

6. Попондопуло В. Ф. Правовой режим предпринимательства. — С.Пб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 1994. — С. 14–15, 19–20.
7. Ніколасва Л. В., Пальчук П. М., Старцев О. В. Комерційне право: Практикум. — К.: Істипа, 2000. — С. 13.
8. Лебедев К. К. Предпринимательское и коммерческое право: системные аспекты (предпринимательское и коммерческое право в системе права и законодательства, системе юридических наук и учебных дисциплин). — С.Пб.: Юрид. центр Пресс, 2002. — С. 62, 97.
9. Науково-практичний коментар Господарського кодексу України / За заг. ред. В. К. Мамутова. — К.: Юрішком Інтер, 2004. — С. 80.
10. Цивільний кодекс України: Коментар. — Х.: Одіссей, 2003. — С. 44.
11. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців: Закон України від 15 травня 2003 р. // Офіційний вісник України. — 2003. — № 25. — Ст. 1172.

УДК 346.26

*В. В. Добровольська*

### **ДЕРЖАВНЕ РЕГУЛЮВАННЯ ТА САМОРЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ ПІДПРИЄМНИЦТВА**

Однією з найважливіших проблем підприємництва є його державне регулювання. Це поняття є спірним у науковій літературі, що стосується як його засобів, способів тощо, так і ступеня державного регулювання та його сполучення із саморегулюванням у сфері підприємництва.

Незважаючи на безсумнівно важливу роль державного регулювання підприємництва в сучасних умовах, внаслідок розвитку підприємницьких відносин зростає і значення саморегулювання у цій сфері.

Оскільки підприємництво є різновидом економічної діяльності, саморегулювання підприємництва має свої начала в саморегулюванні економіки.

В економічній літературі розрізняють саморегулювання економіки та державне її регулювання. Саморегулювання ринкової економіки здійснюється через такі інструменти, як ціна, попит і пропозиція, конкуренція [1]. У найбільш розвинутих країнах сформувалася широка мережа механізмів саморегулювання — функціональні економічні системи (ФЕС). Функціональні економічні системи визначають як динамічні саморегулювальні системи, діяльність яких спрямована на підтримування макроекономічної рівноваги національного ринку і створення оптимальних умов для обміну товарами, послугами, технікою, технологіями, формами капіталу, робочою силою тощо. ФЕС об'єднують різноманітні елементи ринкової інфраструктури, інституціональні заклади, у тому числі органи законодавчої і виконавчої влади, державні структури, асоціації товаровиробників, аналітичні та інформаційні центри, приватні комерційні структури та ін. У процесі економічних перетворень у нашій країні створюють лише окремі елементи функціональних економічних систем, з яких у перспективі повинні сформуватись дієві механізми саморегулювання [2].

Іноді в юридичній літературі заперечується наявність саморегулювання у сфері підприємництва. Так, на думку В. М. Мандриця, підприємництво в ціло-

му не має якого-небудь свого органу управління — механізму саморегулювання, що дозволяв би йому успішно функціонувати [3]. З цією думкою не можна погодитися, тому що механізм саморегулювання не зводиться до наявності будь-якого органу управління, а головне, саме у сфері підприємництва саморегулювання відіграє більш важливу роль, ніж в інших сферах економічної діяльності.

Тому слід погодитися з В. Ф. Попондопуло, що підприємництво саме і належить до тієї сфери суспільства, де визначальним є саморегулювання. Тут нормативно-правові форми визначають лише необхідні вимоги, що пропонуються підприємству, залишаючи широкий простір для власного розсуду підприємця [4, 70].

Згідно з чинним законодавством підприємець має право приймати будь-яке рішення, якщо воно не суперечить законодавству. Тому локальна нормотворчість — це сфера самоврядування підприємця. Тенденція, що тут спостерігається, полягає в розширенні локальної нормотворчості і відповідно в звуженні сфери централізованого регулювання підприємницької діяльності, у закріпленні в нормативних актах органів державної влади і управління лише мінімальних (необхідних і достатніх) вимог до підприємства, що складають об'єктивно-правові межі свободи підприємництва [4, 80].

О. Р. Кибенко, аналізуючи досвід недержавного регулювання підприємництва у Великобританії, відзначає, що найбільша кількість інструментів такого регулювання у вигляді рекомендаційних документів приймається різними організаціями з питань корпоративного управління, зокрема: Кодекс чесної ділової практики, розроблений Асоціацією трастів і інвестиційних фондів; Кодекс чесної ділової практики: Роль і обов'язки директорів, затверджений британським комітетом інституційних акціонерів; Роль і обов'язки директорів — рекомендаційний документ, розроблений у рамках Асоціації британських страховиків; Обов'язки секретаря компанії; Рекомендаційна публікація Інституту дипломованих секретарів і адміністраторів [5].

Переважним є як визнання саморегулювання у сфері підприємства, так і розуміння його значення. У літературі не тільки визначається саморегулювання, але і відзначаються його достоїнства і недоліки.

Так, у Глумачному словнику Дж. Блека *self-regulation* (саморегулювання) визначено як урядовий підхід до регулювання якого-небудь із секторів економіки, що полягає в тому, що формулюються тільки загальні цілі, але завдання розробки і впровадження в життя детальних правил надається органу, який складається з діючих у даному секторі осіб. Достоїнством даного підходу є те, що люди, які працюють у даному секторі, мають змогу краще аутсайдерів виявляти проблеми і розробляти реалістичні методи управління. Небезпека саморегулювання полягає в тому, що воно дозволяє занадто активно діяти на захист вже існуючих у даному секторі фірм і занадто слабо — в інтересах споживачів або надання можливостей новаторам і виробникам, які уперше вступають на даний ринок [6].

Інколи віддається перевага терміну «спільне регулювання». Європейська Комісія визначає спільне регулювання таким чином: «представники бізнесу та споживачі узгоджують права споживачів та зобов'язання компаній при сприянні державних органів, що призводить до правових наслідків». Порівняймо

це із саморегулюванням, яке, згідно з визначенням Європейської Комісії, складається з «добровільних зобов'язань компанії перед споживачами, прийнятих індивідуально або в рамках членства в торговій асоціації, організації, або навіть угоди з іншою компанією». Основна різниця між спільним регулюванням та саморегулюванням полягає в ролі уряду та ступені застосування закону. Згідно з визначенням Європейської Комісії спільне регулювання являє собою поєднання державного регулювання та комерційного саморегулювання. Такий інститут може знову перетворитися на державне регулювання, особливо якщо невдале впровадження саморегулювання вимагає від держави застосування резервних повноважень.

Нарешті, з правової точки зору держава може спиратися на змішані схеми регулювання для здійснення самого регулювання, яке в іншому разі має бути виключно функцією держави. Держава може зробити такий вибір з економічних міркувань, оскільки об'єкти регулювання мають більший досвід у вирішенні питання про те, якими повинні бути правила регулювання, передавши функції регулювання представникам виробництва або торгівлі, держава звільняється від витрат на регулювання. Представники виробництва або торгівлі зацікавлені у виконанні цієї функції, оскільки вони можуть уникнути ситуації надмірного, з їх точки зору, регулювання. Вони можуть також надавати переваги своїм представникам, встановивши вищі стандарти доступу на ринок, виключаючи таким чином конкурентів, та отримати переваги для покращення своєї репутації [7, 35–36].

В юридичній літературі визнається допустимим саморегулювання користування суб'єктивними правами, що композиційно складають право на підприємницьку діяльність [8]. При цьому під саморегулюванням (включаючи самоорганізацію і самоврядування) розуміється залучення відповідних ресурсів сучасного цивільного суспільства, насамперед його корпоративних інститутів (організацій, підприємств) [9].

Однією зі сфер підприємницької діяльності, де саморегулювання є найбільш розвинутим, є комерційна рекламна діяльність. На думку Н. О. Саніахметової і А. І. Черемнової, альтернативою державному регулюванню реклами є саморегулювання рекламної діяльності, що може розв'язувати проблеми інформування ринку дешевше і швидше, ніж державне регулювання. Одним із способів саморегулювання є встановлення стандартів рекламної діяльності, які рекламодавці добровільно дотримують [10].

Ю. В. Черчукин вважає, об'єктивний формат (масштаб) рекламної діяльності визначає державну зацікавленість у передачі частини функцій контролю за рекламою органам саморегулювання. Вчений відзначає і поширеність цього способу регламентації за кордоном. Міжнародна торговельна палата вперше опублікувала Міжнародний кодекс рекламної діяльності ще в 1937 р., і відтоді він регулярно обновлюється. У Росії на основі цього акта розроблений Звід звичаїв і правил ділового обігу реклами, що доповнює Міжнародний кодекс рекламної діяльності низкою етичних норм і положень. Разом з тим Ю. В. Черячукин вважає, що даний механізм саморегулювання до кінця не сформований. Пере-

шкоджає цьому, зокрема, та обставина, що кожна з існуючих у цій сфері організацій відбиває інтереси тільки певного кола суб'єктів підприємництва [11].

Разом з тим слід зазначити, що є такі сегменти ринку і підприємництва, де внаслідок їхньої специфіки саморегулювання практично виключене або зводиться до мінімуму через необхідність посиленого державного регулювання. До таких сфер належать природні монополії.

Саморегулювання в чистому вигляді не підходить також для економічного регулювання більшості послуг загального інтересу внаслідок унікального поєднання їх характеристик: вони одночасно являють собою природні монополії та найважливіші послуги. Таким чином, поки ще в цих секторах необхідним є скоріше державне регулювання, а не саморегулювання. Однак державне регулювання може передбачати діалог між промисловістю та іншими організаціями, такими як групи споживачів або екологічні організації, а це вже відповідає концепції саморегулювання Європейської Комісії. Зовнішні органи можуть брати участь у вирішенні таких питань, як обговорення цін та вирішення спорів, як це відбувається в інших країнах. Таким чином, саморегулювання може посилити ефект встановленого законом регулювання, а значить, і публічного права, а також бути форумом для розгляду індивідуальних скарг [7, 36].

Внаслідок дослідження державного регулювання і саморегулювання у сфері підприємництва можна зробити висновок, що вони не повинні виключати один одного, їх сполучення є одним з проявів поєднання публічних та приватних інтересів у сфері підприємництва, та є необхідністю у сучасних умовах. Співвідношення державного регулювання та саморегулювання, частка кожного з цих механізмів та значення в підприємстві обумовлюються рівнем його розвитку та конкретною сферою. Сферами підприємництва, де саморегулювання є найбільш розвинутим, є ринок цінних паперів, аудит та комерційна реклама.

### Література

1. Основи економічної теорії: Підручник / За ред. А. А. Чухпа. — К.: Вища шк., 2001. — С. 175.
2. Державне регулювання економіки: Підручник / І. Михасюк, А. Мельник, М. Крупка, З. Залого; За ред. І. Р. Михасюка. — 2-ге вид. — К.: Атіка, Ельга-Н, 2000. — С. 12–13.
3. Мандрица В. М. Российское предпринимательское право. — Ростов на/Д: Феникс, 1999. — С. 68.
4. Поподозуло В. Ф. Правовой режим предпринимательства. — С.Пб.: Изд-во Санкт-Петербург. ун-та, 1994. — С. 70, 80.
5. Кибенко Е. Р. Корпоративное право Великобритании: Законодательство. Прецеденты. Комментария. — К.: Юстициал, 2003. — С. 57–58.
6. Блэк Дж. Экономика: Толковый словарь: Англо-русский. — М.: ИИФРА-М; Весь Мир, 2000. — С. 658.
7. Сімсон Р., Синкова О. М. Регулювання послуг загального інтересу в СС. — О.: ОПЮА, 2004. — С. 35–36.
8. Крусс В. И. Право на предпринимательскую деятельность — конституционное полномочие личности. — М.: Юристъ, 2003. — С. 358.
9. Тихомиров Ю. А. Публичное право. — М., 1995. — С. 25.
10. Саниахметова П. А., Черемнова А. И. Законодательство Украины о коммерческой рекламе. — Х.: Одиссей, 1999. — С. 159.
11. Черячукин Ю. В. Проблемы правового регулирования рекламной деятельности в России и зарубежных странах: Автореф. дис... д-ра юрид. наук. — Ростов п/Д, 2002. — С. 29.