йозефа Шумпетера на основі проведеного соціопитування підприємців м. Полтави і Полтавської обл. та інтерпретаційний аналіз його результатів.

Проведене нами опитування підприємців засвідчило, що деякі їхні відповіді корелюють з положеннями Шумпетера, наприклад, про мотиви підприємницької діяльності; про бачення підприємцями змісту, цілей і завдань підприємницької діяльності; про місію підприє-

мництва як життєвого кредо; про бачення підприємцями джерел забезпечення і підвищення ефективності бізнес-діяльності та підвищення конкурентоспроможності власного бізнесу.

Цікавими виявилися відповіді підприємців з приводу деяких мотивів підприємницької діяльності. Так, можливість отримати владу над іншими більшою мірою спонукала до підприємництва лише 25% опитаних, можливість наповнювати державний/місцевий бюджет — 30%, а можливість витіснення конкурентів з ринку і встановлення власної монополії — 33%. З іншого боку, доволі високі показники серед мотивів отримали такі позиції: можливість створювати робочі місця, забезпечувати роботою незайняте населення (64%), можливість бути корисним для суспільства (82%), можливість поділитися з іншими людьми результатами власної улюбленої справи (73%), можливість змінити умови, в яких живе решта суспільства (70%) [4], що, на нашу думку, є свідченням достатньо високої соціальної включеності і відповідальності підприємців регіону.

Відповіді підприємців, які стосуються питань, в яких так чи так згадуються інновації, підштовхують до висновків про суперечливе розуміння респондентами інноваційного характеру підприємницької діяльності: з одного боку, половина опитаних визнають інноваційність як безумовний імператив підприємництва, а з іншого — лише відносно незначна частина готова на практиці впроваджувати у виробництво досягнення НДДКР та демонструють схильність до підприємницького ризику. Знайшлися і такі, хто інновації, як вимогу часу, вважає найбільшою шкодою для власного бізнесу.

Більша половина опитаних підприємців (2/3) відповіли, що найбільшої шкоди їхньому бізнесу завдають дії державних і місцевих органів влади (зміни у законодавстві, посилення податкового тиску, посилення контролю за діяльністю тощо). Це свідчить про низький рівень довіри підприємців до влади, що проявляється не тільки у відповідях, а і у небажанні брати участь в опитуванні: чимало представників місцевих бізнесів відмовлялися відповідати на питання анкети.

Вважаємо, що подальші теоретичні розвідки та емпіричні дослідження мають бути зосереджені, наприклад, на впливові пандемічної covid-кризи на технологічні зміни та соціально-економічний стан і розвиток різних економічних суб'єктів.

Література:

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Монография. Перевод В.С. Автономова и т.д. М.: Изд-во "Директмедиа Паблишинг", 2008. 400 с. Воспроизводится по изданию: Шумпетер Й. А. Теория экономического развития. М.: Прогресс, 1982. URL: <https://institutiones.com/download/books/1959-teoriya-ekonomicheskogo-razvitiya-shumpeter.html> (дата звернення 02.01.2022).
2. Непокупна Т.А., Шевченко Б.О., Долгов В.А. Концепція "творчого руйнування" Й. Шумпетера як методологічна основа формування економічної політики інноваційного розвитку. Науковий журнал "Молодий вчений". № 12.1. Грудень, 2020 р., С. 35—38.
3. Про підсумки Всеукраїнського конкурсу студентських наукових робіт з галузей знань і спеціальностей

у 2020/2021 навчальному році. Наказ Міністерства освіти і науки України. URL: http://www.eurosvita.net/prog/data/attach/6976/nakaz-mon-865-vid-28_07_2021.pdf (дата звернення 12.01.2022).

4. Непокупна Т.А., Долгов В.А. Емпіричне вивчення мотивів підприємницької діяльності у контексті Шумпетерівської теорії. Концептуальні шляхи розвитку наукових знань: матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції м. Київ, 6—7 лютого 2021 року. Київ: МЦНІД, 2021. С 37—39. URL: <http://www.mcnd.ltd.ua/material/2021/лютий.pdf> (дата звернення 10.01.2022).

5. Country comparison. URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/ukraine/> (дата звернення 10.01.2022).

6. Непокупна Т.А., Дацій О.О. Вплив ментальних чинників на поведінку домогосподарств: теорія проблеми. Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку: зб. наук. ст. учасників другої всеукраїнської наук.-практ. конф. / редкол.: С.В. Степаненко (голова ред.) та ін. Полтава: ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2020. С. 225-230. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/14392> (дата звернення 12.01.2022).

7. Непокупна Т.А., Щербина Є.С. Індивідуалізм і колективізм як ментальна характеристика народів. Соціально-економічні, політичні та гуманітарні виміри національного та місцевого розвитку: зб. наук. ст. учасників другої всеукраїнської наук.-практ. конф. / редкол.: С.В. Степаненко (голова ред.) та ін. Полтава: ПНПУ імені В.Г. Короленка, 2020. С. 245—250. URL: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/14396> (дата звернення 12.01.2022).

References:

1. Schumpeter, J. (2008). Teoriya ekonomichnoho rozvytku [Theory of economic development], Direct Media Publishing House, Moscow, Russia, available at: <https://institutiones.com/download/books/1959-teoriya-ekonomicheskogo-razvitiya-shumpeter.html> (Accessed 2 January 2022).

2. Nepokupna, T. A., Shevchenko, B. O., and Dolgov, V. A. (2020), "The concept of Schumpeter's 'creative destruction' as a methodological basis for the formation of economic policy of innovation development", Scientific journal "Young Scientist", vol. 12.1, pp. 35—38.

3. Ministry of Education and Science of Ukraine (2021), Order "On the results of the All-Ukrainian competition of student research papers in the fields of knowledge and specialties in the 2020/2021 academic year", available at: http://www.eurosvita.net/prog/data/attach/6976/nakaz-mon-865-vid-28_07_2021.pdf (Accessed 12 January 2022).

4. Nepokupna, T. A. and Dolgov, V. A. (2021), "Empirical study of the motives of entrepreneurial activity in the context of Schumpeter's theory", Kontseptual'ni shliakhy rozvytku naukovykh znan': materialy III Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Conceptual ways of development of scientific knowledge: proceedings of the 3rd International scientific-practical conference], MTsNiD, Kyiv, Ukraine, 6—7 feb, pp. 37—39, available at: <http://www.mcnd.ltd.ua/material/2021/лютий.pdf> (Accessed 10 January 2022).

5. Hofstede Insights (2021), "Comparison of countries", available at: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/ukraine/> (Accessed 10 January 2022).

6. Nepokupna, T. A. and Datsiy, O. O. (2020), "Influence of mental factors on the behavior of households: problem theory", Sotsial'no-ekonomichni, politychni ta humanitarni vymiry natsional'noho ta mistsevoho rozvytku: zb. nauk. st. uchasykiv druhoi vseukrains'koi nauk.-prakt. konf. [Socio-economic, political and humanitarian dimensions of national and local development: proceedings of the the second all-Ukrainian scientific-practical conf.], PNPU, Poltava, Ukraine, pp. 225—230, available at: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/14392> (Accessed 12 January 2022).

7. Nepokupna, T. A., Shcherbina, Ye. S. "Individualism and collectivism as a mental characteristic of nations", Sotsial'no-ekonomichni, politychni ta humanitarni vymiry natsional'noho ta mistsevoho rozvytku: zb. nauk. st. uchasykiv druhoi vseukrains'koi nauk.-prakt. konf. [Socio-economic, political and humanitarian dimensions of national and local development: proceedings of the the second all-Ukrainian scientific-practical conf.], PNPU, Poltava, Ukraine, pp. 245—250, available at: <http://dspace.pnpu.edu.ua/handle/123456789/14396> (Accessed 12 January 2022).

Стаття надійшла до редакції 13.01.2022 р.

Науково-практичний журнал
«ЕКОНОМІКА ТА ДЕРЖАВА»



**ЕКОНОМІКА
&
ДЕРЖАВА**

Виходить 12 разів на рік
наукове фахове видання України
З ПИТАНЬ ЕКОНОМІКИ
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України від 28.12.2019 №1643
Спеціальності – **051, 071, 072, 073, 075, 076, 292.**

www.economy.in.ua
e-mail: economy_2008@ukr.net
тел.: (044) 223-26-28
(044) 458-10-73

Передплатний індекс: 01751