

[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/vnd2012/wp502pt001f01=900pf7171=55.html>.

33. Передвиборча програма Радикальної Партії Олега Ляшка «Новий шлях України» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/vnd2012/wp502pt001f01=900pf7171=114.html>.

34. Передвиборча програма політичної партії «Зелені» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/vnd2012/wp502pt001f01=900pf7171=46.html>.

35. Передвиборча програма політичної партії «Україна майбутнього» «Свобода для розвитку. Створимо Європу в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/vnd2012/wp502pt001f01=900pf7171=106.html>.

36. Передвиборча програма Соціалістичної партії України до виборів у Верховну Раду України 28 жовтня 2012 року «СПУ – за демократичний соціалізм! Змінимо Україну – разом!» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/vnd2012/wp502pt001f01=900pf7171=120.html>.

37. Передвиборча програма Української партії «Зелена планета» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.cvk.gov.ua/vnd2012/wp502pt001f01=900pf7171=103.html>.

38. Програма Об'єднаної опозиції. – С. 24.

39. Реєстр політичних партій [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.minjust.gov.ua/parties>.

УДК 331.105.42(477)

*Оксана Діденко*

## ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ БІЗНЕС-АСОЦІАЦІЇ В УКРАЇНІ

*У статті розглянуті питання створення, класифікації бізнес-асоціацій. Виділені етапи розвитку бізнес-асоціацій в Україні. Визначено, що будь-яка бізнес-асоціація є групою інтересів, причому мається на увазі не монолітний бізнес-інтерес, а ціла безліч інтересів економічних акторів.*

**Ключові слова:** тенденція, бізнес-асоціації, класифікація.

Громадські організації є активним гравцем на полі взаємодії органів публічної влади з бізнес-асоціаціями, зокрема в Україні. При цьому особливий інтерес для бізнесу як інструменту лобізму представляють ділові асоціації, тобто бізнес-асоціації. У країнах із перехідною економікою розвиток бізнес-асоціацій став складовою частиною інституційної модернізації.

Термін «бізнес-асоціація» використовується для позначення всіх типів об'єднань підприємців, торгових палат, торгово-промислових груп, професійних об'єднань, асоціацій роботодавців і т.п.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Сучасними дослідниками проблематики бізнес-асоціацій є: Н. Бурдюгова, Д. Вишневський, В. Воротін, В. Девятка, А. Зудін, Г. Кузнецов, М. Лациба, Д. Ляпін,

М. Мальський, Л. Пономарьова, І. Рутковська, Г. Чижиков, І. Чічмелі.

Метою даної статті є аналіз процесу розвитку бізнес-асоціацій. Досягнення поставленої мети зумовило необхідність вирішення таких завдань:

- досліджені тенденції розвитку бізнес-асоціацій,
- визначення детермінанти утворення бізнес-асоціацій.

Аналіз діяльності бізнес-асоціації дозволив визначити тенденції їх розвитку. Перші бізнес-асоціації в Україні з'явилися у 1991 р. і до 1998 р. мали характерну для того періоду часу та рівня економічного розвитку галузеву спеціалізацію, тому що система галузевих міністерств почала розпадатися, їх функції щодо захисту інтересів конкретних секторів промисловості, а також корпоративного захисту прав та інтересів нової ділової спільноти необхідно було комусь передати. Так, в 1991 році була створена Асоціація промисловості, будівництва, транспорту і зв'язку «Україна».

Вони характеризувалися низьким рівнем інституціоналізації, тобто відсутністю чіткого правового статусу і легальних каналів взаємин з державою.

Другий етап розвитку бізнес-асоціації (1999–2002 рр.) пов'язаний з регіональною спеціалізацією побудованих бізнес-асоціацій – представництвом ділових інтересів. На відміну від ранніх асоціацій, асоціації другої хвилі переорієнтовувалися на лобізм інтересів. За даними Міністерства юстиції України, станом на квітень 1999 р. у сфері економіки діяло 45 загальноукраїнських бізнес-асоціацій.

На третьому етапі (2003–2005 рр.) більшість з існуючих в Україні бізнес-асоціацій прямо чи опосередковано концентрували свою активність навколо зовнішньоекономічної діяльності своїх членів. Регулювання подібного роду контактів потребує, перш за все, таких видів адміністрування, як інформаційна та консультативна підтримка, реклама, просування інтересів національних виробників на зовнішніх ринках та інших – тобто таких форм регулювання, які дозволяють сконцентрувати зусилля багатьох суб'єктів бізнесу з використанням ресурсу бізнес-асоціацій.

На сучасному етапі (2006 р. – теперішній час) характерним є участь бізнес-асоціацій в асоціаціях більш високого рівня, в бізнес-коаліціях. Поточні проблеми бізнес-середовища спонукають брати участь бізнес-асоціацій в асоціаціях більш високого рівня або утворювати тимчасові коаліції для вирішення конкретного завдання в інтересах всіх учасників коаліції для посилення впливу на процес прийняття рішень у певній сфері діяльності, для одержання конкретного результату шляхом об'єднання ресурсів і розподілу завдань для забезпечення досягнення кінцевого результату. Цьому процесу сприяло ще і те, що в даний час кількісне зростання представництва різних інтересів змусило європейські власті ввести обмежувальні бар'єри, щоб при ухваленні рішень враховувати думки найбільш показних і важливих груп різних інтересів, не уповільнюючи при цьому і так досить тривалий процес ухвалення рішень.

Цілі, основні напрямки діяльності бізнес-асоціації, її пріоритети визначаються інтересами її членів. Членська база бізнес-асоціації, в свою чергу, визначає основні напрями діяльності бізнес-асоціації.

В теперішній час існують різні підходи до класифікації бізнес-асоціації.

В. Штрек і Р. Шміттер виділяють наступні детермінанти утворення бізнес-асоціацій:

- територію (загальнодержавні, регіональні й місцеві бізнес-асоціації);

- галузь або продукцію (галузеві бізнес-асоціації або бізнес-асоціації, в які входять фірми, що представляють різні ланки виробничого ланцюжка);
- масштаб бізнесу (бізнес-асоціації середнього і малого бізнесу);
- форму власності (бізнес-асоціації, що включають державні, приватні або підприємства із змішаною формою власності);
- мета діяльності (бізнес-асоціації, членами яких є комерційні або некомерційні організації);
- релігію, політичну лояльність, вік (об'єднання бізнесвумен, молодих підприємців тощо).

А. Зудін виділяє чотири основних типи бізнес-асоціації, що розрізняються за характеристиками членської бази, організаційної зрілості, ресурсів і функцій:

- асоціації – «суперміністерства»;
- асоціації-придатки;
- асоціації – «галузеві представники»;
- саморегульовані організації.

Найбільшою популярністю користуються асоціації – «суперміністерства», які спираються на широку й диверсифіковану членську базу, різняться високими показниками організаційного розвитку, мають у своєму розпорядженні значні ресурси. Робочі органи асоціацій – «суперміністерств» знаходяться в режимі постійної взаємодії з державними органами, а керівники бізнес-асоціацій цього типу епізодично спілкуються з «першими особами» держави.

Асоціації-придатки презентують другий тип бізнес-асоціацій. Їх відрізняє широка, але різноманітна членська база та недостатня ресурсна забезпеченість. Це підвищує автономію керівництва, але, як правило, знижує рівень організаційного розвитку та ефективність роботи. «Асоціації-придатки» можуть бути підконтрольні власному керівництву, але можуть представляти собою і фактичне продовження профільного відомства. В останньому випадку функція координації фактично делегується державним органам, а завдання самих бізнес-асоціацій обмежуються збором інформації про ситуацію у відповідному секторі ринку.

Асоціації третього типу, «галузеві представники», утворюють досить численну категорію, яка динамічно розвивається. Вони більшою мірою орієнтовані на переваги членської бази, принаймні – її активної частини, в яку крім великих фірм можуть входити й компанії середніх розмірів. «Галузеві представники» активно вибудовують відносини підприємств із державою, але можуть і координувати стосунки між підприємствами.

Четвертий тип бізнес-асоціацій представлений саморегульованими організаціями. Поки це нечисленна група бізнес-асоціацій, тісно пов'язана з регулятором, але вона володіє обмеженими лобістськими можливостями. Крім того, ця класифікація не враховує діяльність бізнес-асоціацій за межами країни, зокрема міжнародних.

Г. Чижиковим [6] була запропонована типологія бізнес-асоціацій, що включає такі типи, як бізнес-асоціації без статусу юридичної особи та бізнес-асоціації зі статусом юридичної особи. До першого типу відносяться:

- суспільні організації, які легалізовані шляхом повідомлень;
- представництва легалізованих, іноземних бізнес-асоціацій;
- партнерства, суспільні організації, їх союзи, центри, осередки;
- організації, які мають статус нерезидентів.

Бізнес-асоціації зі статусом юридичної особи містять:

- суспільні організації, які легалізовані шляхом реєстрації;
- союзи суспільних організацій;
- благодійні організації;
- об'єднання підприємств;
- союзи з міжнародним статусом;
- вільна участь юридичних осіб, окрім державних та комерційних підприємств;
- підприємства, юридичні особи, окрім державних підприємств вугільних та енергетичних об'єднань;
- торгово-промислові палати, фондові біржі, кредитні союзи, товариства взаємного страхування, міжнародні суспільні організації

Як відзначає А. Зудін, традиційно виділяють бізнес-асоціації учасників збутового ланцюжка; асоціації працевдавців, що спеціалізуються в області трудових стосунків (стандарті праці, заробітна плата, підготовка кадрів), і торговельні і(чи) торговельно-промислові палати, що представляють інтереси підприємців якогось географічного регіону, чия основна функція – надання послуг своїм членам.

Але дана типологія бізнес-асоціацій не зовсім вдала з точки зору включення бізнес-асоціації в стратегії регіонального розвитку. Вважаємо, що відмінності між класифікаціями видів влади зумовлюються, з одного боку, розходженнями в концептуальному баченні проблеми влади, наявністю різноманітних концепцій цього явища, а з іншого – вибором основ класифікації.

На наш погляд, бізнес-асоціації можна класифікувати наступним чином (рис. 1), що дозволяє осмислити їх діяльність в широкому суспільному масштабі:

- за територію діяльності (міжнародні, національні, регіональні, місцеві);
- за належністю членів бізнес-асоціації до конкретної галузі чи виду;
- підприємницької діяльності (галузеві та міжгалузеві);
- за переважною орієнтацією на захист інтересів підприємців, які належать до певної соціальної групи (молодь, жінки, звільнені в запас або у відставку військовослужбовці, інваліди тощо);
- за соціальною спрямованістю;
- за орієнтацією на активну участь у політичному житті суспільства;
- торгово-промислові палати.

Міжрегіональні бізнес-асоціації здійснюють свою діяльність і мають свої структурні підрозділи (відділення, представництва чи філії). Регіональні бізнес-асоціації здійснюють свою діяльність в межах території регіону.

Місцеві бізнес-асоціації здійснюють свою діяльність у межах одного муніципального утворення.

Об'єднання підприємців, що характеризуються переважною належністю своїх членів до якої-небудь конкретної галузі чи виду діяльності, виділені в групу галузевих бізнес-асоціацій.

На сьогоднішній день саме галузеві бізнес-асоціації демонструють приклади найбільшої організованості й відіграють помітну роль у розвитку відповідних галузей чи видів підприємницької діяльності.

Це пояснюється тим, що вони найбільшою мірою орієнтовані на вираження корінних інтересів підприємців, об'єднаних спільним ринком товарів і мають спільні проблеми й потреби. Міжгалузеві бізнес-асоціації включають підприємців, які зайняті в різних галузях і сферах діяльності, що, в свою чергу, зумовлює їхню цільову спрямованість на захист інтересів широких верств підприємницького співтовариства.

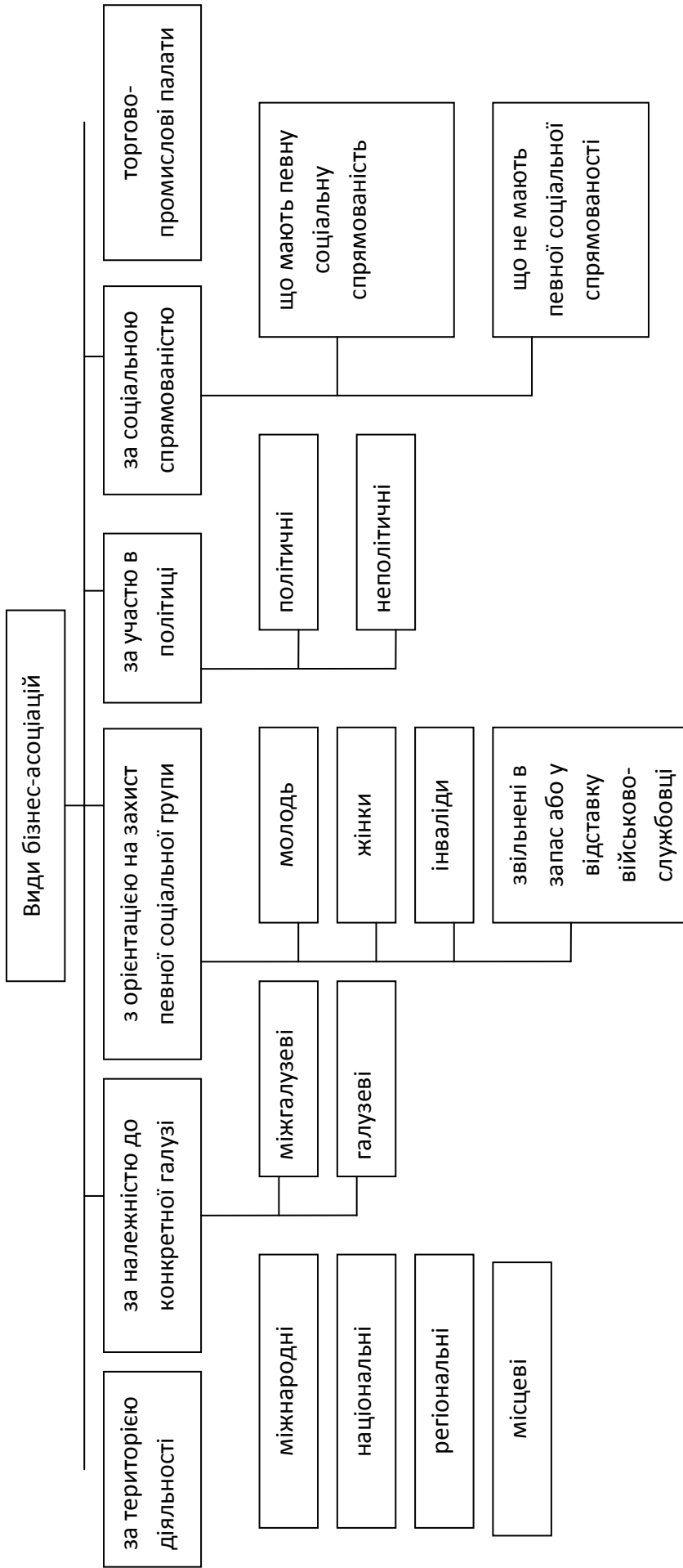


Рис. 1. Види бізнес-асоціацій

## Тракткування дослідниками поняття «бізнес-асоціація»

Автори	Тракткування
В. Воротін, В. Лазар [2]	Громадські об'єднання підприємців, створені заради чіткого формулювання своїх життєво важливих потреб і відстоювання інтересів усіма законними засобами
Д. Ляпін [3]	Одна з дієвих форм самоорганізації суб'єктів малого підприємництва для вирішення загальних завдань і задоволення інтересів, пов'язаних зі здійсненням ними підприємницької діяльності
Л. Пономарьова [4]	Самостійні та добровільні об'єднання суб'єктів підприємницької діяльності
І. Чичмелі, І. Рутковська [5]	Некомерційні організації різної організаційно-правової форми, засновані на членстві, які основною метою своєї діяльності вважають захист інтересів і сприяння розвитку бізнесу членів об'єднання.
Н. Бурдюгова [1]	Політико-економічний інститут, що відображає колективний інтерес бізнес-суб'єктів, що його складають. Ця структура є однією з форм репрезентації інтересів економічних гравців у стосунках із владними структурами.
Г. Чижиков [6]	Специфічна інтегруюча, структурно і функціонально організована система, що є незалежною від державних, владних або будь-яких інших структур, діє в правовому полі, захищає інтереси і задовольняє відомі потреби своїх членів, що входять в асоціацію на підставі добровільності й рівноправності; її діяльність підпорядковується декларованій місії і відповідає єдиній меті та фінансується за рахунок членських внесків і коштів, отриманих від комерційної діяльності, що не суперечить її місії.

У числі своїх головних цільових установок такі об'єднання називають розвитком підприємництва як соціально-економічного явища. Основними завданнями їх діяльності є представлення та захист інтересів підприємців у органах державної влади, участь у розробці регіональних і федеральних програм підтримки малого підприємництва і т.п.

Деякі з бізнес-асоціацій орієнтують свою діяльність на захист інтересів підприємців, які належать до певної соціальної групи (молодь, жінки, звільнені у запас або у відставку військовослужбовці, інваліди та ін.). Їх головними цілями є захист прав, реалізація інтересів та сприяння розвитку бізнесу представників цієї соціальної групи, в інтересах якої вони створені.

До особливої групи бізнес-асоціацій слід віднести торговельно-промислово палату, порядок створення і діяльність якої регламентується спеціальним законом [63]. Торгово-промислова палата є найбільш поширеною формою об'єднання представників бізнесу регіону, країни. На сьогодні діяльність ТПП охоплює багато функцій сприяння розвитку бізнесу, до яких належать і формальні дії, і заохочувальні заходи.

Суб'єкти підприємництва при вступі до бізнес-асоціацій, перш за все, мають мотивацію захисту свого бізнесу від несприятливих впливів, що завдаються зовнішнім оточенням.

Частково цей захист гарантується правовим і нормативним полем, але недосконалість деяких законодавчих і нормативних актів сприяє об'єднанню зусиль, спрямованих на їх зміну, реалізацію колективних можливостей захисту спільних інтересів.

Узагальнено трактування дослідниками поняття бізнес-асоціації (таблиця 1).

На наш погляд, бізнес-асоціації можна трактувати як складну за конфігурацією систему, що самоорганізується та формує своєрідну інфраструктуру забезпечення потреб, які виникають у регіональному, міжрегіональному і міжкраїнному середовищі, діючи за принципами і нормами регуляторної політики.

Сучасні асоціації підприємців, роботодавців виконують свої функції особливо ефективно та швидко

досягають результату в тому разі, коли їх члени посідають активну позицію, а не залишаються сторонніми спостерігачами процесу становлення бізнесових взаємовідносин у суспільстві. Будь-яка бізнес-асоціація є групою інтересів. Причому мається на увазі не монолітний бізнес-інтерес, а безліч інтересів економічних акторів. Існування різних інтересів не є негативним явищем, що перешкоджає колективній дії ділових кіл, а веде до виникнення різних типів бізнес-асоціацій.

Бізнес-коаліція як об'єднання зусиль і ресурсів декількох організацій для досягнення певних змін у законодавстві являє собою, з одного боку, невід'ємну частину компонентів зовнішнього середовища, тобто органів влади, а з іншого боку – один з інструментів стратегічного управління підприємством.

Таким чином, бізнес-коаліція є серединною ланкою, що з'єднує в собі мікро- й макрорівень управління.

Виникнення інтересу, що сприяє асоціативності бізнесу, можливо і на підставі функціональної детермінанти.

Таким чином, можна визначити, що для пострадянських країн бізнес-асоціації, як суб'єкти національної регуляторної політики, представляють собою новий тип управління, що здатний оперативно реагувати на виникнення нових специфічних потреб і задовольняти їх власними силами.

## Література.

1. Бардонова Е. Н. Бизнес-ассоциации как способ защиты интересов малого и среднего предпринимательства Украины / Е. Н. Бардонова // Культура народов Причерноморья. – 2009. – № 159. – С. 82–84.
2. Ляпін Д. В. Бізнес-асоціації в Україні: оцінка спроможності і перспективи розвитку / Д. В. Ляпін. – К : Інститут конкурентного суспільства; Український незалежний центр політичних досліджень. – 2005. – 48 с.
3. Пономарьова Л. С. Бізнес-асоціації в Україні як суб'єкти регуляторної політики та самоорганізації підприємництва / Л. С. Пономарьова // Державне будівництво, № 1, 2007. – С. 54–60.
4. Чичмелі І. В. Из истории развития зарубежных бизнес-ассоциаций [Електронний ресурс] / І. В. Чичмелі

ли, И. Б. Рутковская. – Режим доступа: <http://www.smb-support.ru/rop/2796>. – Название с экрана.

5. Чижиков Г. Д. Национальные бизнес-ассоциации в условиях интеграции экономики в мировое хозяйство : монография / Г. Д. Чижиков // – Донецк : Норд-Пресс, 2006. – 284 с.

УДК 35.073.53

*Наталія Дроздова*

## ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ УПРАВЛІННЯ СИСТЕМОЮ ДЕРЖАВНИХ ЗАКУПІВЕЛЬ НА КОНКУРСНИХ ЗАСАДАХ: ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

*Розглянуто проблемні питання інституційних перетворень та особливості формування організаційно-правового механізму управління системою державних закупівель на конкурсних засадах (ДЗКЗ). Здійснено теоретико-методологічне обґрунтування сутності організаційно-правового механізму управління системою ДЗКЗ, визначено напрямки його функціонування в контексті забезпечення ефективності ДЗКЗ. Окреслено напрямки подальших наукових досліджень.*

**Ключові слова:** державні закупівлі на конкурсних засадах, державне управління, організаційно-правовий механізм управління, система органів публічної влади.

Постановка проблеми

Світова практика доводить, що у розвинених економічних країнах державні замовлення широко використовуються як один з елементів системи підтримки економічної і соціальної стабільності, забезпечення поступового зростання економіки. На цьому ринку через систему контрактів устанавлюються і реалізуються економічні й договірні зв'язки держави-замовника з господарськими суб'єктами різних форм власності.

Проте сфера публічних закупівель – чи не найбільш яскравий приклад протистояння держави та бізнесу. На жаль, нині «тендерне законодавство» є не просто недосконалим – у ньому відсутня системність, яка необхідна для того, щоб протистояти численним лобістським впливам. Ситуація на ринку закупівель адекватно відображає рівень розвитку українського суспільства, ведення бізнесу, вирішення питань повсякденного життя [3, с. 3].

Як наслідок – могутній інструмент тендерних закупівель, яким є система ДЗКЗ, що стосується приблизно від 5–20 % ВВП (147 млрд. грн., та 40 % доходної частини державного (місцевого) бюджету), застосовується на дуже низькому рівні [6].

Провідне місце у вирішенні проблеми створення середовища чесної конкуренції з метою раціонального та ефективного витрачання бюджетних коштів належить організаційно-правовому механізму управління ДЗКЗ. Розробка напрямків його удосконалення стає одним із пріоритетних завдань науки державного управління.

© Дроздова Н.Г., 2012.

Досить широко організаційно-правові аспекти державного управління висвітлені у працях В. Б. Авер'янова, Г. В. Атаманчука, Б. П. Курашвілі, Б. М. Лазарева та інших.

Питання вдосконалення державних закупівель протягом останніх десятиліть знаходяться у сфері наукових інтересів багатьох вчених, таких як І. Банасевич, Н. Головка, Ю. Ганущак, В. Зубар, В. Карасьова, В. Колотій, І. Лопаткіна, О. Овсянюк-Бердадіна, Г. Пінькас, В. Смирчинський, Н. Ткаченко, Н. Турченко, К. Хусанова та інші. Методологічною основою проблемного вивчення інституту державних закупівель є праці основоположників інституційного підходу Е. Дюркгейма, У. Гамільтона, О. Конта, Дж. Ламберга, С. Ліпсета, І. Міллза, К. Маркса, Т. Парсонса, Г. Спенсера, Л. Уорда та ін.

Разом із тим, на сьогодні бракує досліджень щодо специфіки державного регулювання у сфері ДЗКЗ. Проблеми ефективного функціонування системи ДЗКЗ залишаються недостатньо вивченими з позиції науки «державне управління», що, у свою чергу, негативно впливає на об'єктивність визначення науково-теоретичних принципів реалізації державної політики у цій сфері.

Так, аспекти організаційно-правового механізму регулювання ДЗКЗ на сьогодні майже не розкрито. Це обумовлює необхідність проаналізувати загальні організаційно-правові аспекти державного управління у поєднанні з його особливостями у сфері ДЗКЗ. Від розробки концепції організаційно-правового механізму управління системою ДЗКЗ, з урахуванням історичного досвіду цієї діяльності, залежить його правильне та практичне функціонування на сучасному етапі. І суспільство, і держава зацікавлені у вдосконаленні організаційно-правового механізму управління системою ДЗКЗ, за якого забезпечується створення конкурентного середовища у сфері ДЗКЗ, розвиток чесної конкуренції, боротьба з корупцією, з метою забезпечення раціонального та ефективного використання державних коштів.

Необхідність формування конкурентоспроможного ринку державних закупівель на основі розвитку теоретичних і практичних засад механізму державних закупівель зумовили актуальність і вибір теми статті, визначили її мету та зміст.

Метою даної статті є теоретико-методологічне обґрунтування організаційно-правового механізму управління системою ДЗКЗ та особливостей його формування у сучасній Україні в контексті забезпечення ефективності ДЗКЗ.

Загальнотеоретичним обґрунтуванням здійснення закупівель за державні кошти є необхідність виконання функцій держави розпорядниками державних коштів, якими є органи виконавчої влади, місцевого самоврядування, окремі підприємства, установи і організації [6]. При цьому важливою проблемою є концепція створення середовища конкуренції та боротьби з корупцією у сфері ДЗКЗ з метою ефективного та раціонального використання державних коштів. В умовах суттєвих змін у соціально-економічному житті країни докорінно змінюється характер організаційно-правових відносин між державою та суб'єктами комерційної діяльності. Значний вплив ДЗКЗ на суспільний розвиток зумовлює необхідність посилення уваги до неї з боку держави, створення досконалих, науково-обґрунтованих організаційно-правових засад державного управління в зазначеній сфері. Враховуючи предмет даного дослідження, приділимо свою увагу організаційним і правовим аспектам ДЗКЗ.

Правова складова (правовий механізм) формується, виходячи з того, що на створення та розвиток норма-

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми

Мета

Вигляд основного матеріалу