

УДК 351 : 336.2.02.658.114

*Р. О. КУПАЛОВ*

## **ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ІДЕНТИФІКАЦІЇ ОБ'ЄКТІВ І СФЕР РЕГУЛЮВАННЯ В ПІДПРИЄМНИЦЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ**

*Наведено основні риси підприємницького середовища. Узагальнено ключові чинники впливу на зовнішнє підприємницьке середовище і визначено дві групи умов, які визначають можливість існування підприємницького середовища та можливості для його розвитку.*

*The article in generalized view contents main characteristics of entrepreneurial environment, summarizes key factors influence on external entrepreneurial environment and defines two groups of conditions that determine a possibility of entrepreneurial environment existence and its development*

**Ключові слова:** підприємницьке середовище, ідентифікація об'єктів, сфера регулювання.

Підприємницьке середовище формує умови для різних сценаріїв розвитку національної економіки й одночасно є передумовою розвитку криз, після яких настає або похвалення, або тривалий застій, що вимагає певного впливу на мінімізацію негативних наслідків у розкритті шляхів формування бізнес-структур й ефективного ринкового середовища. Варіанти прогнозування можуть бути найрізноманітнішими. У цьому зв'язку важливим є ідентифікація об'єктів і сфер регулювання бізнес-середовища в системі суспільного відтворення.

Наукові уявлення про сутність підприємницького середовища, його місце і роль в економічному розвитку суспільства, методах його регулювання за умов ринкової модернізації змінювалися і розвивалися у міру становлення суспільного устрою. У вітчизняних наукових дослідженнях через низку об'єктивних причин все ще відчувається деякий брак у теоретичних і методологічних розробках щодо питань регулювання бізнес-середовища і всією системою суспільного відтворення. Разом з тим у багатьох західних розвинених країнах вже порівняно давно є фундаментальні напрацювання з приводу функціонування бізнес-структур, що свідчить про важливість проблеми й підняття її на державний рівень.

Певний внесок у розвиток теорії й практики формування підприємницького середовища внесли закордонні вчені: М. Альберт, В. Вавра, Е. Голдрат, П. Друкер, Ш. Майтан, Ш. Славик, Дж. Стрікланд, А. Томпсон, А. Хоскінг, Ф. Хедоурі, Й. Шумпетер та ін. Поряд з ними слід відзначити і таких українських науковців, як С. Білу, З. Варналія, Л. Воротіну, А. Воронкову, З. Герасимчука, Ю. Ключко, Т. Кондратюка, В. Кравченка, О. Кужель, В. Маліновського, В. Медяника, І. Михасюка, О. Поважного, О. Титаренка та ін. В їхніх працях висвітлено окремі питання, що стосуються характеристики підприємницького середовища. Однак аналіз опублікованих робіт показує, що недостатньо дослідженими залишаються

питання всебічної класифікації чинників, що формують те зовнішнє середовище, на яке бізнесмен майже не здатний впливати. Так, актуальність і недостатня розробленість низки теоретичних питань формування бізнес-середовища є підставою для проведення певних наших наукових пошуків, які спрямовуються на пошук і дослідження реальних механізмів модернізації зовнішнього підприємницького середовища.

Метою статті є теоретичне узагальнення основних ознак поняття “підприємницьке середовище”, чинників впливу на нього та його складових елементів.

Проблеми підприємницького середовища досліджували багато сучасних учених і міжнародних організацій. У центрі уваги переважної більшості з них – обґрунтування доречності тих чи інших ознак підприємницького середовища (далі – ПС).

Вивчення спеціальної економічної літератури [7, с. 41; 8, с. 7] дозволяє дійти висновку, що існує три підходи до визначення сутності ПС: загальноуправлінський, маркетинговий і підприємницький. Відмінності у формулюванні термінів “ПС”, “середовище організації”, “маркетингове середовище”, “ділове середовище” не змінюють зміст поняття і викликані лише специфікою тієї галузі економічної науки, в якій вони використовуються.

Сьогодні одним з найпоширених тлумачень ПС є визначення Міжнародної фінансової корпорації, яке застосовується у відповідних доповідях про стан бізнесу по країнах, у тому числі і в Україні: це набір інституціональних, нормативно-правових і регуляторних умов, в яких працює бізнес. Поряд з державним регулюванням до компонентів бізнес-середовища відносять також інфраструктуру, трудові і інші ресурси. При цьому наголошується, що стан бізнес-середовища прямо залежить від зусиль держави зі створення рамкових умов для ведення бізнесу (включаючи законодавство і його застосування) [2, с. 8]. Тому вочевидь, що сюди можна віднести ті сили, які оцінюються в традиційному ПЕСТ-аналізі [5, с. 10], котрі перебувають головним чином поза зоною контролю і впливу бізнесу та можуть мати як позитивний, так і негативний вплив на бізнес. Х. Ламберт під ПС пропонує розуміти “...сусільно-економічну ситуацію, яка включає ступінь економічної свободи, наявність підприємницького корпусу, домінування ринкового типу економічних зв’язків” [10, с. 14], тобто надаються не якісні характеристики явища, а його структурні елементи.

Під дещо іншим кутом ПС розглядається росіянами В. Гребенником і С. Шкодинським, які вбачають не умови, а ситуацію, а точніше ступінь її сприятливості для підприємницької діяльності сторонніх суб’єктів: “...це сприятлива соціально-економічна, політична, цивільно-правова ситуація у країні, яка здатна забезпечити економічну свободу дїездатним громадянам для заняття підприємницькою діяльністю, що спрямовується на задоволення потреб усіх суб’єктів ринкової економіки” [7, с. 41–42]. У даному разі до останніх суб’єктів ринкової економіки відносимо державу, домогосподарства, іноземні економічні й політичні суб’єкти, церкву тощо. Це логічно узагальнюється в інтегровану сукупність різних (об’єктивних і суб’єктивних) факторів, що дозволяють підприємцям домагатися успіхів у досягненні поставлених цілей та отриманого прибутку.

Узагальнюючи предмет дискусій учених, зазначимо, що, на думку одних, ПС доцільно розглядати як комплекс юридичних, податкових, організаційних й інших

умов, що стимулюють збереження та розвиток господарської діяльності в різних формах. Інші вчені вважають, що ефективно підприємницьке середовище мусить забезпечувати цивілізованим і законослухняним підприємцям необхідні економічні свободи – як перша і визначальна умова становлення підприємництва, а як друге – організаційно-господарське новаторство. Це положення не претендує на визнання в якості повного визначення “підприємницького середовища”, проте воно, на наш погляд, є раціональним, оскільки пояснює, по-перше, за яких обставин таке середовище стає ефективним, і по-друге, показує, що ключове місце в підприємницькому середовищі належить такому сегменту, як “економічна свобода”, за якої підприємництво стає можливим і, головне, здобуває на цій основі сутність організаційно-господарського новаторства. З урахуванням цього запропонуємо власне визначення ПС, це – сукупність суб’єктивних і об’єктивних чинників, які впливають на функціонування суб’єктів підприємницької діяльності і визначають умови їх існування та розвитку на основі підприємницької ініціативи.

Деякі дослідники вважають, що ПС генерує сукупність її компонентів, які сприяють формуванню та розвитку підприємництва [16, с. 74–85; 17, с. 20–25]. Однак дослідники розійшлися в думках стосовно питань ідентифікації загальних ознак і особливостей цих компонентів. На наш погляд, загальною ознакою таких компонентів є їхня приналежність до двох груп – внутрішніх і зовнішніх [7, с. 38; 18, с. 406; 19, с. 20].

Так, перша група – це компоненти ПС, які визначаються як “внутрішні”, тобто зсередини генерують і розвивають підприємництво і зокрема, його інноваційну складову. Вони обумовлюються управлінськими рішеннями усередині компанії (мета, структура, технології, люди). А друга група – це зовнішні компоненти, що створюють додаткові умови активізації та стимулювання (або гальмування) підприємницької діяльності. Вони виникають незалежно від діяльності конкретної фірми [13, с. 12].

З урахуванням цього в даному дослідженні й у подальших роботах увагу буде сконцентровано саме на зовнішніх компонентах і зовнішньому бізнес-середовищі, яка є складовою макросередовища як середовища, що “формує глобальну обстановку, загальні умови функціонування суб’єктів підприємництва, котрі визначають характер розвитку останніх поза залежністю від керуючих впливів самих підприємств” [9, с. 7]. До них варто віднести такі чинники (критерій класифікації – ступінь безпосередності дії оточуючого середовища на бізнес):

1) прямої дії, а саме:

– макроекономічний стан економіки (рівень, структура пропозиції та попиту на товари, структура надлишку або брак робочих місць, обсяги, структура доходів населення і фірм, ступінь доступність обігових коштів, середній рівень доходу на інвестований капітал, структура попиту та пропозиції на фінансових ринках);

– інфраструктура бізнесу (виробнича, ринкова, фінансова, інформаційна) як система інститутів й їхніх взаємозв’язків, за допомогою яких бізнес одержує можливість устанавлювати ділові взаємини й вести комерційні операції;

2) непрямої дії (державна політика, соціально-культурне середовище, правове середовище, технологічне середовище, фізичне і географічне середовище [9, с. 3–21].

Звідси – сукупність усіх зовнішніх і внутрішніх компонентів ПС за їхніми рисами можна розділити на три сегменти (критерій класифікації – здатність стороннього

об'єкта до чіткого опису його форми впливу на ПС):

- інституціональні утворення та форми їхнього впливу;
- умови підприємницької діяльності;
- загальні фактори впливу.

У групу інституціональних зовнішніх компонентів першого сегмента варто включити виробника, конкурента, а також підприємницьку інфраструктуру, під яким будемо розуміти “організаційно-економічну систему, сукупність різних організацій і приватних осіб, яка спрямована на підтримку суб'єктів підприємництва і забезпечує умови їхнього ефективного функціонування і розвитку, а також динамічне просування результатів діяльності підприємців до споживача у нерозривному зв'язку з фінансовими і інформаційними потоками” [8, с. 7].

Підприємець як інституціональний “внутрішній” компонент може узагальнити багато з наведених зовнішніх компонентів або виступити в якості їхнього власника або співвласника. Однак головне полягає в тому, що він одночасно здатний трансформуватися у споживача продукції (товарів і послуг), тобто сполучати в собі сутнісні характеристики інституціональних “внутрішніх” і “зовнішніх” компонентів ПС. Це відноситься і до інших “зовнішніх” інституціональних компонентів, яким у результаті властива діалектична подвійність, що варто вважати характерною рисою першої групи ПС.

Аналіз ситуації із класифікацією компонентів ПС до “внутрішньої” і “зовнішньої” підгруп ускладнюється, якщо його здійснювати з урахуванням взаємозалежностей, що однозначно є в системі світогосподарських зв'язків. Так, закордонний підприємець, якщо розглядається як виробник, зазвичай має характеризуватися як зовнішній інституціональний компонент по відношенню, наприклад, до українського підприємця, якщо останній є споживачем. При цьому він зберігає здатність бути внутрішнім, а стосовно закордонного партнера – інституціональним зовнішнім компонентом, якщо закордонний партнер виступає в ролі виробника.

Російська дослідниця І. Пушкарьова виявила таку тенденцію в змінах ПС: чим активніше відбувається трансформація інституціональних внутрішніх компонентів у “зовнішні” і, навпаки, “зовнішні” – у “внутрішні”, тим інтенсивніше розвиток ПС [13, с. 13–14]. Наприклад, стають ширшими її масштаби, підвищується рівень диверсифікованості галузевої структури і номенклатури товарів і послуг, стають більш адаптивними та інноваційними форми і методи підприємницької діяльності і, відповідно, підприємницького середовища в тій її частині, яка формується “інституціональними” компонентами у сфері інновацій.

Група компонентів ПС, віднесена до другого сегмента (“умови підприємницької діяльності”), має, на нашу думку, більш чіткі межі. До неї можна віднести природно-кліматичні умови і географічне положення, економічну свободу і нормативно-правову базу.

Подальший аналіз наукових першоджерел [1, с. 45–54; 6, с. 30–31; 14, с. 14–19; 15, с. 209–223] показує, що перший елемент цієї групи компонентів ПС багато в чому формується зусиллями підприємця як головного внутрішнього компонента групи “інституціональне ПС”.

“Економічна свобода” і підприємництво формують взаємозалежну систему. Чим більші масштаби першої і рівень її розвиненості, тим успішнішим є, з одного боку, розвиток підприємництва, а з іншого – швидкі темпи розвитку розширення підприємництва здатні визначати необхідність в адекватному розвитку “економічної свободи”. У цьому питанні в Україні усе ще достатньо “вузьких місць”.

“Правова основа” – це формальні інститути-правила [12, с. 19] і правові регулятори підприємництва, які встановлюються і реалізуються ними. До цього відносяться – чітке встановлення права на власність і виконання договірних зобов’язань, відповідальність підприємців за порушення законодавчих і нормативних актів (зокрема, господарське, цивільне право), що регламентують підприємницьку діяльність. Особливий інтерес, на думку автора, представляє взаємозв’язок “правової основи” з комплексом питань, що стосуються проблематики інноваційної спрямованості підприємництва. Попередній аналіз цієї проблематики показує, що найважливішим інструментом, яким користується держава для сприяння інноваціям, має бути передбачувана ціна грошей в економіці.

“Податкова система” разом з компонентом “економічна свобода” за своєю суттю пронизує структури практично всіх компонентів ПС у цілому.

В останній, третій, сегмент групи компонентів ПС– “загальні фактори впливу” – пропонується включити такі “зовнішні” компоненти:

- політична ситуація у країні;
- місце на міжнародній арені і зовнішня політика;
- ситуація у світовій економіці;
- зовнішньоторговельна практика, що застосовується до певної держави іншими країнами-партнерами та інші подібні чинники.

Крім того, до цієї групи включаються такі чинники: а) соціальні (соціальна обстановка, пов’язана з рівнем платіжного попиту населення (споживачів), рівнем безробіття); стан охорони здоров’я, демографічна ситуація; національні традиції та звичаї; національні цінності; б) культурні, які обумовлені рівнем освіти населення і забезпечують зацікавленим індивідам можливість займатися підприємництвом. До даної групи компонентів ПС доцільно включити також науково-технічні і технологічні фактори, які визначаються деякими вченими більш загальним поняттям “технологічне середовище”, і яке характеризує рівень науково-технічного розвитку країни [11, с. 89].

Усі ці три групи сегментів ПС мають між собою системні зв’язки та взаємозалежності, які, у свою чергу, багато в чому визначаються існуванням зв’язків і взаємозалежностей між компонентами в рамках кожного із цих сегментів.

Вочевидь, ПС, яке існує і розвивається в межах національної економіки, виявляється у зростаючих взаємозв’язках з підприємницьким середовищем закордонних економік і міжнародним підприємницьким середовищем. Ці взаємозв’язки і залежності диверсифікуються, поновлюються і розширюються головним чином у результаті подвійності природи “внутрішніх” компонентів

ПС, їхньої здатності до взаємної трансформації в “зовнішні” компоненти і навпаки.

Необхідно зазначити, що компоненти, котрі входять до групи “загальні фактори впливу” носять занадто розпливчастий характер. У них складно, а часом і неможливо виявити внутрішні і зовнішні компоненти. Відтак, можна запропонувати зосередити подальшу дослідницьку увагу на перших двох сегментах компонентів зовнішнього підприємницького середовища, по-перше, “інституціональна група”, і по-друге, група “умови підприємницької діяльності”.

Важливим у ході дослідження є чітке встановлення груп умов, які тією чи іншою мірою визначають параметри сучасного ПС. Такими, на нашу думку, є:

1) умови, які визначають можливість існування ПС:

- соціально-політична ситуація в країні (лояльність влади, відсутність соціально-культурних протипоказань і заборон),
- базове нормативно-правове забезпечення;
- основні економічні передумови (наявність платоспроможного попиту, ринків товарів і послуг, сила конкуренції, доступність інвестицій і т. ін.);
- наявність природних ресурсів і їхня доступність;
- ступінь залежності бізнесу від соціальної, виробничої інфраструктури, транспорту і зв'язку.

2) умови, які визначають можливості для розвитку ПС:

- позитивна динаміка макроекономічних показників;
- відсутність політичних конфліктів у владі і між суб'єктами підприємництва;
- відсутність протиріч і принципових неоднозначностей у нормативно-правовій базі;
- ефективна система захисту прав суб'єктів підприємництва;
- ступінь впливу на ПС адміністративних перепон;
- загальнодержавна і державна цільова підтримка інноваційної активності підприємництва тощо.

Ступінь усвідомлення державною владою трансформацій і змін у своїй поведінці під час забезпечення багатьох з цих умов сьогодні є, на наше переконання, украй важливою. Так, під час фінансово-економічної кризи 2008 – 2009 рр. у світі спостерігається чітка тенденція термінового вдосконалення методів і форм державного регулювання розвитку підприємництва і ПС: відбуваються суттєві зрушення в цілях, механізмах регулювання, у пошуку балансу застосування державного та ринкового механізмів регулювання економік за умов нових глобалізаційних викликів, змінюються організаційні форми взаємодії органів державного управління із суб'єктами приватного бізнесу тощо. Вивчення останнього напрямку, на наше переконання, є край важливим, що стане предметом наших подальших досліджень.

#### Література:

1. Балацкий Е. Малый и крупный бизнес: тенденции становления и специфика функционирования / Е. Балацкий, А. Потапова // Экономист. – 2001. – № 4.
2. Бізнес-середовище в Україні 2007 / Міжнародна фінансова корпорація: [проект “Розвиток підприємництва в Україні”]. – К. : МФК, 2007. – 56 с.

3. Бусыгин А. В. Предпринимательство. Основной курс: [учеб. для вузов] / А. Бусыгин. – М. : ИНФРА, 1997 – 316 с.
4. Варналій З. С. Основы підприємництва : [навч. посіб.] – 3-тє вид., випр. і доп. / З. С. Варналій. – К. : Знання-прес, 2006. – 350 с.
5. Вдохновляющий бизнес-план: Успешные инновации / Центр предпринимательского творчества и системных инноваций. – М. : Центр предпринимательского творчества и системных инноваций, 2008. – 46 с.
6. Гимпельсон В. Новое российское предпринимательство: источники формирования и стратегия социального действия / В. Гимпельсон // МЭ и МО. – 1993. – № 6.
7. Гребеник В. В. Основы предпринимательства : [учебный курс] / В. В. Гребеник, С. В. Шкодинский. – М. : Моск. ин-т экономики, менеджмента и права, 2009. – 308 с.
8. Кан С. Л. Формирование благоприятной внешней предпринимательской среды : автореф. ... канд.экон.наук : спец 08.00.05. / С. Кан. – М. : Гос. ун-т управления, 2007. – 26 с.
9. Курс предпринимательства : [учебник для вузов] / под ред. В. Я. Горфинкеля. – М. : Финансы, ЮНИТИ, 1997. – 288 с.
10. Ламберт Х. Социальная и рыночная экономика : немецкий путь / Х. Ламберт ; [пер. с нем.]. – М. : Дело, 1993. – 394 с.
11. Моисеев М. Предпринимательская деятельность граждан : понятие и конститутивные признаки / М. Моисеев, М. Шпогов // Хозяйство и право. – 1997. – № 3.
12. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт ; пер. с англ. А. Н. Нестеренко; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. – М. : Фонд экономической книги “Начала”, 1997. – 180 с.
13. Пушкарева И. А. Налоговые инструменты государственного регулирования развития предпринимательской среды в инновационно ориентированной экономике / И. А. Пушкарева : автореф... канд. экон. наук: спец. 08.00.05. – М. : РАГС, 2008. – 27 с. – С. 12.
14. Радыгин А. Государственное регулирование в корпоративном секторе / А. Радыгин // Журнал для акционеров. – 1999. – № 7.
15. Современный бизнес : [учебник] : в 2 т. / Д. Речмен, М. Мескон, К. Боуви, Дж. Тилл ; пер. с англ. – М. : Республика, 1995. – Т. 1. – 470 с.
16. Тилли Р. Предпринимательская мораль и предпринимательское поведение в XIX веке: приметы немецкой буржуазности / Р. Тилли // Политэконом. – 1997. – № 1.
17. Хоскинг А. Курс предпринимательства: [практическое пособие] / А. Хоскинг ; пер. с англ. – М. : Междунар. отношения, 1993. – 300 с.
18. Berkowitz D. Entrepreneurship and Post-Socialist Growth / D. Berkowitz, N. D. DeJong. – William Davidson Institute Working Paper. – 2001. – 292 с.
19. World Bank Doing Business in 2005: Removing Obstacles to Growth / World Bank. – Washington: World Bank, 2005. – 120 с.

*Надійшла до редколегії 16.09.2009 р.*