

Світлана Брехаря

ПОЛІТИЧНА СУБ'ЄКТНІСТЬ МАЛОГО І СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

У матеріалі йдеться про механізми впливу малого та середнього бізнесу на рішення влади – через акції протесту, організації об'єднань підприємців, що реалізують правову підтримку малого і середнього бізнесу, лобіюють інтереси підприємництва в органах влади.

Ключові слова: *малий і середній бізнес, протест, бізнесова діяльність.*

Brekharya S. Political subjectiveness of small and medium business in Ukraine. In the article describes the mechanisms of action of small and medium business solutions to government – through protests across the united businesses that sell legal support to SMEs, lobby business interests in government.

Key words: *small and medium business, protests, business associations.*

Дослідження впливу підприємців на українську політику не часто є об'єктом уваги для українських учених. Проте коли такі дослідження й проводяться, то традиційно в епіцентрі уваги перебувають фінансово-промислові групи та великий бізнес, натомість малий та середній практично випадає з поля зору дослідників. Наприклад, Д. Коротков [1], досліджуючи зв'язки підприємців з політичними партіями, орієнтується виключно на олігархів, не беручи до уваги те, що представники малого бізнесу теж можуть бути пов'язаними з цим політичним інститутом, але не як тіньові власники, а як активісти, члени партій та виборці. І. Рейтерович досліджує фінансово-політичні групи [2], О. Лісничук та О. Сушко – політико-економічні групи [3], О. Пасхавер, Л. Верховодова, Л. Суплін – великий приватний капітал [4], Ю. Рябой – великий бізнес як чинник побудови та розвитку політичної культури [5]. Це відображено безпосередньо в назвах їх наукових робіт. Малий та середній бізнес залишаються осторонь, оскільки діяльність цього бізнес-сегмента не є такою помітною.

Якщо участь у політичному процесі ФПГ та великого бізнесу слід досліджувати з використанням концепцій «привласнення держави», «коаліції зростання», «міських політичних режимів» тощо, то дослідження впливу на політичний процес малого та середнього бізнесу має бути зосередженим на концепції груп інтересів і теорії громадянського суспільства – саме в цьому вимірі міститься можливість ефективного впливу цієї спільноти на політичний процес.

Р. Гербут класифікує групи інтересу за критерієм мотивації та стратегії їхньої політичної діяльності [6, с.44–45]. За мотиваційними ознаками групи інтересу поділяються на пропагуючі та секторальні. Пропагуючі групи інтересу представляють нееко-

номічні інтереси, проповідуючи і захищаючи певні принципи чи цінності. Секторальні групи інтересу представляють конкретний сегмент суспільства, і їх принциповою метою є реалізація інтересів своїх членів. Серед цієї категорії є організації бізнесу, професійні спілки та інші організації, засновані на секторальному відборі, переважно економічному. Діяльність представників малого та середнього бізнесу як групи інтересу зазвичай відбувається у вигляді громадської організації (бізнес-асоціації), організації страйку або акції протесту. Групові соціальні претензії, що є базою солідарності для групи інтересів, виникають у відповідь на загрозливі дії держави і зникають у разі відмови держави від цих дій.

Характерним є той факт, що під час проведення своїх акцій підприємці намагаються дистанціюватися від політичних партій, уникаючи їх підтримки. Як партійні активісти та виборці представники цієї групи інтересів не демонструють єдиної позиції, на виборах голосують за різні політичні партії, як провладні, так і опозиційні.

Важливість дослідження малого і середнього бізнесу полягає в тому, що для великої його частини наявні на сьогодні корупційні стосунки з державою мають принципово інший характер, порівняно з великим бізнесом. Для середнього та малого бізнесу корупція переважно є непродуктивними витратами, що зменшують прибутки, не є засобом, що дає доступ до розподілу державного бюджету чи суспільної власності.

Тому невдоволення цієї соціальної групи функціонує системою державного управління є більш радикальним, і саме малий та середній бізнес має потенціал стати драйвером суспільних змін. Цей висновок підтверджується активною участю малого та середнього бізнесу в обох українських Майданах – 2004 та 2013–2014 років, а також участю представників МСБ у волонтерському русі, що виник як реакція на новітні виклики для країни (війна, масове переселення), та став осередком допомоги армії та переселенцям з Донбасу та Криму.

Ми маємо зазначити, що дії влади протягом багатьох років стримували підприємницьку енергію та не були спрямовані на розвиток малого і середнього бізнесу. На початку 2000-х, коли представництво великого капіталу в органах влади зростало,

стосовно малого і середнього бізнесу набирала обертів бюрократична машина: за даними Міжнародної фінансової корпорації (IFC), в 2003 році українські підприємства в середньому витрачали на отримання всіх дозволів більше трьох місяців, у 2004-му – 4,5 місяця [7]. На думку Флорентина Бланка, керівника проекту IFC «Розвиток підприємництва в Україні», на той момент вітчизняна економіка була економікою з жорстким режимом контролю з боку держави. У розвинених країнах процедуру перевірок проходять тільки підприємства, що входять до групи ризику – мала частина від загальної кількості суб'єктів, зайнятих у фармацевтиці, хімічній промисловості, ядерних розробках та інших потенційно небезпечних видах діяльності. В Грузії, приміром, держава регулярно перевіряє менше третини всіх фірм, у Білорусі – дві третини. У 2004 році український малий та середній бізнес зазнав 1,4 мільйонів перевірок, які коштували підприємцям 500 мільйонів гривень (включаючи штрафи і неофіційні платежі контролюючим органам).

У 2003–2004 роках відбувся злам у тенденції зростання кількості українців, задіяних у малому бізнесі. З 1991 по 2003 роки їхня кількість неухильно збільшувалася, а в 2004 році, порівняно з 2003, кількість зайнятих на малих підприємствах уперше в Україні знизилася – з 2 052,2 тис. чоловік до 1 978,8 тис. (на 73,4 тис. осіб, або на 3,6%) [8].

«Помаранчева революція» 2004 стала не тільки протестом проти існуючого політичного порядку, але і протестом економічним. До 2004 року малий і середній бізнес відчував невдоволення своїм економічним становищем. Кланова економіка призвела до критичної ситуації для малого та середнього бізнесу – вона не давала можливості для розвитку бізнесу, не патрованою владою. «Великий капітал монополізував усі прибуткові види діяльності й закрити до них доступ не лише для іноземного, а й для решти українського капіталу. Програми підтримки малого бізнесу, фактично, були згорнуті. Із системи державної підтримки було виключено і середній бізнес» [9]. Саме представники малого і середнього бізнесу, чия підприємницька енергія стримувала кланова економіка, в 2004 році надали істотну підтримку на президентських виборах Віктору Ющенку. Ця підтримка виявлялася не тільки в голосах на виборчих

дільницях, але й у фінансовій допомозі революціонерам Майдану. Колишній комендант Майдану в Києві Роман Безсмертний розповідав, що у революціонерів не вистачало грошей на харчування та забезпечення Майдану лише в перші два-три дні, а потім необхідну допомогу Майдану надав середній бізнес, забезпечуючи людей теплим одягом та їжею [10].

Разом з тим, після обрання Віктора Ющенка Президентом нова влада зосередилася на політичних питаннях, а публічний діалог між владою та бізнесом залишився формальним. У бюджеті 2006 року на реалізацію програми розвитку національного підприємництва було передбачено 1,8 мільйона гривень, аналогічна цифра фігурувала і в бюджеті на 2007 рік. У 2008 році ця цифра становила 2 мільйони гривень, а в 2009 – 400 тисяч гривень. Увага влади знову зосереджується на проблемах великого капіталу.

Дослідження бізнес-середовища в Україні, що було проведе ІFC влітку 2006 року, зафіксувало, що дозволи і перевірки залишалися на тот момент одними з головних адміністративних бар'єрів, які перешкоджали веденню бізнесу разом з оподаткуванням і державним регулюванням експортної діяльності, а також обов'язковою сертифікацією та ліцензуванням товарів та послуг. Контролюючі органи в той період перевіряли близько 95 % усіх підприємств. Найактивніші інспекційні органи – Державна податкова адміністрація України (ДПАУ), Державний департамент пожежної безпеки і Державна санітарно-епідеміологічна служба: у 2006 р. кожен з них перевіряв більше 50 % підприємств країни. За цей час підприємства сплатили своїм співробітникам за роботу з контролюючими органами близько 189 млн грн (понад \$37 млн). Система видачі дозволів у 2006 р. стала ще більш жорсткою: збільшилися охоплення і кількість дозволів, одержуваних підприємствами. Так, частка підприємств, які одержували дозволи, зросла на 10 %, а кількість дозволів, що підприємства мали одержувати, порівняно з 2004 р. зросла у середньому до 4,5. Ще один фактор, що на той момент стримував розвиток малого і середнього підприємництва – податкове законодавство. ІFC у своєму дослідженні «Вартість дотримання податкового законодавства в Україні» досліджував витрати підприємств на виконання обов'язкових податкових процедур та аналізував, яким чином ці витрати впливають на ділове середовище

і розвиток бізнесу. Отже, на думку експертів Міжнародної фінансової корпорації, за часів президентства Віктора Ющенка вартість дотримання податкового законодавства в Україні лягала важким тягарем на підприємства, особливо на суб'єктів малого бізнесу, в яких вона сягала 8% їхнього річного доходу. Ці витрати можна порівняти з додатковим податком, який шкодить їхній конкурентоспроможності і на внутрішньому, і на міжнародному ринках. Таким чином, малі підприємства опинилися в не вигідному конкурентному становищі, порівняно з великими корпораціями навіть на внутрішньому ринку країни, що не сприяло залученню інвестицій і могло бути певною перешкодою для створення нових малих і середніх підприємств.

Формат відносин влади й бізнесу в Україні істотно змінюється після приходу в 2010 року до влади Віктора Януковича. У цей період ліквідовано ряд структур, що виконували роль каналів комунікації бізнесу з владою як на рівні малого та середнього бізнесу, так і великого капіталу. По-перше, в рамках адміністративного реформування було прийнято Рішення про ліквідацію Державного комітету України з регуляторної політики та підприємництва (Указ Президента № 1085 «Про оптимізацію системи центральних органів виконавчої влади»). Згідно з Указом стає відомо, що орган буде існувати, але не як незалежна самостійна одиниця, а як департамент при Міністерстві економічного розвитку та торгівлі. Таким чином, унаслідок адміністративної реформи відомство де-юре втрачає незалежність, а представники малого та середнього бізнесу – потенційний канал впливу на законотворчу діяльність у сфері підприємництва. Нагадаємо, що згідно із Законом України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» до функцій та повноважень комітету належало прогнозування та створення умов для розвитку підприємництва, вдосконалення законодавчого регулювання і забезпечення функції контролю у сфері підприємництва. Для виконання цих завдань Держкомпідприємництва мав право призупиняти Рішення центральних та місцевих органів виконавчої влади, що створювали бар'єри для вільного розвитку підприємництва.

По-друге, постановою Кабміну № 397 від 2 червня 2010 року ліквідовано Раду інвесторів при Кабміні, створену 2007 року.

Згідно з положенням про Раду інвесторів основними функціями цієї структури були: підготовка пропозицій щодо формування державної інвестиційної політики; проведення аналізу та підготовка прогнозової економічної оцінки впливу рішень Кабінету Міністрів України на розвиток інвестиційної діяльності; виявлення перешкод у діяльності інвесторів, підготовка обґрунтованих пропозицій щодо їх подолання.

Окрім того, ряд дій влади суттєво ускладнив роботу малих підприємств. По-перше, малим підприємцям підвищили пенсійні внески, по-друге, з 1 січня 2011 року Податковий кодекс заборонив визнавати витрати з виплат на користь фізичних осіб, які працюють на єдиному податку. Ця норма викликала протест підприємців, але оновлені правила, що скасовують цю норму, набрали чинності тільки 1 січня 2012 року. Багато підприємців були видавлені цим обмеженням з ринку.

Однією з причин, що стримували розвиток малого і середнього бізнесу у той період, залишалися хабарництво та корупція з боку органів влади. Так, у 2010 за даними IFC близько 46% опитаних підприємств підтвердили, що вдавалися до неофіційних шляхів вирішення питань із державними органами [11].

Малий і середній бізнес став одним зі спонсорів і активних учасників Євромайдану практично з перших днів протесту. Так, згідно з дослідженням Фонду «Демократичні ініціативи» «Обличчя Євромайдану: соціальний портрет учасників протесту», яке проводилося у період 7–8 грудня 2013 року, 9,3% учасників Євромайдану становили підприємці, 8% – керівники підприємств [12]. Згідно із опитуванням Фонду за два місяці 3 лютого кількість підприємців серед учасників протесту зросла майже удвічі – до 17% [13]. Ресторатори, чиї заклади були розташовані в районі Хрещатика, запропонували мітингарям обігрів, чай і каву, до акції приєдналася й інформаційна агенція УНІАН, яка відкрила двері, пропонуючи мітингувальникам побути в теплі й випити гарячого чаю. Власники комерційних приміщень організували в них міні-хостели, виділивши місце для ночівлі учасникам протесту (галерея MGGM, культурний центр «Майстер-клас»). За ініціативи власниці приватної клініки Ольги Богомолець на Майдані був створений польовий центр реабілітації поранених, мережа медпунктів, операційних і шпиталів. При цьому малий і середній бізнес висловлював свій протест не

лише безпосередньою присутністю на Майдані й наданням допомоги протестувальникам (гроші, ліки, пункти обігріву), але й вдавався до активних дій поза полем Євромайдану. Так, у грудні 2013 броварський провайдер «Бровіс» за побиття мітингарів відключив Інтернет місцевому підрозділу Беркуту[14].

Малий і середній бізнес вимагав зміни діючих осіб влади, які так і не зуміли забезпечити рівні правила гри для всіх економічних гравців. Відсутність єдиних правил економічної гри призвела до того, що економіка країни була позбавлена гнучкості, не зорієнтована на формування конкурентного середовища, внаслідок чого зросла соціальна напруга та майнова диференціація. Експерти, оцінюючи політику української влади щодо МСБ, бачили в ній політичні причини. «Можновладцям не хотілося бачити малий бізнес в Україні. Коли людина має бізнес, держава майже не може впливати на нього, і така свобода дратує», – вважав глава Союзу захисту підприємців Сергій Доротич [15]. Аналогічну точку зору висловлював і голова центру економічного розвитку Олександр Пасхавер: «Некерована маса, самостійна і незалежна. З точки зору влади, набагато краще, якби вони працювали на заводах», – зазначав економіст [16].

Маємо констатувати, що малий та середній бізнес ставав однією з рушійних сил у часи найбільш значущих для країни перетворень, отже, механізми впливу на владу через акції протесту не один раз уже були опрацьовані представниками цієї соціальної спільноти. Однак, як демонструє досвід, малий та середній бізнес частіше об'єднувався в групи інтересів за тактичною ознакою, після тривалого пресингу або під впливом ситуативної погрози (яскравим прикладом чого є і Податковий Майдан – масові мітинги та протести в Україні проти ухвалення Верховною Радою України проекту нового Податкового кодексу 2010 року, і «Весняний марш протесту» українських перевізників у травні 2011 – коли вітчизняні фірми-перевізники вимагали від влади прозорості конкурсів на проведення перевезень), стратегічної ж позитивної програми дій, яка би певним чином об'єднала підприємців, була ініційована ними та стала платформою системних змін, немає.

Зважаючи на дані про кількість платників єдиного податку, малий та середній бізнес в Україні становить вагомий електоральний групу, до якої входять мільйони громадян. Тому не видається

дивною поява Партії промисловців і підприємців України. Проте ані їй, ані іншим партійним проектам (наприклад, зареєстрованій ще в 1999 році Політичній партії малого і середнього бізнесу, яка так і не стала активним суб'єктом політичних процесів, сьогодні партія не має навіть власного інтернет-ресурсу) не вдалося поки що мобілізувати представників малого та середнього підприємництва на свою підтримку, хоча підприємці готові надавати її громадським організаціям (бізнес-асоціаціям): на сьогодні малий та середній бізнес активно опановує механізми не протестів, а кооперації, об'єднання зусиль та ресурсів для впливу на державні інституції. Питанням створення об'єднань підприємців як агентів впливу на державну політику присвячені праці О. Лесной [17], Д. Ляпіна [18], В. Биковця [19].

Громадські об'єднання підприємців (бізнес-асоціації) – це консолідація зусиль представників малого та середнього бізнесу, об'єднання з метою відстоювання своїх інтересів. Кількість підприємців, які входять до складу громадських організацій, поступово збільшується протягом часу, так само як і сама кількість громадських організацій. Серед них, традиційно для українського громадянського суспільства, частина є суто формальними утвореннями, що не демонструють жодної діяльності, проте більшість є активними та дієвими організаціями, які від винятково захисних функцій поступово здійснюють перехід до наступної стадії – цивілізованого лобіювання інтересів малого і середнього бізнесу в органах влади [20, с.163].

Підприємці об'єднуються в рамках громадських організацій за різними ознаками, наприклад, професійними – існують Асоціація приватних пекарів та кондитерів України, Міжрегіональний Громадський Союз птахівників і кормовиробників, Асоціація фермерів України, Профспілка таксистів України, Федерація професійних бухгалтерів і аудиторів України, Спілка молочних підприємств України тощо. Існують об'єднання загального спрямування, до яких належать: Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, Всеукраїнська громадська організація «Союз захисту підприємництва», регіональні організації – Центр захисту підприємців (м. Чернівці), Агенція з розвитку малого та середнього підприємництва тощо. Захист прав підприємців громадськими

організаціями може відбуватися різноманітними засобами: подання заяв і клопотань, позови від імені членів до судів та арбітражних судів, оприлюднення порушень прав підприємців у засобах масової інформації, розробка неурядових доповідей та оглядів про стан забезпечення права на підприємницьку діяльність, лобіювання нормативних актів на рівні регіонів або галузей.

Представники більшості громадських об'єднань підприємців беруть активну участь у розробці та реалізації регіональних програм підтримки та розвитку малого і середнього підприємництва. Нерідко підприємці через свої бізнес-асоціації активно лобіюють власні інтереси в місцевих органах влади. Так, у Львівській області завдяки зусиллям підприємницьких асоціацій свого часу було спрощено процедуру видачі дозволів на розміщення об'єктів зовнішньої реклами у м. Львові, було вдвічі зменшено готельний збір, встановлено «податкові канікули» з сплати готельного збору на 3 роки для нових готелів тощо. В місті Дніпродзержинську Дніпропетровської області регіональні бізнес-асоціації спільно з міською владою зуміли розв'язати низку наболілих проблем, що стосувалися видачі різноманітних дозволів на право ведення підприємницької діяльності, реорганізації стихійних ринків, координації перевірок суб'єктів підприємницької діяльності контрольними органами. Подібні приклади діяльності та впливу громадських об'єднань на розвиток підприємництва маємо в Одеській, Харківській, Дніпропетровській областях, місті Києві тощо [19].

В Україні достатньо прикладів самоорганізації підприємців у структури, що реалізують правову підтримку малого і середнього бізнесу, лобіюють інтереси підприємництва в органах влади. Одне з найстаріших об'єднань – всеукраїнська громадська організація Спілка підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, що була заснована в 1990 році з метою комплексної підтримки малого підприємництва та на добровільних засадах об'єднала громадян-підприємців та підприємства різних форм власності: приватні й колективні, кооперативні, змішані й державні, господарські товариства, банки, компанії, інші формування. У жовтні 1994 р. вона перетворена на Спілку малих та середніх підприємств, а в травні 1996 р. – на Спілку підприємців малих, середніх і приватизованих підприємств України, яка функціонує і сьогодні.

Серед інших об'єднань підприємців, які функціонують в Україні, необхідно назвати Асоціацію власників малого та середнього бізнесу «Центр» у Києві, Всеукраїнське об'єднання малого та середнього бізнесу «Фортеця», Український Союз Промисловців і Підприємців – усі структури надають допомогу підприємцям, визначають основні проблеми підприємництва та фокусують свою діяльність на їх розв'язанні. У звіті про діяльність «Фортеці» в 2013 році йде мова про те, що організація брала участь в обговоренні законопроектів, що впливають на роботу малого і середнього бізнесу, внаслідок зауважень «Фортеці» низка законопроектів була відправлена на доопрацювання. Асоціація власників малого та середнього бізнесу «Центр» у лютому 2015 представила на обговорення проект «Підприємницька весна», в рамках якого озвучено низку пропозицій з приводу регулювання діяльності малого та середнього бізнесу: Асоціація пропонує ввести принципи вільної економічної зони на всій території України для малих і середніх підприємств, скасувати на два роки всі податки і збори, крім податку на доходи громадян та прибутки для юридичних осіб, ввести на рік загальний і повний мораторій на податкові та інші перевірки підприємств малого та середнього бізнесу в Україні, ввести мораторій на демонтаж об'єктів малої підприємницької діяльності та на інші способи ліквідації або обмеження підприємницької діяльності. Також «Центр» виступив з ініціативою створення Адміністрації малого бізнесу України за прикладом США на базі Закону України «Про державно-приватне партнерство» – така Адміністрація, на думку «Центру», повинна взяти на себе функції комунікатора між державою та малим бізнесом і стати гарантом захисту прав підприємців.

Український Союз Промисловців і Підприємців, який був створений у 1992 році, на сьогодні об'єднує економічних суб'єктів різних форм і видів – від великих корпорацій до представників малого та середнього бізнесу. УСПП – одне з об'єднань, що постійно співпрацює з Радою підприємців при КМУ. Слід зазначити, що Рада є основним каналом комунікації між підприємцями та урядом, її головна мета – забезпечення ефективної співпраці підприємницьких структур з КМУ та іншими органами державної виконавчої влади в проведенні державного розвитку підпри-

емництва й формування ринкової інфраструктури. До головних завдань Ради підприємців України належать: аналіз питань правового регулювання підприємницької діяльності, вирішення визначених суперечностей з метою вдосконалення існуючого правового середовища; робота з питань удосконалення системи ліцензування та сертифікації економічної діяльності; сприяння встановленню ефективних правовідносин суб'єктів підприємництва з органами державної влади та управління, створення діалогу; взаємодія з громадськими організаціями підприємців та робота зі зверненнями підприємців, узагальнення думок широких підприємницьких кіл, донесення цієї думки до Кабінету Міністрів України [3, с. 33]. Уперше Рада була створена в 1993 році за часів прем'єрства Леоніда Кучми (Постанова Кабміну від 22 березня 1993 року, №210), але в 2006 році її було ліквідовано, Постановою Кабміну від 13 грудня 2006 року №1745 «Про ліквідацію Ради» підписав Прем'єр Віктор Янукович. У 2008 році уряд на чолі з Юлією Тимошенко знову створює Раду (Постанова від 13 лютого 2008 року №54). Склад Ради затверджує Кабмін з-поміж осіб, рекомендованих всеукраїнськими громадськими організаціями, організаціями роботодавців, громадськими радами при Кабінеті Міністрів України, міністерствами, іншими центральними органами виконавчої влади. 17 травня 2010 року Кабінет Міністрів України Постановою №344 скасував вибори голови Ради підприємців при Кабінеті Міністрів України її членами, встановивши адміністративний порядок призначення голови та членів Ради підприємців. Голова Ради має право брати участь у засіданні Кабінету Міністрів України. Голова або за його дорученням член Ради може брати участь у встановленому порядку в засіданнях урядових комітетів, у нарадах, які проводяться центральними і місцевими органами виконавчої влади, з питань, що належать до компетенції Ради.

Один із останніх трендів 2015 року – підтримка малого і середнього українського бізнесу Європейським союзом. Так, в Запоріжжі та Херсоні стартовали проекти «Запоріжжя. Територія можливостей» [21] та «Херсон. Територія можливостей» [22], що підтримуються представництвом ЄС в Україні. Мета проектів – об'єднання ЗМІ та представників влади навколо роз'яснення

пунктів Угоди про асоціацію України з ЄС, перспектив та можливостей зони вільної торгівлі для малого і середнього українського бізнесу. На Міжнародній конференції в підтримку України, що проходила в Києві в квітні цього року, президент Європейської комісії Жан-Клод Юнкер заявив, що Єврокомісія планує надати 110 мільйонів євро для підтримки малого та середнього бізнесу в Україні [23].

Незважаючи на наявність державних і суспільних інститутів в Україні, метою яких є захист і розвиток малого і середнього підприємництва, взаємоузгоджена система впливу на прийняття формальних рішень відсутня.

До основних факторів, що зумовлюють такий стан, дослідники відносять: відокремленість організацій, які займаються підтримкою та розвитком підприємництва, і, як наслідок, дублювання функцій і неповне їх охоплення; відсутність взаємного обміну інформацією; нерівномірність підтримки за регіонами та за розміром у великих, малих містах і сільських районах [17]; недостатня потужність підприємницьких організацій для ведення постійного моніторингу процесу підготовки проектів нормативно-правових актів, щоденної оперативної роботи з відстоювання інтересів своїх членів у цьому процесі, що унеможливує роботу на випередження появи проблем та спричиняє запізніле реагування; недостатній рівень аналітичної спроможності частини підприємницьких організацій до здійснення аналізу проектів нормативно-правових актів та їх обґрунтування, що не дозволяє їм полемізувати з владою на рівних; відсутність комплексних уявлень про можливості використання цивілізованих форм тиску на рішення влади, про сильні та слабкі сторони існуючих механізмів впливу, а отже, невміння використовувати потрібний механізм у потрібний момент; відсутність стійкого прагнення до вироблення спільної позиції всіх чи необхідної частини підприємницьких організацій з того чи іншого питання та схильність до неформальних контактів з представниками владних структур для досягнення своїх вузьких цілей [19].

Отже, ми маємо констатувати, що в арсеналі малого та середнього бізнесу в Україні задіяні два механізми впливу на прийняття владою рішень:

- акції протесту, що виникають у відповідь на загрозові дії держави і зникають у разі відмови держави від цих дій;
- об'єднання підприємців у рамках громадських організацій, серед яких є як суто формальні утворення, так і дієві організації, що реалізують правову підтримку малого і середнього бізнесу, люблять інтереси підприємництва в органах влади.

Разом із тим, незважаючи на наявність державних і суспільних інститутів, метою яких є захист і розвиток малого і середнього підприємництва, взаємоузгоджена система впливу на прийняття владних рішень, постійного діалогу між владою та бізнесом лише формується. І в цьому процесі результат буде залежати від двох найважливіших факторів: як політичній волі чути та аналізувати потреби бізнесу, так і бажання бізнесу свої потреби артикулювати.

1. Коротков Д. С. Політичні партії України як засіб впливу олігархічної еліти на політичний процес у державі / Д. С. Коротков // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. – Х., 2009. – №839: Серія: Питання політології. – Вип. 14. – С. 111–117. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/portal/natural/VKhNU/Polit/2009_839.pdf

2. Рейтерович І. В. Політичний вимір діяльності фінансово-політичних груп у державах перехідного типу: автореф. дис. канд. політ. наук за спец. 23.00.04. / І. В. Рейтерович. – Київ, 2008. – 21с.

3. Чи є політико-економічні групи перешкодою для політичного розвитку України? – Київ: Фонд ім. Фрідріха Еберта, Регіональне представництво в Україні, Білорусі та Молдові, 2005. – 76 с.

4. Формування великого приватного капіталу в Україні / О. Й. Пасхавер, Л. Т. Верховодова, Л. З. Суплін // Центр економічного розвитку. – К.: Міленіум, 2004. – 90 с.

5. Рябой Ю. О. Великий бізнес як фактор побудови та розвитку політичної культури / Ю. О. Рябой // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили]. Сер. : Політологія. – 2010. – Т. 131, Вип. 118. – С. 83–87.

6. Dahl R.A. Democracy and its Critics / R.A. Dahl. – New Haven, London: the UP of Chicago, 1989. – VIII –397 p.

7. Бизнес-среда в Украине 2007. Проект развития предпринимательства в Украине // Официальный сайт Международной финансовой корпорации [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/9dc106804b5f7aa39e3ebf6eac26e1c2/IFC_Ukraine_BE_Survey_2007_Rus.pdf?MID=AJPERES&CACHEID=9dc106804b5f7aa39e3ebf6eac26e1c2

8. Руденко А. Кризис поможет малому бизнесу / Алексей Руденко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://intercredit.com.ua/5/article562>
9. Пасхавер О. Великий український капітал: взаємовідносини з владою і суспільством / Пасхавер О., Верховодова Л., Агєєва К. – К.: Дух і літера. – 2007. – С.39
10. Безсмертний Р. Те, хто призивав бросить гранату в толпу, сейчас во власти / Роман Безсмертний // Днепровская правда. – 2011. – 22 ноября.
11. Інвестиційний клімат в Україні: яким його бачить бізнес // Офіційний сайт Міжнародної фінансової корпорації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www1.ifc.org/wps/wcm/connect/fad199804b74511b924bb36eac26e1c2/IC_report_2011_ukr.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=fad199804b74511b924bb36eac26e1c2
12. Обличчя Євромайдану (соціальний портрет учасників протестів) в інфографіці // Фонд демократичні ініціативи імені Лька Кучеріва. – 2013. – 12 грудня [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dif.org.ua/ua/mass_media/oblectiv-v-infografici.htm
13. Від Майдану Табору до Майдану Січі // Фонд демократичні ініціативи імені Лька Кучеріва. – 2014. – 6 лютого [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dif.org.ua/ua/polls/2014_polls/vid-maidanu-taboru-do-maidan.htm
14. Броварського провайдера заставляли включити інтернет Беркуту // Лига Бизнес. – 2013. – 17 декабря [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://biz.liga.net/all/it/novosti/2682780-brovarskogo-provaydera-zastavlyali-vklyuchit-internet-berkutu-.htm>
15. Малый бизнес страдает от упрощенных налогов [Електронний ресурс]. – Режим доступу: // <http://minfin.com.ua>. – 2012. – 27 марта <http://minfin.com.ua/2012/03/27/565912/>
16. Пасхавер: Януковича раздражает малый бизнес / Пасхавер // Деньги.ua. – 2011. – 15 февраля [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://dengi.ua/news/76498_Pashaver_Yanukovicha_razdrazhaet_malyj_biznes_.html
17. Лесная О. С. Об'єднання підприємців – ефективні інститути впливу на підприємницьке середовище / О. С. Лесная // Держава та регіони, Серія: Економіка та підприємництво. – 2010. – № 4. – С. 117–120.
18. Ляпін Д. В. Бізнес-асоціації України та їх вплив на державну політику / Д. В. Ляпін, К. М. Ляпіна. – К.: Ін-т конкурентного суспільства, 2005. – 128 с.
19. Биковець В. Громадські колегії, координаційні ради з питань розвитку підприємництва як інструмент прийняття рішень / В. Биковець // Український незалежний центр політичних досліджень. – 2007. – 5 грудня.
20. Коваль Я. Б. Алгоритм роботи громадських організацій в сфері розвитку підприємництва в Україні / Я. Б. Коваль // Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України. – 2011. – № 2. – С. 162–170.

21. Стартовал проект «Запорожье. Территория возможностей» // 0612.ua. – 2015. – 24 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.061.ua/article/808453>

22. Херсон. Евроинтеграция. Мифы и реальность. – 2015. – 30 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ksza.ks.ua/news/politics/56294-herson-evrointegraciya-mify-i-realnost.html>

23. Еврокомиссия выделит 110 млн евро для поддержки малого и среднего бизнеса в Украине. – 2015. – 28 апреля [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.rbc.ua/rus/news/evrokomissiya-vydelit-mln-evro-podderzhki-1430209648.html>