

ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Історичний факультет

Кафедра соціології

Пояснювальна записка

до бакалаврської (кваліфікаційної) роботи

на тему:

«Особливості функціонування малого бізнесу в умовах COVID-19»

Виконала: студент 4 курсу, групи ІСС-41с

напряму підготовки (спеціальності) 054 «Соціологія»

Винярська М. В.

Керівник Лапан Т. Д.

Рецензент Химович О.С.

Львів - 2022 року

**ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені ІВАНА
ФРАНКА**

Факультет _____ Історичний _____
Кафедра _____ Соціології _____
Освітньо-кваліфікаційний рівень Бакалавр _____
Напрямок підготовки 054 Соціологія _____
(шифр і назва)
Спеціальність Бізнес-соціологія _____
(шифр і назва)

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

Завідувач кафедри _____

проф. Пачковський Ю.Ф. _____
“ _____ ” _____ 2022_року

З А В Д А Н Н Я

НА БАКАЛАВСЬКУ (кваліфікаційну) РОБОТУ СТУДЕНТУ

Винярській Мар'яні Володимирівні

1. Тема роботи «Особливості функціонування малого бізнесу в умовах COVID-19»

керівник роботи доцент Лапан Тетяна Дмитрівна _____,

затверджені Вченою радою факультету від “21” березня_2022_року №6

2. Строк подання студентом роботи - 10.06.2022 р.

3. Вихідні дані до роботи :

1. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в

Україні: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-VI / Верховна Рада

України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>

2. Малий бізнес в ринковій економіці, його роль і перспективи // Ukrbukva. URL: <https://ukrbukva.net/page,2,30678-Malyiy-biznes-v-rynochnoiy-ekonomike-ego-rol-i-perspektivy.html>

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

1.ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ВИВЧЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ.

- 1.1 Поняття «малий бізнес» у соціогуманітарних дисциплінах;
- 1.2 Визначення та основні характеристики «малого бізнесу» в соціології;
- 1.3 Вивчення малого бізнесу з позиції теорії структурного функціоналізму.

2.ЕМПІРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ВПЛИВУ КОРОНАВІРУСУ НА РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.

2.1 Аналіз соціологічних досліджень щодо функціонування малого бізнесу в часи пандемії Covid-19;

- 2.2 Програма авторського соціологічного дослідження;
- 2.3 Аналіз результатів авторського дослідження.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
к-сть рисунків- 6, к-сть таблиць- 0 , к-сть додатків-0 ,

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
1	к.і.н.,доц. Лапан Т.Д		
2	к.і.н.,доц. Лапан Т.Д		

7. Дата видачі завдання 29.10.2021

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної (магістерської) роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Написання вступу до роботи	вересень 2021	
2	Написання теоретико-методологічного розділу	жовтень-грудень 2021	
3	Розробка програми та інструментарію дослідження	січень 2022	
4	Аналіз емпіричних даних отриманих в ході дослідження	лютий 2022	
5	Написання емпіричного розділу	березень-травень 2022	
6	Підсумки, робота над висновками	травень 2022	
7	Подання роботи	10 червня 2022	

Студент _____ Винярска М.В

(підпис)(прізвище та ініціали)

Керівник роботи _____ Лапан Т.Д

(підпис)(прізвище та ініціали)

Зміст

Вступ.....	3
1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ВИВЧЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ.....	7
1.1 Поняття «малий бізнес» у соціогуманітарних дисциплінах	7
1.2 Визначення та основні характеристики «малого бізнесу» в соціології	10
1.3 Вивчення малого бізнесу з позиції теорії структурного функціоналізму	16
Висновки до розділу 1	19
2. ЕМПІРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ВПЛИВУ КОРОНАВІРУСУ НА РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	21
2.1 Аналіз соціологічних досліджень щодо функціонування малого бізнесу в часи пандемії Covid-19	21
2.2 Програма авторського соціологічного дослідження	26
2.3 Аналіз результатів авторського дослідження	33
Висновки до розділу 2	38
Висновки.....	40
Список використаних джерел та наукової літератури	42

Вступ

Практична актуальність теми.

Як показує досвід провідних країн світу, малий бізнес відіграє дуже важливу роль в економіці. Його розвиток впливає на економічне зростання, на прискорення науково-технічного прогресу, на насичення ринку товарами необхідної якості, на створення нових додаткових робочих місць, тобто вирішує багато актуальних економічних та соціальних питань.

Пандемія COVID-19 вплинула на багато сфер нашого життя, ведення малого бізнесу не стало виключенням. Через карантинні обмеження вагома частина малих підприємств не витримали натиску та були змушені припинити свою діяльність. Багато малих підприємств перейшли на онлайн платформи та ще частина з них змінили сферу свого бізнесу на більш запотребований в цей непростий час.

У всіх економічно розвинених країнах держава надає велику підтримку малому підприємництву. Велика частина дієздатного населення провідних країн світу зайнята саме у малому бізнесі. Для економіки, в цілому, діяльність малих компаній виявляється важливим чинником підвищення її гнучкості. За рівнем розвитку малого бізнесу фахівці стверджують про здатність країни адаптуватися до мінливого економічного середовища. Поняття *"малий бізнес"* та *"мале підприємництво"* сьогодні в нашій країні часто ототожнюють, тому я розглядаю їх як взаємозамінні поняття.

Підприємництво може і повинне виступити як один із факторів інтенсивного економічного зростання. В умовах пандемії науковий аналіз економічних проблем малого підприємництва набуває особливої значущості в перспективі стійкого економічного розвитку. Зараз, як в інших країнах, так і в Україні, зокрема, постало питання розвитку економіки в часи пандемії Covid-19. Вагомий вплив цього зовнішнього чинника на функціонування не тільки економіки, але і інших сфер життя створило нові випробування для нашого

суспільства. Проблема створення та функціонування малого підприємництва є дуже актуальною у сучасному українському суспільстві.

Внаслідок пандемії коронавірусу та введених карантинних заходів падіння українського ВВП за даними Міністерства розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства у пер. пол. 2020 р. склало 6,5%¹. За прогнозом Національного банку України (НБУ) падіння ВВП у 2020 р. може скласти мінімум 6%². У той же час за оцінкою Міжнародного Валютного Фонду (МВФ), українська економіка зменшиться за підсумками 2020 р. на 8,2%³.

За прогнозами Організації економічного співробітництва та розвитку, до кінця 2021 р. сумарний збиток для світової економіки від пандемії коронавірусу досягне близько 7 трлн. доларів – і це можна порівняти з сумарним річним бюджетом двох країн – світових лідерів: США (4,1 трлн.) і Китаю (3,2 трлн.) Більш значне падіння ВВП було зафіксовано в період другого кварталу 2020 р. – Внутрішній валовий продукт (ВВП) США впав на 32,9%, Євросоюзу – на 14,4%, у Великобританії – на 21,7%⁴.

У лютому 2021 р. було проведено щоквартальне опитування підприємців України, в результатах якого стало відомо, що найбільший вплив епідемія має на малий бізнес. Представники малого бізнесу стверджують, що їх фінансове становище погіршилось через всі складнощі, які з'явилися з початком пандемії коронавірусу та карантинними обмеженнями. Виконавчий директор Інституту економічних досліджень і політичних консультацій, Оксана Кузякова, повідомила що: "Близько 45% опитаних підприємств заявили, що їх фінансове становище погіршилося, близько 50% повідомили,

¹ Українська економіка впала за півроку на 6,5%. У другому кварталі - на 11% - <https://www.epravda.com.ua/news/2020/08/6/663774/>

² НБУ може погіршити прогноз падіння ВВП на 2020 рік мінімум до 6% - банкіри - <https://www.epravda.com.ua/news/2020/07/21/663191/>

³ МВФ погіршив прогноз падіння ВВП України в 2020 році - <https://ua-news.liga.net/economics/news/mvfpogirshiv-prognoz-padinnya-vvp-ukraini-v-2020-rotsi>

⁴ РИА Новости. Минус семь триллионов: коронавирус опустошил мировую экономику. URL: <https://ria.ru/20200921/tsena-pandemii-1577459576.html>.

що COVID-19 ніяк не впливає на їх бізнес, в той час як інші заявили, що пандемія позитивно впливає на їхній бізнес»⁵.

Теоретична актуальність теми

Вагомий внесок у дослідження малого підприємництва, *діяльності малих та середніх підприємств* зробили такі *українські економісти*: З. Варналій [11], Л. Воротін [11], К. Ляпіна [14], В. Ляшенко [13], С. Реверчук [16], В. Дорофійенка [16]. Вагомий внесок у вивченню підприємництва зробили також соціологи: М. Вебер[12], В. Зомбарт [15], Т. Веблен, Й. Шумпетер[31] та ін. Вивченню проблематики *розвитку малого бізнесу* присвячені праці *українських економістів*: О. Іваницької [9], Ю. Ковбасюки [9], Л. Лігоненко [15], С. Поважного [17], І. Розпутенка [17], В. Юрчишина [21], Н. Ситника [19], С. Козака [19] та сучасних *українських соціологів* Ю. Пачковського [22], Є. Сірого [24, 25, 26], О. Кацьори [22], В. Тарасенка [14].

Мета дипломної роботи:

Особливості розвитку малого бізнесу під час пандемії Covid-19 в Україні.

Завдання:

- проаналізувати сутність поняття малого бізнесу у міждисциплінарному дискурсі;
- з'ясувати специфіку соціології у дослідженні малого бізнесу;
- виокремити труднощі у функціонуванні малого бізнесу в Україні;
- прораналізувати особливості розвитку малого бізнесу в часи пандемії коронавірусу.

Предмет: процеси змін у малому бізнесі в умовах пандемії.

Об'єкт (за критерієм носія проблеми): власники малого бізнесу;

⁵ <https://www.google.com/amp/s/www.ukrinform.ua/amp/rubric-economy/3209909-ponad-45-ukrainskih-pidприємstv-zaznali-finansovih-problem-cerez-pandemiu-ekspertka.html>

Об'єкт (за критерієм загальної проблеми): малий бізнес в сучасній Україні періоду пандемії.

Практичне значення. Представлені у бакалаврській роботі узагальнення та результати емпіричних досліджень соціологів, економістів та працівникам державної політики у сфері підтримки та розвитку малого підприємництва задля допомоги малому бізнесу у часи пандемії Covid-19.

Структура роботи. Бакалаврська робота складається зі вступу, двох розділів (теоретичного і емпіричного), висновків, списку використаних джерел і наукової літератури, додатків.

1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНЕ ВИВЧЕННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ ЯК СОЦІАЛЬНОГО ФЕНОМЕНУ.

1.1 Поняття «малий бізнес» у соціогуманітарних дисциплінах

Феномен підприємництва займає важливу роль у економічному розвитку держави, його вивчали та продовжують вивчати науковці різних соціально-гуманітарних наук. Малий бізнес/мале підприємництво здійснюється суб'єктами ринкової економіки відповідно до порядку, встановленого законами; спрямований на систематичне отримання прибутку від користування майном, продажу товарів, виконання робіт або надання послуг.

Розглянемо аналіз підприємницької діяльності більш детально у *праві*. Відповідно до розділу V Закону України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні» **мале підприємництво** – це:

- фізичні особи, зареєстровані в установленому законом порядку як фізичні особи - підприємці, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України;

- юридичні особи - суб'єкти господарювання будь-якої організаційно-правової форми та форми власності, у яких середня кількість працівників за звітний період (календарний рік) не перевищує 50 осіб та річний дохід від будь-якої діяльності не перевищує суму, еквівалентну 10 мільйонам євро, визначену за середньорічним курсом Національного банку України [3].

Відповідно до статті 42 Господарського кодексу України передбачено, що **підприємництво** – це *самостійна, активна, систематична та ризикована економічна діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою отримання економічних та соціальних результатів та отримання від них прибутку* [1].

Визначення підприємницької діяльності та її відокремлення від інших видів діяльності, спрямованих на заробіток або заробіток, має теоретичне та практичне значення. Стаття 164 Кодексу України про адміністративні правопорушення передбачає обов'язки, особливо тих, хто займається підприємницькою діяльністю без державної реєстрації. Якщо неможливо довести, що здійснювана діяльність є підприємницькою, неможливо притягнути особу до відповідальності відповідно до вищезазначених пунктів [2].

Сучасні економісти практично ототожнюють поняття: "*малий бізнес*" та "*мале підприємництво*" [37]. *Малий бізнес* – це бізнес, який здійснюється в малих формах, що спирається на підприємницьку діяльність, сукупність дрібних і середніх приватних підприємців [4]. *Мале підприємництво* – з одного боку, специфічний сектор економіки, що створює матеріальні блага при мінімальному залученні матеріальних, енергетичних, природних ресурсів та максимальному використанні людського капіталу, а з іншого – сфера самореалізації і самозабезпечення громадян [34]. Малий бізнес і мале підприємництво я розглядаю як тотожні поняття у своїй курсовій роботі.

Тема феномену підприємництва була і залишається актуальною в суспільстві. Підприємництво та особа підприємця – це теми, які знаходяться в центрі різноманітних досліджень та теорій, які широко розглядаються вченими з економічних та соціальних дисциплін. Багато вчених досліджували підприємництво, підтверджували чи заперечували вже наявні теорії, доповнювали їх. А. Сміт, Р. Кантільйон і Ж. Б. Сей – економісти, які дали поштовх для розгляду цього соціального і економічного феномена. За ними вже було багато послідовників. Так, відомий економіст Р. Кантільйон в XVII ст. вперше ввів поняття *підприємництва і підприємця*. У роботі відомого економіста "Нарис про природу торгівлі загалом" (1730 р.), він описує підприємця як кваліфікованого у боротьбі з невизначеністю посередника, а отже, зовсім іншу особу від тих, хто до того часу домінував в економічній діяльності того часу, а саме землевласників та робітників. Підприємець – це

той, хто "купує ресурси за певними цінами (витратами), щоб їх перетворити та перепродає за невизначеними цінами (доходами)" [23].

А. Сміт в своїй роботі «Дослідження про природу і причини багатства народів» (1776 рік) охарактеризував підприємця як власника, що йде на економічний ризик заради реалізації якоїсь комерційної ідеї та отримання прибутку. Він сам планує і організовує виробництво, при цьому підприємницький дохід є винагородою за його працю і ризик. На думку вченого, підприємець здебільшого є капіталістом, власником капіталу, які вкладають цей капітал у власну справу. А. Сміт був прихильником розвитку конкуренції між підприємцями і противником великих монополій, вважаючи, що «споживання – єдиний кінець і єдина мета будь-якого виробництва» [6].

Погляд на підприємця як на новатора, феномен суспільного розвитку, був вперше запропонований в ХХ ст. Й. Шумпетером, австрійським і американським економістом, політологом та соціологом, став своєрідним фундаментом теорії підприємництва. Він представляв підприємницьку діяльність як процес здійснення новаторських комбінацій. Так само і комбінацій з різних факторів, якими володіє підприємець. Саме цю функцію – новаторську – Й. Шумпетер вважав основоположною ланкою в механізмі економічного розвитку [31]. Також Шумпетер приділяє особливу значимість мотивації підприємця. Він виділяє *три групи мотивів* [22]:

- 1) бажання мати повну владу на своєму підприємстві;
- 2) прагнення реалізувати себе і затвердити свою спроможність;
- 3) можливість самостійно займатися діловою активністю, досягати певних результатів власними силами.

Також важливу роль у вивченні підприємництва займає не лише соціологія і економіка, а також *психологія*. Г. Тард перший в одній із своїх робіт пояснив вплив соціально-психологічних факторів на економічну поведінку. Психологи розглядають феномен підприємницької діяльності з трьох підходів: *поведінкового, когнітивного і особистісного*. В основі *поведінкового підходу* твердження, що підприємництво – поведінковий

феномен, послідовність вчинків, що змінюються з часом. *Особистісний підхід* вивчає особистісні характеристики підприємця, що дають змогу пояснити саму підприємницьку діяльність. Ці унікальні риси підприємця дають змогу досягнути успіху. *Когнітивний* підхід розглядає підприємців як тих, хто використовує ті властивості, що називаються мисленням: вони оцінюють ризики, створюють нові продукти, пізнають можливості, аналізують перспективу, тощо [8].

Серед основних завдань створення малих підприємств, або підприємств малого бізнесу, є:

- активізація структурної перебудови економіки;
- насичення споживчого ринку товарами;
- подолання галузевого і регіонального монополізму;
- розширення конкуренції;
- створення матеріальної основи для працевлаштування працівників, що вивільняються з діючих підприємств;
- зміцнення економічної бази місцевих органів влади [11].

Сфера малого бізнесу є невід'ємною складовою соціально-економічного життя країни, оскільки відіграє важливу роль у збільшенні чисельності робочих місць і вирішенні проблем зайнятості населення, а це, безперечно, важлива соціальна проблема.

1.2 Визначення та основні характеристики «малого бізнесу» в соціології

Проблеми, пов'язані з підприємництвом, є предметом інтенсивного вивчення не тільки в *економіці, праві, психології*, але і в *соціології*. Основи *соціально-економічного* вивчення підприємництва закладені такими вченими соціологами, як: М. Вебер та його праця «Протестантська етика і дух капіталізму» [12], В. Зомбарт і його ідеї, описані в праці «Буржуа» [15], і також вищезгаданий Й. Шумпетер [31]. Послідовниками цих вчених в міждисциплінарному вивченні підприємництва є Ф. А. фон Хайек, Д. Макклеланд [10] та інші. Якщо економічна наука описує лише зміст

діяльності з економічної точки зору, то *соціологія* розглядає весь спектр і комплекс соціальних сторін підприємництва. Тобто, *цінності і мотиви діяльності підприємців, особливості розвитку і функціонування підприємницької діяльності у певній країні, взаємодія інституту підприємництва з іншими соціальними інститутами*, тощо. *Соціологія* вивчає феномен підприємницької діяльності *багатосторонньо і системно*. Всі праці класиків соціології та сучасних вчених дають змогу якнайширше розкрити всі особливості підприємницької діяльності, його вплив на суспільство та рівень економічного розвитку держави. Підприємництво розглядають як важливий елемент функціонування суспільства та розвитку економіки, як рушійну силу у розвитку суспільства через його новаторську функцію; розглядають підприємництво і через суб'єктів господарювання, їх психологічні риси і якості, які допомагають розвиватись малому, середньому і великому бізнесу.

Значний внесок у подальший розвиток поняття «підприємництво» і «підприємець» здійснив відомий німецький соціолог М. Вебер. Він показав як культурні і релігійні чинники стимулювали виникненню «*підприємницького духу*». Соціолог розрізняє два види підприємництва по способам отримання прибутку:

- *мирний спосіб* за допомогою обміну та отримання прибутку (ідеалом даного типу є капіталістичне підприємство, засноване на раціональному розрахунку, рентабельності);

- *насильницький спосіб* як можливість отримання прибутку, пов'язаний з експлуатації державних підданих, військовими діями, тощо [12].

Сучасному суспільству, на думку М.Вебера, притаманний перший тип підприємництва і відповідна йому організація. Її основними рисами є: *орієнтація на товарний ринок, відділення від домашнього господарства, раціональна бухгалтерська звітність, юридично оформлений розділ капіталу підприємства та особистого майна підприємця, форма підприємства як найкраща організація трудового процесу* [12].

Німецький соціолог В. Зомбарт розвинув *історико-соціологічний* напрям у розгляді підприємницької діяльності. Зомбарта цікавив буржуа-підприємець з його культурними, духовними і соціальними початками. Особистість буржуа містить в собі, за його словами, підприємницький і міщанський дух, який характерний своєю жадобою до грошей і пристрастю до пригод і також містить в собі три важливі якості підприємця: *підприємець як торговець, завойовник і організатор*. Міщанський дух є другою складовою капіталістичного духу. Міщанський дух містить в собі всі ті погляди та принципи, які складають хорошого громадянина. Також особливим у вивченні підприємця Зомбартом є те, що за словами вченого всі системи цінностей і склад особистості, міщанський і підприємницький дух певної особи, є *продуктом історичного розвитку* [18].

Також значний інтерес у вивченні соціального феномена підприємництва представляють ідеї К. Маркса і П. Сорокіна, які основною ознакою підприємця вважають *володіння власністю*. Марксизм зосередився на розробці соціально-економічних і політичних проблем підприємництва, причому в працях Маркса простежується в цілому *негативне ставлення* до підприємця як суб'єкта експлуатації найманих робітників [20].

П. Сорокін пропонує соціологічний аналіз підприємництва і визначає його місце в системі суспільних відносин з точки зору *теорії стратифікації*. Підприємець – це економічно незалежний господар, його діяльність полягає в організації своєї справи і контролі за своїми службовцями. П. Сорокін чітко виділяє шар директорів, менеджерів, членів ради директорів корпорації і так далі, які, на його думку, не є власниками власності, продають свою робочу і отримують заробітну плату, а отже, по всіх цих підставах вони не є підприємців [23].

Малий бізнес сьогодні – це соціально-економічний фундамент, без якого не може стало розвиватися будь-яка інноваційно-орієнтована, а особливо європейська держава. Малий бізнес багато в чому визначає темпи економічного зростання, структуру і якість внутрішнього валового продукту

(ВВП). Основна його функція, яка є надзвичайно важливою – соціальна. Це створення робочих місць, професійне навчання.

Соціолог Є. В. Сірий проаналізував розвиток малого бізнесу в Україні і прийшов до висновку, що: «Досліджуючи інституційні можливості розвитку малого підприємництва в Україні, слід наголосити, що у своїй діяльності воно наштовхується на різноманітні перешкоди, і перш за все з боку державної підтримки та регулювання. Воно не може повноцінно розвиватися через відсутність або недосконалість законів, які його регулюють, нерозвинутості інфраструктури, зокрема, з причини неефективної приватизації та багато іншого. А низький рівень довіри підприємців до судів значною мірою спричинений лобіюванням інтересів у вирішенні судових справ» [13].

Економіка України переживає не найкращі часи. Поряд з багатьма політичними та економічними проблемами, що стримують економічний розвиток країни, як і раніше залишаються проблеми малого бізнесу. Досвід країн, які досягли в останні десятиліття значного розвитку економіки, показує, що вони отримали цей результат у зв'язку зі створенням такої серйозної економічної сили, як малий бізнес. Разом з тим в Україні розвиток малого підприємництва, в першу чергу, виробничого, практично припинився, і перспективи його виходу з кризи поки не проглядаються. Декларативні заяви влади про підтримку представників цієї сфери економіки також успіху не приносять. Європейський вектор розвитку економіки, обраний Україною, і глобалізація світової економіки роблять проблему подальшого виживання і розвитку малого бізнесу України ще більш гострою. Тому питання пошуку напрямків розвитку українського малого бізнесу були і залишаються дуже актуальними. Але зважаючи ще на сучасний стан не тільки України, але і всього світу – в часи пандемії коронавірусу і жорстких карантинних обмежень, проблеми розвитку і функціонування малих бізнесів стають ще більш актуальними і важливими. Жителі України та інших країн потерпіли великих збитків в ці непрості часи [22].

Більшість підприємців називають головними перешкодами для подальшого розвитку:

- регуляторний тиск;
- корупцію;
- недостатній рівень попиту на свої товари та послуги [22].

Оскільки це радше загальні складнощі, ніж проблеми винятково МСП, тому виділено проблеми, які підприємці можуть не усвідомлювати або які з певних причин не були включені до опитувань [22].

Ще одна проблема, яку підприємці усвідомлюють – це відсутність фінансових ресурсів. Як показали нові дані Національного банку, незалежним суб'єктам важче отримати банківський кредит, крім того для них кредити дорожчі, що також перешкоджає розвитку малого бізнесу в Україні [22].

Термін «нова нормальність» («New Normal») отримав широке поширення після фінансової кризи 2007-2008 рр. в основному використовувався для опису соціально-економічних наслідків глобальної рецесії. Сьогодні «*новою нормальністю*» визначають економічні і соціальні наслідки глобальної пандемії COVID-19 – тобто наслідки в різних аспектах життєдіяльності людини, маючи на увазі, що те, що зовсім недавно було ненормальним, стає звичайним явищем. Великого суспільного розголосу цей термін отримав в квітні 2020 р., коли наша рутинна, повсякденне життя кардинально змінилось, формуючи нашу «*нову нормальність*» [24].

У 2020 р. увесь світ зіткнувся з новою глобальною кризою і, відповідно, зростаючою економічною і суспільною невизначеністю. Ступінь невизначеності настільки високий, що, наприклад, неможливо оцінити ймовірність третьої хвилі пандемії. Така криза, ймовірно, є самою безпрецедентною подією за останні 100 років, трансформуючи наше життя⁶. Пандемія коронавірусу, відомого як COVID-19, швидко поширилася по

⁶ Adžić S., Al-Mansour J. Business analysis in the times of COVID-19: Empirical testing of the contemporary academic findings // Management Science Letters, 2021, vol. 11, p. 1-10.

всьому світу, що призвело до світової економічної рецесії і спаду. Незважаючи на глобальні зусилля в боротьбі з вірусом, він продовжує масово поширюватися, що вплинуло на наше життя та спричинило кризу медичної сфери та бізнесу країни.

Пандемія COVID-19 певною мірою різко і швидко змінила спосіб життя практично всіх людей у всьому світі. Загроза громадському здоров'ю також дозволила багатьом людям вперше працювати вдома, а деякі будуть робити це в найближчому майбутньому. Також існує чіткий зв'язок між малим бізнесом та COVID-19, особливо, оскільки органи влади змусили несуттєві підприємства тимчасово закритись та зобов'язали всі інші дотримуватися нових процедур охорони праці.

Багато малих компаній стикалися з проблемами до появи пандемії, і COVID-19 лише посилював їх. У величезній мірі вплив кризи відчув малий бізнес, як найбільш значимий представник сектора малих і середніх підприємств: за оцінками 99,98% юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців (ФОП), зареєстрованих в Україні, належать до суб'єктів малого і середнього підприємництва. У секторі МСП здійснює комерційну діяльність понад 6,9 млн осіб, або близько 82% від усіх зайнятих. На сектор припадає 65% обсягу реалізації товарів, робіт та послуг та 64% валової доданої вартості. Малі та середні підприємства займають велику частку в таких галузях, як «будівництво», «адміністративне та допоміжне обслуговування», «професійна, наукова та технічна діяльність», в кожній з яких на них припадає понад 90% зайнятості. Крім того, на МСП припадає більш як 70% зайнятості в секторах «торгівля», «сільське, лісове та рибне господарство», «інформаційні послуги» [24].

На основі опрацьованого матеріалу можна сформулювати **власне визначення малого підприємництва**: *мале підприємництво* – це діяльність фізичної або юридичної особи, яка спрямована на отримання прибутку та створює невелику кількість робочих місць, до яких можна включити:

- заклади харчування;

- магазини одягу, продуктів;
- невеликий готельний бізнес;
- туристичний бізнес тощо.

1.3 Вивчення малого бізнесу з позиції теорії структурного функціоналізму

Базовою ідеєю структурного функціоналізму є ідея *«соціального порядку»*, тобто прагнення будь-якої системи підтримати власну рівновагу, узгодити між собою різні її елементи, домогтися згоди між ними. Для дослідження малого бізнесу та впливу на його функціонування через пандемію коронавірусу, я обрала підхід структурного функціоналізму. Маю намір дослідити, як функціонування бізнесу видозмінилося для того, щоб вберегти систему економіки; як цей зовнішній фактор вплинув на економіку України та соціально-культурне життя її громадян. Суспільство складається з багатьох елементів – людей, інститутів і відносин. І саме ці елементи формують сутність суспільства. У теорії структурного функціоналізму розвинена ідея, що всі елементи суспільства взаємодіють між собою як злагоджений механізм. У цій теорії і економічні, політичні, релігійні інститути, і представники органів влади виступають інструментом для підтримання єдності суспільства і задоволення його потреб.

Т. Парсонс і його функціоналістський підхід у соціології займають проміжне положення між класичною та сучасною соціологією. Багато аспектів функціоналістського підходу до соціології подібні до інших соціологічних підходів, але з особливим акцентом на *функції, взаємозалежність, консенсус, рівновагу та еволюційні зміни* [35].

Основна увага у структурному функціоналізмі приділяється інститутам та структурам, що існують у суспільстві в цілому на макросоціологічному рівні. Звідси походить «структурна частина» структурного функціоналізму. Також цей підхід розглядає соціальні системи

як такі, що мають певні потреби, а суспільство як систему соціальних структур (економічних, правових, освітніх, гендерних структур). Якщо потреби задовільняються, тоді соціальні структури відповідають цим потребам. Таким чином, структури є функціональними у тому сенсі, що вони допомагають суспільству функціонувати. Взаємозв'язки існують всередині та між цими структурами, і люди та групи обмежуються цими структурами. Різні частини кожного суспільства позитивно сприяють роботі або функціонуванню системи вцілому. Це «функціональна» частина структурного функціонального підходу. Кожне суспільство має певні потреби в тому, що існує ряд видів діяльності, які необхідно проводити, щоб соціальне життя виживало та розвивалось. Товари та послуги повинні вироблятися та розповсюджуватися, щоб люди могли вижити, повинно існувати правосуддя, політична система, а також повинна функціонувати сімейна структура, яка забезпечує засоби для відтворення населення та підтримання соціального життя [35].

Також завдяки структурному функціоналізму можливо дослідити зміну певних особливостей функціонування певних елементів суспільства та адаптацію до нових умов (а у моєму випадку можливо досліджувати зміну функціонування малого бізнесу та як вони адаптуються під нову реальність, як видозмінились).

Структурно-функціональний аналіз абсолютизує процеси стабільності, рівноваги та стійкості системи, він спрямований, в першу чергу, на дослідження механізмів стабільності системи. Поняття "інститут" – це важливий елемент структурно-функціональної методології, оскільки кожен об'єкт поокремо не може бути самодостатнім. Виживання та продовження існування певного об'єкта (малого підприємництва) пов'язане із іншими факторами, тому і існує система, у якій є цей взаємообмін тощо [35]. Це свідчить про те, що будь-які зміни, пов'язані з пандемією коронавірусу, мають призвести до зміни всієї системи. І не просто до зміни, а до встановлення порушеної рівноваги всієї економічної сфери.

Беручи до уваги мою тему дослідження та обрану парадигму для розгляду проблеми, важливим є виокремити феномен малого бізнесу/підприємництва, як окремого інституту, його взаємозалежність з іншими соціальними інститутами та специфіку функціонування в часи пандемії коронавірусу. Пандемія COVID-19 та карантинні обмеження, запроваджені внаслідок поширення вірусу, змінюють загальні положення функціонування та взаємодії інститутів, формуючи *ряд функцій та дисфункцій* у системі.

Висновки до розділу 1

Підприємництво – соціальний феномен, який вивчається багатосторонньо соціогуманітарними науками. Мале підприємництво – необхідний елемент ринкової економіки, що дозволяє вирішувати важливі соціально-економічні завдання.

Мале підприємництво – це діяльність фізичної або юридичної особи, яка спрямована на отримання прибутку та створює невелику кількість робочих місць, до яких можна включити:

- заклади харчування;
- магазини одягу, продуктів;
- туристичний бізнес тощо.

Роль малого бізнесу в ринковій економіці велика. Без нього ринкова економіка не в змозі ні функціонувати, ні розвиватися. Малий бізнес в ринковій економіці - головний сектор, що визначає темпи економічного зростання, структуру і якість валового національного продукту.

Багато соціологів вивчають феномен «малого бізнесу». Соціологи розглядають весь спектр соціальних сторін підприємництва: цінності і мотиви діяльності підприємців, особливості розвитку і функціонування підприємницької діяльності у певній країні, взаємодія інституту підприємництва з іншими соціальними інститутами, тощо. Для сучасних соціологів новим полем для досліджень постає проблема функціонування і формування малих бізнесів в часи пандемії коронавірусу.

В Україні завжди були труднощі у створенні і підтримці малого бізнесу через низку причин: *держава не захищала та не підтримувала малий бізнес, не вистачає ресурсів, а в особливості фінансових, нестабільність економічної ситуації в країні, тощо.* Але протягом останнього року, як почали діяти карантинні заборони, то утримання малого бізнесу стало ще більш актуальним і проблематичним завданням. Через карантинні обмеження більшість малих та середніх бізнесів були закритими чи не могли функціонувати та розвиватись в

повній мірі. Прибуток суттєво зменшився, людям потрібно на щось жити та також виокремлювати кошти на підтримку і розвиток свого бізнесу. Через це багато підприємств збанкрутувало, закрило свою діяльність, а через це і економічний рівень України понизився.

Для того, щоб зрозуміти як саме постраждав малий бізнес в Україні, які є головні проблеми у підтримці малих бізнесів в Україні та як можна покращити наявну ситуацію, можна використати підхід структурного функціоналізму в соціології. Розглядаючи наявну проблему через призму цієї парадигми та сформувавши на її основі наукове дослідження, можна дослідити проблеми та перспективи розвитку малого бізнесу в Україні.

2. ЕМПІРИЧНІ ДОСЛІДЖЕННЯ ЩОДО ВПЛИВУ КОРОНАВІРУСУ НА РОЗВИТОК МАЛОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

2.1 Аналіз соціологічних досліджень щодо функціонування малого бізнесу в часи пандемії Covid-19

В Україні було проведено декілька досліджень стосовно функціонування малого бізнесу в часи пандемії Covid-19. Одне із них – експрес-опитування, яке провела Європейська Бізнес Асоціація серед представників малого та мікробізнесу. Опитування проводилось з 24 до 30 березня 2020 р. серед аудиторії проекту Unlimit Ukraine. В ньому взяли участь 155 підприємців – представників малого та середнього бізнесу [33].

Згідно з результатами проведеного опитування серед підприємців, 18% респондентів розглядають варіант закриття власного бізнесу, 78% повідомляють про втрати до 75% від доходів, і тільки 4% можуть похвалитися збільшенням прибутку компанії. Тобто ці результати вже повідомляють про наявні величезні труднощі і підтримці малого бізнесу його засновниками. Більше половини, а тобто 78% опитаних підприємців, зазнали вагомих економічних збитків у підтриманні бізнесу.

Також у проведеному експрес-дослідженні розглядали питання скорочення робочих місць. Як ми знаємо, один із наслідків проблеми функціонувань підприємств в кризу коронавірусу є скорочення робочих місць та підвищення рівня безробіття в країні. 31% підприємств зазначили, що будуть скорочувати робочі місця, тоді як 21% ще не визначилися, а 48% респондентів не планують жодних скорочень. Тобто тут також можна прослідкувати негативну тенденцію, оскільки майже 50% опитаних підприємців мають намір це зробити або вже це зробили, для того щоб утримати свій бізнес та при цьому ще мати змогу отримувати прибуток. Зрозуміло, що через такий наявний відсоток збитків у більшості підприємств,

скорочення робочих місць є одним з тимчасових вирішень проблеми прибутковості малого бізнесу. Хоч доходи багатьох компаній суттєво зменшилися, але видатки залишилися практично незмінними (оренда, комунальні послуги).

Олена Еро, менеджер проекту Unlimit Ukraine, висловила свою думку стосовно наявної ситуації: «Період карантину є дійсно дуже важким, особливо для тих компаній, що не можуть перенести свій бізнес в онлайн. Сценарію розвитку подій немає ні в кого. Навряд чи хтось був готовий до кризи такого типу. Тож більшість бізнесів будуть діяти за обставинами. Однак, вже зараз очевидно, якщо обмежувальні заходи будуть подовжені, багатьом малим компаніям доведеться суттєво скорочувати витрати, реорганізувати бізнес, шукати інвесторів або ж повністю згорнути свою діяльність. Маю надію, що все ж останнього сценарію вдасться уникнути»⁷.

Також ще в одному соціологічному дослідженні розглянули проблеми розвитку молодіжного підприємництва і самозайнятості молоді в Україні під час запровадження карантинних обмежень у зв'язку з коронавірусом, виявили вплив карантинних обмежень у зв'язку з COVID-19 на малий бізнес. Також вони проаналізували перешкоди, які виникали під час введення карантинних обмежень, та вплив запроваджених податкових і неподаткових пільг для бізнесу в умовах карантину.

Державний інститут сімейної та молодіжної політики у квітні–травні 2020 року провів опитування представників молодіжного сегменту малого бізнесу з метою вивчення окремих проблем його розвитку, труднощі ведення малого бізнесу та оцінка зусиль держави за обставин запровадження карантинних обмежень у зв'язку з пандемією коронавіруса [26]. Дослідження проводилося шляхом поєднання методики онлайн-опитування та телефонного

⁷ <https://eba.com.ua/kozhen-p-yatyj-malyj-biznes-mozhe-zakrytysya-cherez-karantyn-opytuvannya-eva/>

опитування. Валідність вимірювальних ознак базувалася не на репрезентативності вибірки, а на характері оцінки досліджуваних проблем молодіжного підприємництва та самозайнятості. Дослідження носило розвідувально-описовий характер. Переважну більшість опитаних за сферою діяльності складала представники торгівлі і сфери обслуговування і надання послуг. У рамках дослідження було опитано молодих підприємців та самозайнятих віком від 16 до 34 років. Більшість опитаних становили особи чоловічої статі: всього було опитано 71,4 % чоловіків проти 27,6 % жінок. На запитання «як зараз (під час карантину) функціонує ваш бізнес?» 24,1% від всіх опитаних зазначили про закриття свого бізнесу під час карантину. Майже половина вказує на те, що їхній бізнес продовжує частково функціонувати: 24,1% – про суттєве згорання, але на час карантину їхній бізнес функціонує; 31,1% – частково згорнувся. Кожен п'ятий опитаний відповів, що його бізнес функціонує в повному обсязі. Відповідь на це запитання перегукується і з іншими дослідженнями, які також презентували у своїх звітах відповідь на це запитання: Європейської бізнес асоціації у березні 2020 році провів дослідження, результати якого свідчать, що 18 % представників дрібного бізнесу мали намір згорнути свою діяльність через епідемію Covid-19 в країні, а 22% – згорнули підприємницьку діяльність через карантин. Серед перешкод, які заважають розвитку бізнесу під час карантину через епідемію коронавірусу респонденти найчастіше вказувати на різні карантинні обмеження для населення - 62,2%, на відсутність попиту - 44,8%, закриття тих сфер, від яких залежить їхній бізнес - 37,9% та 34,5% на неможливість працювати дистанційно. Як ми знаємо, деякі сфери підприємницької діяльності постраждали найбільше: готельно-ресторанна справа, бізнес пов'язаний з туристичним спрямуванням, торговельно-розважальні центри (ТРЦ) та кінотеатри. Серед основних проблем, з якими зустрічаються більшість

підприємців – як бізнесу функціонувати з карантинними обмеженнями, як з цими перепонами дати бізнесу функціонувати та протримуватись і надалі, не виходити в мінус. Малий бізнес набуває гнучкості та шукає альтернативні шляхи для вирішування проблем – дистанційна робота, оформлення замовлень на виніс, перефокусування на онлайн площадки для бізнесу та на інші види послуг (на прикладі навіть зміщення акценту на туризм в Україні).

Серед труднощів, які виникли у веденні бізнесу через карантинні обмеження), опитані переважно зазначили:

- зниження активності тих сфер, від яких залежав їх бізнес,
- відсутність контактів, суспільної активності, обмеженість відвідування клієнтів (24,2 %).

- відсутність попиту та замовлень - 15,3 %;
- неможливість повним обсягом реалізовувати товар, зниження купівельної спроможності - 12,1 %;
- закриття торгівельних точок, що негативно відображається на продажах, та карантинні обмеження - 12,1 %;
- додаткові витрати на засоби захисту - 3%;
- пасивність влади при карантині, що загалом негативно відображалось на діяльності підприємців (3%).

І тільки 3% респондентів ніяких труднощів не відчували, оскільки змушені були призупинити свою діяльність через карантинні обмеження («просто перестали працювати, так як в країні оголошено карантин і всіх попросили знаходитись вдома на самоізоляції») [33].

Але також щоб зрозуміти які шляхи подолання проблем підприємці вважають більш доречними, у дослідженні респондентам було поставлене таке запитання: «Які дії держави щодо підтримки малого бізнесу, на Вашу

думку, були б доречними на час карантину?». Отримані результати свідчать, що:

- Третина опитаних(35,2 %) вважає, що для підтримки малого бізнесу доречно запровадити фінансові «пільги» спрощення і зниження оподаткування ФОПів; доступність нормального кредитування; дешеві і доступні кредити, надання програми сприяння бізнесу, фінансова допомога, відміна відсотків по кредитах тощо.

- Також 32.4% респондентів пропонує оптимізацію полегшення карантинних умов, здійснення розумних послаблень тощо

– 11,7 % опитаних проголосували за зняття податку та орендної плати для недієвих підприємств;

– 8,7% опитаних респондентів в рамках цього дослідження відповіло, що для підтримки малого бізнесу потрібно менше перевірок та «не заважати»;

– 3% опитаних обрали варіант «більше уваги приділяти індивідуальній роботі з кожним підприємством» ;

– варіант «активізувати дрібно-роздрібний спосіб торгівлі, сприяючи попиту для дрібних підприємців», «надання грантів та іншого фінансування на отримання обладнання, навчання, на створення господарсько-бізнесової діяльності» та варіант «важко відповісти» обрало 3% від всіх опитаних;

Майже усі опитані (89,6%) скептично ставляться до зусиль влади щодо допомоги малому бізнесу під час карантину у зв'язку з епідемією коронавірусу. Лише 3,5% респондентів серйозно ставляться до дій влади, загалом вважають, що влада намагається немало зробити для малого (дрібного) бізнесу в період карантину, тоді як 6,9% – посередньо. Ці результати демонструють не тільки недовіру підприємців до влади, але і бездіяльність самої влади щодо підтримки малого бізнесу і так далі [33].

Також одне із наведених запитань «Чи виникало останнім часом (за час карантину) бажання залишити зайняття бізнесом (як наразі обтяжливе) і змінити рід заняття?» дало досить втішні результати. Попри всі перешкоди, важкі обставини на шляху у розвитку і підтримці бізнесу, 82,8% всіх опитаних відповіли «загалом ні», а 10,3% дали відповідь «важко сказати». Це показує, що українські підприємці мають стержень в собі, бажання розвиватись та продовжувати боротись попри всі перешкоди, що є надзвичайно чудовою рисою для підприємців і «допомогою» для Української економіки, оскільки бізнеси продовжують існувати, виконувати свою діяльність, давати робочі місця, забезпечувати товарами і послугами, отримувати прибуток.

Дослідження довело, що половина молодих підприємців і самозайнятої молоді продовжили частково працювати під час введення карантинних обмежень, тоді як кожен четвертий опитаних зазначив про закриття власного бізнесу. Виявлені, які саме перешкоди та труднощі з'явилися у функціонуванні малого бізнесу в Україні через карантинні обмеження.

2.2 Програма авторського соціологічного дослідження

Проблемна ситуація. Малий бізнес в ринковій економіці виступає в ролі основного сектора, що визначає темпи економічного зростання валового національного продукту (далі – ВВП). Всі розвинені держави активно підтримують сектор малого бізнесу, так як від нього залежить структура і якість ВВП. Пандемія коронавірусу – подія, що сколихнула весь світ, змінила повсякденність нашого суспільства та змусила багато сфер нашого життя адаптуватись до нових норм функціонування та існування. Covid-19 разюче вплинув на економічний стан всього світу і України, зокрема. Величезних збитків зазнали малий бізнес різних спрямувань: *готельно-ресторанного бізнесу, роздрібної торгівлі, туризму*. Кав'ярні закриваються через карантинні

обмеження, сфера туризму потерпає величезні збитки, театри, кінотеатри тощо зупиняють свою діяльність.

Державна служба статистики повідомляє, що номінальний ВВП України за 2020 р. становив 4,19 трлн грн, на 4,0% менше, ніж за 2019 р. [38]. За рівнем ВВП визначаються успішність економіки країни і достаток її громадян: його зростання означає поліпшення якості життя населення, його падіння – проблеми в економіці і зниження добробуту людей. Помірне уповільнення або падіння темпів зростання валового продукту прийнято називати рецесією. *Рецесія* представляє свого роду нестійкий стан, яке може привести до повномасштабної кризи або, навпаки, відновлення економіки. Результат залежить від стійкості економіки держави і від того, яких заходів вживає держава, щоб уникнути погіршення ситуації.

Коронавірусна криза вплинула на зміни у малому бізнесі, його утриманні, а також на громадян споживачів товарів і послуг.

Тема: розвиток малого бізнесу під час пандемії Covid-19;

Мета: зміни у розвитку і становищі закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій у Львівській області під час пандемії

Завдання:

1. Визначити, які саме фактори заважають розвитку закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій;

2. З'ясувати, з якими проблемами зіткнулись власники закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій;

3. Дізнатись, як держава пробувала допомагати власникам закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій;

4. З'ясувати, що саме власники закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій думають про карантинні обмеження;

5. Порівняти свої результати дослідження з результатами інших соціологічних досліджень.

Предмет: зміни становища малого бізнесу в Україні під час пандемії;

Об'єкт: власники малого бізнесу Львівської області

Досліджується думка власників закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій (експертна думка) стосовно ситуації функціонування малого бізнесу в карантинних обмеженнях;

Гіпотези:

1. Держава почала підтримувати малий бізнес в Україні;
2. Карантинні обмеження значно впливають на функціонування малого бізнесу;
3. Зараз підприємці вже не отримують такі збитки, які були на початку пандемії коронавірусу;
4. Підприємці вважають, що карантинні обмеження є непотрібними;
5. Карантинні обмеження заважають споживачам жити звичним для них життям;
6. На думку підприємців, їх бізнес ще зможе існувати і розвиватись довго, не зважаючи на карантинні обмеження.

Методична частина.

Метод дослідження: Обрано кількісний метод (опитування).

Вибірка: Цілеспрямована вибірка

Запитальник:

Загальний блок

1. Чи змінилось ваше життя з початку карантину?
 - Так
 - Скоріше так, ніж ні
 - Скоріше ні, ніж так
 - Ні
 - Важко відповісти

2. Вкажіть, будь ласка, коли був заснований ваш бізнес:

- До пандемії Covid-19
- Під час пандемії Covid-19 (перехід до запитання 4)

3. До пандемії Covid-19 бізнес функціонував:

- Онлайн
- Офлайн
- Змішаний формат
- Інше

4. Під час пандемії Covid-19 бізнес функціонує:

- Онлайн
- Офлайн
- Змішаний формат
- Інше

5. Наскільки карантинні обмеження вплинули на ведення вашого бізнесу?

	1	2	3	4	5	
Дуже вплинули	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Не вплинули

6. Мій бізнес з початку карантину...

- Почав розквітати
- Зазнав невеликих фінансових труднощів
- Зазнав великих фінансових труднощів
- Почав занепадати
- Нічого не змінилось

7. Щось змінилось з початку карантину до сьогодні у веденні бізнесу?

- Так
- Ні (перехід до запитання 9)
- Не знаю

- Важко відповісти
8. Якщо змінилось, то що саме? (можна обрати декілька варіантів)
- бізнес перейшов на гібридний формат роботи (дистанційний та очний)
 - бізнес перейшов на дистанційний формат роботи
 - стало легше вести бізнес
 - стало важче вести бізнес
 - важко відповісти
 - інше
9. З вашого досвіду, вкажіть, будь ласка, які є головні наслідки впливу пандемії на роботу вашого бізнесу?(декілька відповідей)
- Скорочення кількостей замовлень
 - Збільшення кількості замовлень
 - Скорочення кількості працівників
 - Збільшення кількості працівників
 - Розгляд нових шляхів для комунікації з клієнтами
 - Не помітили впливу
 - інше
10. Чи чули ви стосовно державної «карантинної» допомоги підприємцям у розмірі 8 тис. грн?
- Так
 - Ні
 -
11. Чи отримали ви цю фінансову допомогу зі сторони держави?
- так
 - ні (перехід до запитання 13)
 - інше
12. Як вважаєте, наскільки ця фінансова виплата допомогла вам у веденні та підтриманні вашого бізнесу?
- Дуже допомогла

- не дуже допомогла
- Не відчув(ла) різниці
- інше

13. Чи отримали ви ще іншу допомогу у підтримці бізнесу зі сторони держави?

- Так
- Ні (перехід до запитання 15)
- інше

14. Якщо отримали допомогу, то яку саме?

.....

15. Вкажіть, будь ласка, який період, з початку пандемії, у веденні бізнесу був найважчий:

- Перша половина 2020 року (з 01.01.2020 по 30.06.2020) ;
- Друга половина 2020 року (з 01.07.2020 по 31.12.2020);
- Перша половина 2021 року (з 01.01.2021 по 30.06.2021);
- Друга половина 2021 року (з 01.07.2021 по 31.12.2021);

16. Вкажіть, будь ласка, який період, з початку пандемії, у веденні бізнесу був найлегший:

- Перша половина 2020 року (з 01.01.2020 по 30.06.2020) ;
- Друга половина 2020 року (з 01.07.2020 по 31.12.2020);
- Перша половина 2021 року (з 01.01.2021 по 30.06.2021);
- Друга половина 2021 року (з 01.07.2021 по 31.12.2021);

17. На вашу думку, наскільки важко функціонувати вашому бізнесу в часи пандемії?

1 – взагалі не важко, 5 – дуже важко

1	2	3	4	5
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

18. На вашу думку, чи всі карантинні обмеження потрібні для вашого бізнесу?
- Так, всі обмеження потрібні
 - Ні, не всі обмеження потрібні
 - Ні, обмеження не потрібні
 - Інше
19. Як ви вважаєте: функціонування та управління бізнесом зараз суттєво відрізняються від періоду, що припадав на початок пандемії?
- Так, суттєво відрізняється
 - Ні, суттєво не відрізняється
 - Взагалі не відрізняється
20. На вашу думку, наскільки зараз сприятлива економічна ситуація для ведення бізнесу в Україні?
- Дуже сприятлива
 - Сприятлива
 - Не дуже сприятлива
 - Не сприятлива
 - Інше
21. Як ви ставитесь до нових обмежень у функціонуванні закладів харчування (вакцинація)?
- Різко позитивно
 - Позитивно
 - Нейтрально
 - Негативно
 - Різко негативно
22. Чи виникали проблеми із вакцинацією працівників?
- Так
 - Ні
 - Інше
23. Як вплинула обов'язкова вакцинація на кількість відвідувачів?

- Значно зменшилась кількість відвідувачів
- Незначно зменшилась кількість відвідувачів
- Нічого не змінилось
- Інше

2.3 Аналіз результатів авторського дослідження

Дослідження проводилося шляхом онлайн-опитування власників закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій Львівської області. Його метою є дослідження стану і тенденцій впливу COVID-19 на малий бізнес в Україні.

В опитуванні прийняло участь 164 підприємців-власників закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій, з яких 57,9% становлять чоловіки, а жінки, відповідно, 42,1% (див. рис. 2.1).

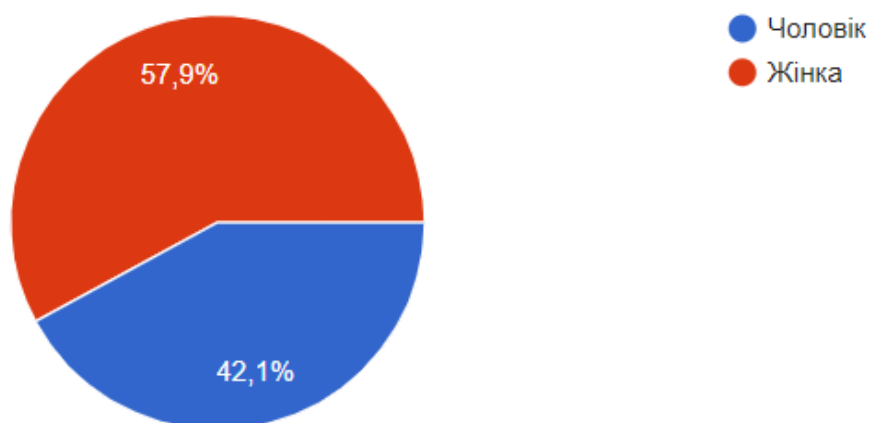


Рис. 2.1 Розподіл респондентів згідно статі

Дані (кількісні характеристики) анкетування дозволяють проаналізувати стан справ підприємців та вплив епідемії COVID-19 на функціонування закладів громадського харчування, магазинів, туристичних агенцій.

Можемо прослідкувати тенденцію до переходу малого бізнесу на змішаний формат роботи: на питання «Як ваш бізнес функціонував до

пандемії Covid-19?» 84,8% опитаних зазначило, що офлайн, 6,7% - змішаний формат, 6,1% - онлайн (див. рис. 2.2).

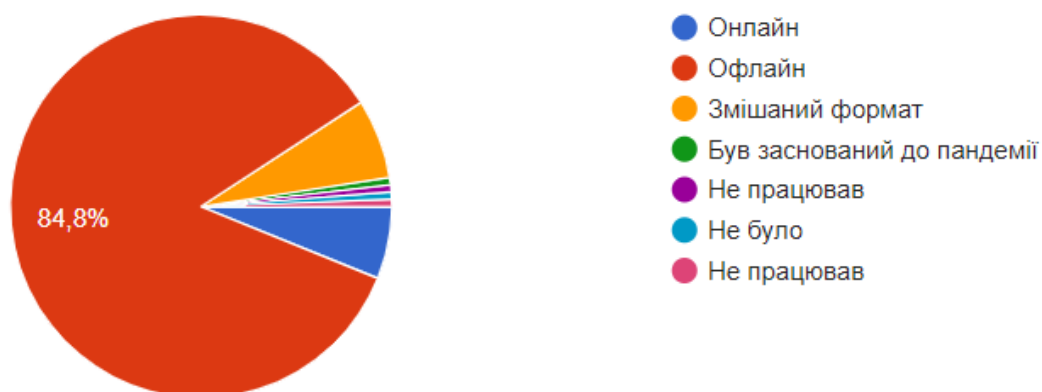


Рис. 2.2 Розподіл респондентів згідно формату функціонування бізнесу до пандемії Covid-19

В свою чергу, під час пандемії 45,7% опитаних працює в змішаному форматі, 45,1% - виключно офлайн формат, 9,1% - виключно онлайн формат (див. рис. 2.3).

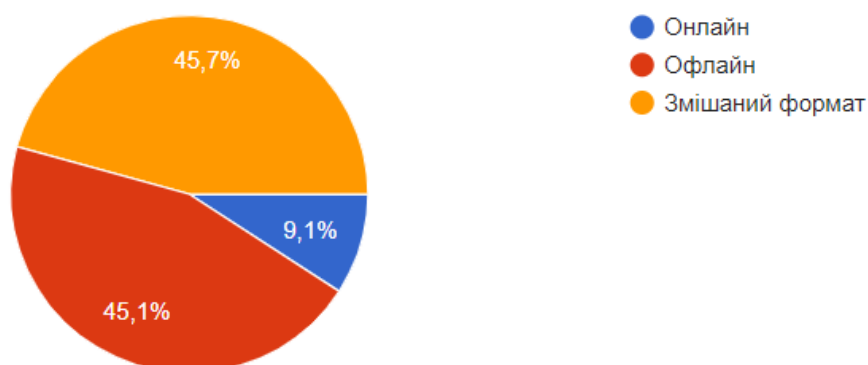


Рис. 2.3 Розподіл респондентів згідно формату функціонування бізнесу під час пандемії Covid-19

Головними негативними наслідками пандемії на малий бізнес опитувані вважають (див. рис. 2.4).

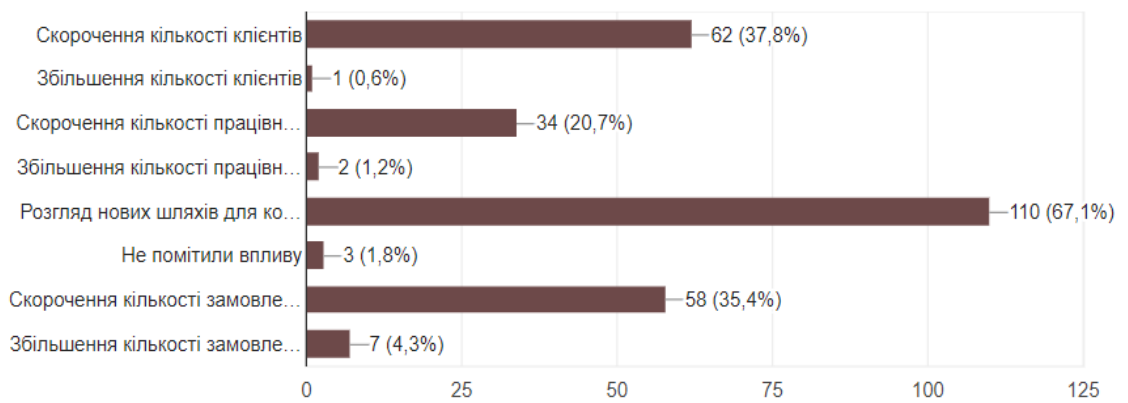


Рис. 2.4 Головні негативні наслідки пандемії на думку респондентів

При проведенні дослідження, наведеного в попередньому пункті, підприємцям було поставлено питання «Які дії держави щодо підтримки малого бізнесу, на Вашу думку, були б доречними на час карантину?», на яке третина відповіла, що в час пандемії була б доречна фінансова допомога від держави.

На питання «Чи чули стосовно державної «карантинної» допомоги підприємцям у розмірі 8 тис. грн?» 93,9% опитаних чули, 6,1% - ні. Як показало опитування, з людей, які чули про фінансову допомогу, її отримало 73,2% респондентів, 26,8% - ні.

Тільки 7,6% опитаних фінансова допомога від держави була дуже корисною, 33,3% - не дуже допомогла, 59,1% - не відчув(ла) різниці (див. рис. 2.5).

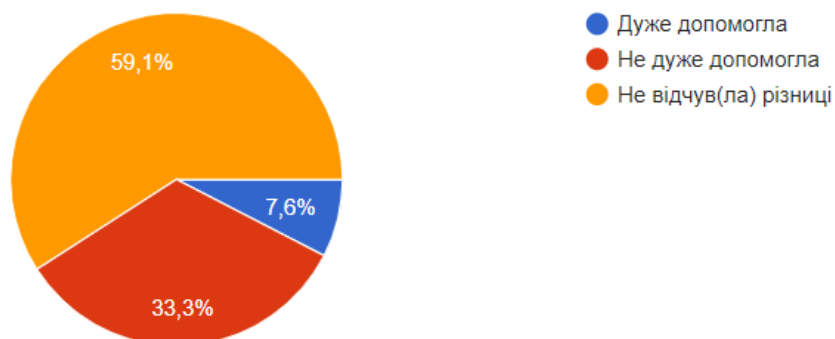


Рис. 2.5 Розподіл респондентів відповідно ставлення до фінансової допомоги від держави

Найважчим періодом для ведення бізнесу опитані підприємці визначили першу половину 2020 року – 79,3%, в свою чергу, найлегшим – першу половину 2021 року – 59,8%.

Також однією з перешкод для ведення малого бізнесу стала обов'язкова вакцинація населення. На питання «Чи виникали проблеми з вакцинацією працівників?» 48,4% опитаних відповіли, що так, 51,6% - ні. Також, відповідно результатів опитування, обов'язкова вакцинація негативно вплинула на кількість відвідувачів (див. рис. 2.6).

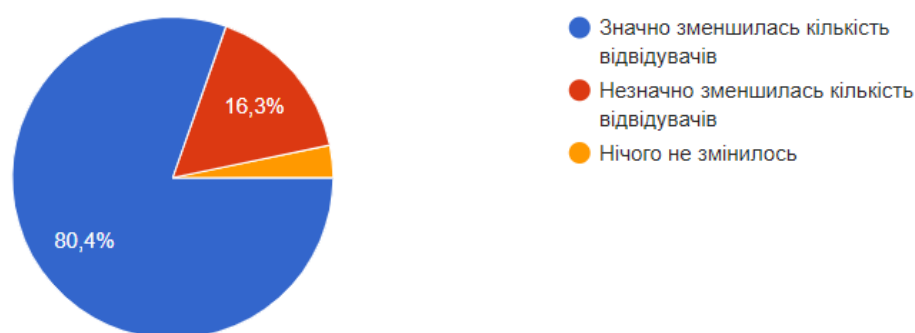


Рис. 2.6 Дослідження впливу обов'язкової вакцинації на кількість відвідувачів

Порівнюючи моє дослідження з дослідженням Unlimit Ukraine, яке було проведено в кінці березня 2020 року в розпал пандемії, можна побачити тенденцію пристосування підприємців до нових умов ведення бізнесу, оскільки першу половину 2021 р. 59,8% опитаних респондентів називають легким часом від початку введення карантинних обмежень. Але новим викликом для підприємництва наразі є обов'язкова вакцинація, яка спричиняє проблеми з персоналом (48,4% опитаних) та знову значно зменшує кількість відвідувачів (80,4% опитаних).

Отже, можемо зробити висновок, що підтвердилися майже всі гіпотези:

- *Карантинні обмеження впливають на функціонування малого бізнесу* – до впровадження обов'язкової вакцинації населення, вплив

карантинних обмежень на функціонування малого бізнесу мав тенденцію до спадання, але після її впровадження негативний вплив поновився;

- *Держава почала підтримувати малий бізнес в Україні* – держава дійсно зробила певні кроки для допомоги малий підприємствам, але анкетування показало, що переважна більшість не відчула цієї фінансової допомоги, тобто вона була малоефективною;

- *Зараз підприємці вже не отримують такі збитки, які були на початку пандемії коронавірусу* – гіпотеза підтвердилася – першу половину 2021 року 59,8% опитаних респондентів називають легким часом від початку введення карантинних обмежень.

Дослідження довело, що велика кількість малих підприємців продовжує працювати, незважаючи на перешкоди, які виникають в зв'язку з пандемією, та шукаючи інші формати комунікації з клієнтами.

Висновки до розділу 2

За результатами досліджень можна зробити висновок, що більшість підприємств зіткнулись зі значними проблемами у розвитку і утриманні бізнесу у часи пандемії коронавірусу. Переважно ці труднощі виникали через карантинні обмеження та їх посилення. Оскільки дуже довгий час підприємці не отримували підтримку зі сторони держави, то вони (власники малого бізнесу) зневірилися і зараз є майже цілкова недовіра до держави. Позитивним фактором є те, що попри всі труднощі підприємці не планують закривати свій бізнес, поки є ще сили та можливості продовжувати свою діяльність – а це, в свою чергу, буде підтримувати ВВП країни на кращому рівні, трохи зменшить рівень безробіття в країні, тощо.

Також були чітко окреслені основні причини, через які виникали труднощі у підтримці і розвитку малого підприємництва в країні. Підприємці вказали, що саме буде справжньою допомогою у підтримці розвитку їх бізнесу.

Малий бізнес – важлива частина економіки країни, а щоб економіка країни розвивалась і в такі важкі часи, потрібна адаптація підприємців і їх бізнесів і також підтримка зі сторони держави.

Для того, щоб доповнити наявні дослідження і отримати цілісну картину, в моєму дослідженні я зробила акцент на отриманні інформації, як саме змінились справи у веденні бізнесу раніше і зараз, отримання інформації про бізнес раніше і зараз.

Проведене дослідження показало, що, по-перше, пандемія значно вплинула на формат функціонування малого підприємництва в Україні – більшість бізнесів на разі перейшло на змішаний формат роботи (45,7% опитаних), тоді як до пандемії значна більшість працювала в офлайн форматі (84,8% опитаних); по-друге, підтримка держави не мала значного впливу на покращення справ підприємств (59,% опитаних); по-третє, пандемія та обов'язкова вакцинація значно вплинула на кількість клієнтів. Але,

незважаючи на всі негативні наслідки від пандемії, малі підприємці готові працювати далі, надавати робочі місця та шукати нові шляхи комунікації з клієнтами.

Висновки

Підприємництво як форма соціально-економічної активності відіграє значиму роль в економічній динаміці і в соціальному розвитку суспільства. Але на сьогоднішній день не існує єдиного визначення підприємництва. На мою думку, найбільш переконливою видається позиція Шумпетера, який вважає, що підприємництво неможливо класифікувати як професію або стійкий соціальний клас, в першу чергу, це властивість людського характеру.

Багато вчених, як економістів, так і соціологів, вивчали феномен підприємництва з різних його сторін. Українські вчені вивчали цей феномен багатосторонньо, в особливості також звертали увагу на труднощі утримання малого бізнесу в Україні і роль держави в цій справі. За останній рік це питання стало ще більш актуальним, оскільки пандемія коронавірусу сколихнула весь світ, змінюючи нашу повсякденність та через наявні карантинні обмеження перешкоджаючи розвитку малого бізнесу. Малий бізнес відіграє велику роль у розвитку економіки країни та у формуванні ВВП країни. А оскільки саме малий бізнес зазнав величезних збитків у ці часи коронавірусної кризи, то потрібно шукати альтернативні шляхи до вирішення проблеми, адаптуючись під нові правила ведення бізнесу та його існування.

Результати кількісних соціологічних досліджень на тему труднощів розвитку малого бізнесу в Україні інформують, що велика частина підприємців зіткнулись з величезними труднощами в зв'язку з пандемією коронавірусу, а частина підприємців були змушені закрити свій бізнес. Інформація, подана в дослідженні, дає змогу оцінити ситуацію в країні та дати деякі шляхи до вирішення проблеми, щоб малим бізнесам було легше продовжувати існувати в карантинних умовах та виконувати свої завдання.

Моє соціологічне дослідження має на меті дослідити становище малого бізнесу та що саме не вистачає підприємцям та споживачам послуг; Оскільки ми в цій ситуації вже знаходимось більше року та ще не є відомим, як довго це протриває і надалі, то потрібно розуміти в якому становищі знаходиться

малий бізнес в Україні і як з цим рухатися далі. Для того, щоб вирішити ситуацію, потрібно спочатку окреслити її межі, знайти точно проблемні частини цієї ситуації та оцінити їх впливовість. А також, для отримання повної картини, потрібно аналізувати вже наявні дослідження та створювати нові, додаючи ту інформацію, якої не вистачає.

Проведене дослідження показало, що, по-перше, пандемія значно вплинула на формат функціонування малого підприємництва в Україні – більшість бізнесів на разі перейшло на змішаний формат роботи (45,7% опитаних), тоді як до пандемії значна більшість працювала в офлайн форматі (84,8% опитаних); по-друге, підтримка держави не мала значного впливу на покращення справ підприємств (59,% опитаних); по-третє, пандемія та обов'язкова вакцинація значно вплинула на кількість клієнтів. Але, незважаючи на всі негативні наслідки від пандемії, малі підприємці готові працювати далі, надавати робочі місця та шукати нові шляхи комунікації з клієнтами.

Список використаних джерел та наукової літератури:

1. Господарський кодекс України: Закон України від 16 січня 2003 р. № 436-IV / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text>
2. Кодекс України про адміністративні правопорушення: Закон України від 7 грудня 1984 р. № 8073-X / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#Text>
3. Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва в Україні: Закон України від 22 березня 2012 р. № 4618-VI / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4618-17#Text>
4. Національний банк України. Щомісячні опитування підприємств України. Серпень, 2021. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://bank.gov.ua/admin_uploads/article/Business_survey_m_2021-08.pdf?v=4
5. Абдуллаєва, І. Б. "Психологічні особливості підприємницької діяльності сфери торгівлі: зарубіжний досвід досліджень." *Актуальні проблеми психології* 1, 2010. С: 13-20.
6. Аймалетдинов Т.А., Гильдебрандт И.А., Никишова Е.Н, Рассадина Д. С. Новая нормальность. Образ жизни, рынки, инфраструктура и коммуникации после пандемии / Аналитический центр НАФИ, авторы: М.: Издательство НАФИ, 2020. 73 с.
7. Американська соціологічна думка: Тексти. М., 1994. С. 485
8. Баб'як М.М. Розвиток малого і середнього підприємництва у регіоні: Актуальні проблеми економіки. 2004. № 12. С. 77-83.
9. Бельчак В.С., Дупленко Н.Г. Эволюция междисциплинарного подхода в исследовании предпринимательства: Вопросы экономической теории/ вестник ТГЭУ н3, 2012 р. с. 74-86.
10. Варналій З. С. Основи підприємництва: Навч. посіб. — К.: Знання. — Прес, 2002. — 239 с.

11. Ващенко К. О., Варналій З. С., Воротін В. Є. Про стан та перспективи розвитку підприємництва в Україні : нац. доп. К. : Держкомпідприємство, 2008. 226 с
12. Вебер, М. Протестантська етика і дух капіталізму. Наш формат, 2020. 216 с.
13. Ворфоломеев А.В. Вплив COVID-19 на українські виробничі підприємства та допомога у відновленні нормальної роботи: звіт за результатами опитування Центру ресурсоефективного та чистого виробництва. Київ, 2020. 24 с.
14. Денков Д., Каракуц А. Вплив COVID-19 та карантинних умов на економіку України: Центр прикладних досліджень, 2020. 56 с.
15. Зомбарт В. Буржуа. Этюды по истории духовного развития современного экономического человека. – М.: Айрис-пресс, 2004.
16. Кальман А.Г. Экономическая безопасность государства и пути её обеспечения в Украине . Право и политика.–2001. № 6. С. 44–47.
17. Кампа А., Хидиятуллина М.Н. Перспективы структурного функционализма как методологической основы экономических исследований: междисциплинарные исследования. Вестник Челябинского гос. Унив., №18. Экономика. Вып. 51, 2015. С. 225-233.
18. Костина Е.В., Марковкин А.А. Функции современного российского предпринимательства (на основе экспресс–опроса предпринимателей Волгограда) . Социокультурные исследования: Межвуз. сб. науч. тр. Волгоград. гос. техн. ун-т, 2005. Вып. 8. с. 148-152.
19. Макогон Ю.В. Малый бизнес в Украине в условиях глобализации мировой экономики [Электронный ресурс]. – Режим доступа: 16_kpi_Microsoft Word economy. kpi. ua>files /16_kpi_2013.doc
20. Маркс. К. Капитал. Т. 3, гл 23,27.
21. Савченко П., Жигулина Ю. Социальные аспекты малого бизнеса: Человек и труд. 1994. № 9. с. 123–126.

22. Сизоненко В. Теорія підприємництва: здобутки і проблеми дослідження // Економіка України. — 2002. — № 9. — С. 45—51
23. Ситник Н.С. Козак С.І. Роль малого та середнього бізнесу на сучасному етапі розвитку економіки України. Економіка та управління національним господарством. 2018. Випуск 21-6. с. 83-86.
24. Сірий Є. В. Результати опитування молоді-представників малого бізнесу під час пандемії коронавірусу (COVID-19)/ Державний інститут сімейної та молодіжної політики. 2020 р. 1-7 с.
25. Сірий Є.В. Підприємництво як предмет соціологічного теоретизування: автореф. дис... д-ра соціолог. наук: 22.00.01. Київський національний університет ім. Тараса Шевченка, 2010. 30 с.
26. Сірий Є. В. Становлення малого підприємництва в аспектах показників державно-інституціональних чинників та суб'єктивно-ціннісних наслідків: вітчизняний досвід. *Актуальні проблеми соціології, психології, педагогіки*, 2012, 16: 21-33.
27. Смит А. Исследование о природе и причинах богатства народов. М.: Эконов, 1993. Т. 1–2.. С. 36
28. Сорокин П. Социальная и культурная мобильность. В кн.: Человек. Цивилизация. Общество. М.: Политиздат, 1992. С. 359–366.
29. Шевченко-Перепьолкіна Р.І. Шляхи розвитку малого бізнесу в умовах Covid-19. Економіка та управління підприємствами: Випуск 49. 2020. С. 147-151.
30. Шулятьева Н. А. Малый бизнес в условиях рынка. "Деньги и кредит", 2008, N 9, с.22-27, с. 78-81.
31. Шумпетер Й. Теория экономического развития ; [пер. с нем.]. М. : Прогресс, 1982, 455 с.
32. Юрков С.А. Предпринимательство и нововведения в современных фирмах: Мировая экономика и международные отношения в современных фирмах, 2008. №9. с.109.

33. Кожен п'ятий бізнес може закритися через карантин // European Bussines Association. URL: <https://eba.com.ua/kozhen-p-yatyj-malyj-biznes-mozhe-zakrytysya-cherez-karantyn-opytuvannya-eva/>
34. Малий бізнес в ринковій економіці, його роль і перспективи // Ukrbukva. URL: <https://ukrbukva.net/page,2,30678-Malyiy-biznes-v-rynochnoiy-ekonomike-ego-rol-i-perspektivy.html>
35. Структурно-функціональний підхід: Т. Парсонс // Stud.com. URL: https://stud.com.ua/82041/filosofiya/strukturno_funktsionalniy_pidhid_amerikansk_uy_antropologiyi_parsons_merton
36. Як врятувати малий бізнес в умовах карантину? URL: <https://delo.ua/opinions/jak-vrjativati-malijbiznes-v-umovah-karantinu-367890/>
37. OECD(2020), Моніторинг реалізації Стратегії розвитку МСП України на 2017-2020 роки, OECD Publishing, Paris, www.oecd.org/eurasia/competitiveness-programme/easternpartners/Monitoringthe-Implementation-of-Ukraine'sSME-Development-Strategy-2017-2020-UKR.pdf