

Пономаренко І.В., к.е.н., доцент,
Київський національний університет технологій та дизайну
Воловненко К.В.
ДВНЗ «Київський національний економічний університет
імені В. Гетьмана»

СУЧАСНІ ПІДХОДИ ЩОДО ВДОСКОНАЛЕННЯ СТАТИСТИЧНОГО АНАЛІЗУ ДІЯЛЬНОСТІ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ В УКРАЇНИ

Трансформації глобального середовища та національних економічних систем впливають на специфіку функціонування суб'єктів підприємницької діяльності. Особливе місце у даній системі займають малі підприємства, функціонування яких істотно залежить від державної політики: нормативно-правові акти, які регламентують діяльність суб'єктів підприємницької діяльності; фіскальна політика; державні дотації та ін. Слід зауважити, що малі компанії відіграють значну роль у національній економічній системі, оскільки в процесі підприємницької діяльності виробляють товари та послуги, залучають робочу силу, є платниками податків, тобто приймають активну участь у вирішенні певних соціально-економічних питань на регіональному та національному рівнях. Орієнтуючись на світовий досвід щодо розвитку малого бізнесу, в Україні необхідно удосконалити чинну нормативно-правову базу у даній сфері, що дозволить оптимізувати умови функціонування малих підприємств та сприятиме їх сталому зростанню.

В процесі вирішення питань стосовно удосконалення стратегії розвитку малих підприємств необхідно забезпечити відповідне статистичне забезпечення, оскільки успішність розробки комплексу заходів передбачає використання всебічної інформації про діяльність даних компаній. В нашій країні збором та обробкою інформації про діяльність малого бізнесу займається Державна служба статистики України. Для отримання даних застосовується Методика формування вибіркової сукупності звітних одиниць у структурному обстеженні малих підприємств, затверджена наказом Держкомстату від

29.12.2010 №536 [1]. В даному випадку необхідно відмітити відставання збору інформації про діяльність малих підприємств, оскільки Державна служба статистики України публікує відомості про фінансові результати діяльності великих та середніх підприємств на щоквартальній основі, а інформацію про малий бізнес лише щорічно. Враховуючи сучасні динамічні зміни на глобальному та національному ринках споживчих настроїв, що пояснюється активним зростанням чисельності користувачів мережі Інтернет, збільшенням кількості каджетів та діджиталізацією маркетингових стратегій, малий бізнес дуже швидко прилаштовується до потреб цільової аудиторії. В зазначених умовах органи державної статистики повинні розробити методичні підходи щодо оперативного збору комплексної інформації про діяльність малих підприємств та реалізувати їх на практиці.

В процесі збору інформації про функціонування малого бізнесу можуть використовуватись різноманітні підходи, проте одночасно з класичними статистичними методами (суцільні спостереження та вибіркові спостереження), доцільно запроваджувати інноваційні методи, серед яких вдалим інструментом може виявитись веб-аналітика [2]. Враховуючи кон'юнктуру ринку, малі підприємства у багатьох випадках використовують в процесі власної діяльності мережу Інтернет, створюючи власні ресурси (сайти, сторінки у соціальних мережах, YouTube-канали тощо) або використовуючи маркетплейси, найпопулярнішим з яких в Україні є Prom.ua. На зазначених ресурсах можливий збір відповідних даних за допомогою веб-аналітики, частина з яких може передаватись органам державної статистики.

Література

1. Структурні зміни в економіці України та її регіонів. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://ukrstat.org/uk/metaopus/2016/1-2_03_01_01_2016.htm.
2. Веб-аналітика: анализируй это! [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://habr.com/ru/post/66195/>.